

Kaspar Geiser: «Wir nehmen uns selbst nicht als Innovator wahr und setzen eher auf Bewährtes»

Aspectra hat eine bewegte Vergangenheit hinter sich: Loslösung von Swisscom, Management-Buy-Out, Alleingang. Im Gespräch mit der Netzwoche erklärt Mitinhaber und Geschäftsführer Kaspar Geiser, warum es sich heute mit Dedicated Hosting gut leben lässt und Trends wie Green IT und Software as a Service weitaus weniger aktuell sind, als vielfach behauptet. *Interview: Thomas Brenzikofer, Marcel Urech*

«Selbst wenn die Stromkosten um 20 Prozent steigen, lohnt sich Green IT für uns noch nicht.»

Herr Geiser, Swisscom hat soeben ein Datacenter eröffnet. Ist das Konkurrenz für Sie?

Unsere Klientel ist vielseitig. Man könnte sagen, dass wir auf Kunden mit einem Dienstleistungsvolumen von rund 5000 bis 20000 Franken monatlich aus sind. Will jemand mehr, ist er für uns oft zu komplex und bindet zu viele Ressourcen. Im Normalfall überlassen wir dieses Feld, mit Ausnahmen, den Grossen. Während wir auf klassische Managed Services setzen, bieten Unternehmen wie Swisscom IT Services vor allem Full-Outsourcing an.

Aspectra ist ja selbst aus Swisscom hervorgegangen. Offensichtlich hatte sich Ihre ehemalige Mutterfirma damals noch nicht fürs Dedicated Hosting interessiert. Unser heutiges Core-Personal hat tatsächlich eine Swisscom-Vergangenheit, aber vieles ist anders: Swisscom war in den 90er-Jahren zwar erfolgreich, aber vor allem im Endkundengeschäft. Anderen Geschäftseinheiten wurde kaum Beachtung geschenkt. Hosting und Business-Solutions hatten keine Priorität. Als wir selbst Werbung und Product-Management betrieben, wurden wir unter anderem von der Swisscom-Medienagentur in die Schranken gewiesen. Uns waren die Hände gebunden. Die Loslösung war der einzige Ausweg.

Die gewonnene Selbstständigkeit war aber nicht von langer Dauer. Unter der Haube der norwegischen Telenor war man finanziell wieder von den Entscheidungen eines Mutterkonzerns abhängig. Stimmt, wir agierten damals als Schwesterfirma von Nextra, die ebenfalls eine Telenor-Tochter war. Es gab sogar den Plan, Aspectra in ganz Europa aufzuziehen. Wir waren rund 40 Leute, wovon mehrere nur Marketing und Advertising betrieben. Nicht wenige Spezialisten von Swisscom wechselten direkt zu uns, viele Kunden zogen nach und schon nach ein, zwei Jahren hatten wir die kritische Masse er-

reicht. Für uns war das eine gute Zeit. Schnell wurden wir aber von der Realität eingeholt und von Telenor abgestossen. Dann kam der Management-Buy-Out und schon im September 2002 waren wir unabhängig.

War denn niemand an Ihrem Unternehmen interessiert?

Doch, wir waren ein attraktives Übernahmeobjekt mit guter Liquidität und interessanter Kundenstruktur. Es gab mehrere Due-Diligence-Prüfungen, aber für externe Investoren war es nicht einfach: Am Anfang unserer

Kaspar Geiser

Werdegang

Nach Abschluss des Technikums Winterthur startete Kaspar Geiser als Software-Programmierer bei Bluewindow. Danach entwickelte und betrieb er für Swisscom diverse E-Commerce-Applikationen und erste Hosting Services. Ab 2000, dem Gründungsjahr von Aspectra, leitete er das Feld der Software-Entwicklung, bis er 2002 mit seinem Geschäftspartner via Management-Buy-Out Aspectra übernahm. Seit 2007 agiert er als Managing Director. Kaspar Geiser ist verheiratet, zweifacher Vater und in seiner Freizeit leidenschaftlicher Segler.

Stichworte

Web 2.0: Was fällt Ihnen dazu ein?

Viele schöne Ideen, nur wenige sind businesskritisch und für Aspectra wirklich interessant.

Heute vor fünf Jahren?

Voller Tatendrang, ein Schweizer KMU aufzubauen.

Heute in zehn Jahren?

Aspectra ist als eigenständige IT-Boutique im Markt erfolgreich, und ich habe noch immer Freude an der IT!



Ist mit fünf bis zehn Neukunden pro Jahr zufrieden: Kaspar Geiser, Mitinhaber und Geschäftsführer von Aspectra

Tätigkeit mussten wir viele Letters of Comfort mit Garantien ausstellen, was unsere Bewertung erschwerte. Auch für uns gab es Risiken. Die Anfangsinvestitionen waren sehr hoch. Aber man darf nicht vergessen, dass wir mit dem erfahrenen Personal und unserem Datacenter riesige Assets in der Hand hatten, die uns einmalig im Markt positionierten. Nach dem Buy-Out kam eine Periode der Kostenoptimierung. Seit zwei Jahren geht es richtig aufwärts. Heute bauen wir nicht nur im Engineering-, sondern auch im Backoffice-Bereich und Marketing wieder aus.

