

Rainer Erismann im Gespräch

«Weg von der Philosophie, mit Updates Geld zu verdienen»

Interview Martin Arnold und Thomas Pfyffer

Seit gut 20 Jahren prägt die BusPro AG den Markt mit Unternehmenssoftware für KMU mit. Sie beweist damit, dass schlanken, aber konsequent auf die Kunden ausgerichteten Lösungen langfristig Erfolg beschieden sein kann. Welche Fragen sollten Sie sich vor der Einführung einer neuen Software stellen? Die «Zürcher Wirtschaft» fragte nach.

Welches sind die Erfolgsfaktoren bei Auswahl und Implementierung einer Business Software für KMU?

Mit dem richtigen Partner ergibt sich die Chance, im gegenseitigen Gespräch die Geschäftsprozesse zu durchleuchten. Dieser externe Expertenblick auf eine KMU erlaubt es, am Know-how des IT-Beraters zu partizipieren. Sehr wichtig ist aber auch, das eigene Personal in die Projektplanung einzubeziehen. Keiner kennt die Unternehmung – deren Stärken und Schwächen in den Abläufen – besser als die Mitarbeitenden. Es lohnt sich, auch dieses interne Know-how zu verwenden. Auf keinen Fall sollte die Einführung einer Business Software als «Diktat von oben» wahrgenommen werden. Lohn dafür werden mehr Effizienz und von den Mitarbeitenden akzeptierte Abläufe sein. Wichtig sind auf der Kunden-seite zwei Sachen: Die Bereitschaft zu allfälligen Veränderungen in den Abläufen und die nötige Zeit für die seriöse Überprüfung der Geschäftsprozesse.

Wie individuell können Software-Lösungen für Klein- und Kleinst-Unternehmen zu tragbaren Kosten überhaupt ausgestaltet sein?

Sehr individuell, sofern das eingesetzte Standardprodukt konzeptionell dafür ausgelegt ist und den richtigen Grundumfang an Funktionen mit sich bringt.

Der Trick dabei: Kaufen Sie kein zu «grosses» und kein zu «kleines» Standardprogramm. Ein zu kleiner Funktionsumfang führt zu Kompensationen mittels kostspieligen Individualisierungen und teurer Wartung. Aus diesem Grunde für einen eher zu grossen Funktionsumfang zu plädieren, bringt ebenfalls nichts, weil dann der Kauf-, Einführungs-, Schulungs- und schlussendlich der tägliche Bedienungsaufwand überproportional zum Nutzen steigen. Und dieses Phänomen zieht sich durch alle Updates hindurch.

Wieso wähle ich nicht gleich eine Individual-Software?

Die Herstellung eines individuellen Programm-Paketes sollte sehr gut überlegt sein. Zu Beginn mag solch ein Angebot verlockend erscheinen, meist endet die Anschaffung jedoch in einer nicht gewarteten, teuren «Insellösung». Ausser bei begründeten Ausnahmen sollte davon abgesehen werden.

Gibt es ein Schweiz-spezifisches Kaufverhalten bei Business Software?

Im Gegensatz zum Ausland wünschen in der Schweiz fast alle Betriebe eine weitergehende individuelle Ausprägung bei der eingesetzten Software. Oft werden sogar für die üblichen 3% Ausnahmefälle die Softwarebudgets um über 30% erhöht. Das ist nicht immer

nachvollziehbar, zeigt aber die hohen hiesigen Ansprüche an die Passgenauigkeit einer Software. Wir von BusPro haben uns diesem Wunsch angepasst und bieten heute eine universelle Standardsoftware, die praktisch massgeschneidert werden kann. So bleiben die Kosten auch für die sehr Anspruchsvollen im Rahmen.

Als Pragmatiker vergleiche ich meine Bedürfnisse an eine Business-Software mit anderen