Das heisst, Sie haben eigentlich gar keine Mitbewerber in Ihrer Marktnische, dem Dedicated Hosting?

Schön wär's. Zum einen gibt es die Carrier, die allerdings mit ihrem traditionellen Angebot zunehmend an Grenzen stossen. Zum anderen sehen wir, dass auch die Shared Hosters zunehmend ins Feld der businesskritischen Anwendungen vorstossen. Erstere boten Hosting lange nur als Nebenprodukt an. Nun verlangen die Kunden mehr, aber ihre Nachfrage kann nicht befriedigt werden. Zweitere verfügen oft nicht über eine entsprechende Infrastruktur.

Wie stark ist der Konkurrenzdruck durch andere Hosters?

Von der direkten Konkurrenz anderer Anbieter merken wir eigentlich relativ wenig. Am meisten noch bei umfangreichen Request for Proposals, wo die Mitbewerber IBM, T-Systems und Swisscom IT Services heissen. Wir sind aber nicht auf diese Ausschreibungen angewiesen. Unsere Strategie ist anders: Fokus statt Breite. Da der Zwang zum Wachstum für uns sehr viel geringer ist, können wir auf kostspielige Experimente verzichten. So profitieren wir von gewissen Skaleneffekten in unserem Rechenzentrum. Dieses ist seit Beginn gleich gross geblieben. Mit anderen Worten: Mit jedem Neukunden steigt unsere Auslastung und damit der Unternehmensgewinn.

Kann man mit IBM & Co. mithalten?

Unternehmen wie IBM haben nicht selten eine aufgeblähte Organisationsstruktur und sind darum im Vergleich zur kleinen Aspectra in vielen Bereichen träge. Bei den breiten Kommunikationswegen geht es oft lange, bis sie zu den eigentlichen Anliegen des Kunden kommen, während wir schon mit der Problemlösung ▶

- beschäftigt sind. Aber unsere Strategie ist eben anders – als eigentlicher Nischenanbieter setzen wir auf Spezialisierung statt Grösse.

Welches ist der hauptsächlichste Markttreiber in Ihrem Geschäft?

IT-Outsourcing ist in der Akzeptanz gestiegen, hat aber noch immer ein schlechtes Image – vor allem bei Informatikleitern. Sie verlieren auf den ersten Blick etwas, wenn wir für sie Dienste hosten. In Wirklichkeit wandelt sich aber nur die Bedeutung ihrer Tätigkeit. Dieser Mindshift ist nun im Gang, wovon wir profitieren, und letztlich auch unsere Kunden.

Inwiefern?

Die typische Unternehmens-IT setzt oft eigene Prioritäten und fällt Entscheidungen, die für das Business kaum Relevanz haben. Meist wird gar leichtfertig ein Webportal betrieben, ohne an Redundanz und Kapazitätsplanung zu denken. Heute wird aber zunehmend erkannt, dass IT wichtig ist und nicht alles in den eigenen vier Wänden passieren muss. Gelingt es uns also, die Ineffizienz des Betriebs bestimmter Anwendungen in einer unternehmensinternen IT aufzuzeigen und eine Alternative zu bieten, schaffen wir eine Win-Win-Situation für beide Parteien.

Auch von den sinkenden Einkaufspreisen für Server und Datenleitungen kann Aspectra derzeit wohl profitieren.

So einfach ist das nicht. Natürlich, die reinen Hardwarekosten haben sich deutlich reduziert. Diese Preissenkungen geben wir aber an unsere Kunden weiter. Der Markt ist hier ja transparent. Gleich geblieben sind hingegen unsere Stundenansätze sowie der Aufwand für das proaktive Management der Systeme und Anwendungen. Es wäre gefährlich, wenn sich die IT ihre Preise mit unqualifiziertem Personal und aggressiven Off- und Nearshoring-Strategien gegenseitig zu stark

angreifen würde. Dies funktioniert nur für Teilbereiche der IT, nicht aber für die gesamte Branche. Die Qualität würde stark sinken, das wollen unsere Kunden nicht.

Dafür fragen sie etwas anderes immer stärker nach: Green IT. Für Aspectra ein Thema?

Green IT ist zwar toll, nur steht in unserem Geschäft die Qualität im Vordergrund. Dabei geht es nicht nur um Produkteigenschaften, sondern auch um Ersatzteile und Support – genau hier liegt das Problem. Green-Computing-Modelle sind begrüssenswert, aber die Hersteller sollten sie glaubhaft in ihre Bestseller-Linien integrieren, statt marketingträchtige Inselplattformen zu schaffen. Zudem ist Strom im Prinzip nach wie vor viel zu billig. Er macht nicht einmal 2 Prozent unserer Gesamtausgaben aus. Selbst wenn die Stromkosten um 20 Prozent steigen, lohnt sich Green IT für uns noch nicht.

Anders ausgedrückt: Umweltbelange sind nach wie vor dem Geschäft untergeordnet.

Das stimmt so nicht. Wir sind uns sehr wohl bewusst, dass die IT sich umwelttechnisch verbessern muss. Deshalb machen wir auch Druck auf unsere Lieferanten, zum Beispiel die Abwärme besser zu nutzen. Aber wie bereits erwähnt, stehen die Sicherheit, die Qualität, die Verlässlichkeit sowie die Stabilität der Systeme im Vordergrund. Dabei nehmen wir aufgrund der Verwendung von dedizierten, physischen anstatt virtuellen Servern, einen höheren Stromverbrauch in Kauf.

Ein weiteres grosses Thema ist momentan Software as a Service (SaaS) und browserbasiertes Arbeiten. Tangiert Sie das?

Das ist tatsächlich eine Entwicklung, die sehr für uns arbeitet. Interne Businessportale und Lösungen in allen Branchen sind immer öfters browserbasiert. Dazu kommt, dass IT immer businesskritischer wird. Man will eine 100-prozentige Verfügbarkeit der Daten, und die kann oft nur ein externer Hoster garantieren.

Sehen Sie nicht die Gefahr, dass die Softwarehersteller im Rahmen von SaaS zukünftig eigene Hosting-Angebote starten?

Durchaus möglich. Aber viele Hersteller rutschen hier in Interessenkonflikte. Bieten sie zu viele Dienste online an, schwindet der Software- bzw. Server-Absatz. Zudem ist ein guter Software-Entwickler meist kein guter Hoster. Das sind zwei völlig verschiedene Paar Schuhe. Viele müssten erst die Infrastruktur stark ausbauen. Das ist kapitalintensiv und braucht Zeit. SAP und Microsoft können dies tun, andere sind dafür zu klein – und genau da kommen spezialisierte Anbieter wie Aspectra ins Spiel.

«Ein guter Software-Entwickler ist meist kein guter Hoster. Das sind zwei völlig verschiedene Paar Schuhe.»

Als Dedicated Hoster dürften Sie auch ein Auge auf Unified Communications (UC) geworfen haben. Telefonfunktionen wandern zunehmend auf Server, und irgendwer muss diese ja hosten.

Ich persönlich sehe Unified Communications nicht als Mega-Trend an. Ist es wirklich ein Urbedürfnis des Menschen, immer und überall sofort erreichbar zu sein? Der Push kommt hier doch vor allem von der Herstellerseite, während die Nachfrage zurückbleibt. Als Hoster müssen wir dieses Feld zwar beobachten, aber es steht nicht auf unserer Prioritätenliste. Das Ganze ist eine Grundsatzentscheidung: Wir nehmen uns selbst nicht als Innovator wahr und setzen eher auf Bewährtes.

Wachstum durch Risikoaversion?

So könnte man das fast sagen. Swisscom-IT will zum Beispiel 2008 20 bis 30 Prozent Wachstum mit externen Kunden erreichen, dies fordert aus meiner Sicht die Erschliessung neuer Geschäftsfelder und ist somit risikobehaftet. Solche Zielgrössen setzen wir uns nicht, mit einer zehnpromtigen Umsatzsteigerung und zwei bis drei neuen Mitarbeitern sind wir zufrieden. Auch können wir nicht vom schnelllebigen Projektgeschäft leben. Damit fällt der Zwang weg, überproportional zu wachsen – fünf bis zehn Neukunden pro Jahr sind doch ein erstrebenswertes Ziel.

Wird man so auch in Zukunft überleben können? Das momentane Wirtschaftsumfeld stimmt ja nicht gerade sehr zuversichtlich.

Ich bin vorsichtig optimistisch. In gewissen Bereichen der Pharmabranche sehe ich in Bezug auf die Informatik zum Beispiel noch einen grossen Nachholbedarf. Es wird zwar nicht einfacher, aber die Komplexität der IT und ihr Stellenwert im Unternehmen dürfte weiter steigen. Mittelfristig wollen wir bei Aspectra 20 bis 25 Informatikern ein gutes Umfeld bieten und weiterhin auf Qualität und hohe Sicherheitsstandards setzen. Sehen Sie, unsere Ideale sind wichtiger als Umsatzsteigerungen um jeden Preis. Wachstum ja, aber mit Vernunft bitte!

Aspectra AG

Gegründet: 2000

Hauptsitz: Zürich

CEO: Kaspar Geiser

Anzahl Mitarbeiter: 14

Kundenbasis: 45

Tätigkeit: Aspectra ist ein Schweizer Anbieter von Hosting-Lösungen für geschäftskritische IT-Systeme und sensitive Daten. Ausserdem bietet Aspectra Disaster Offices und Instrumente für die Überwachung der IT-Infrastruktur. Das Aspectra Data Center entspricht den Outsourcing-Richtlinien 99/2 der Eidgenössischen Bankkommission.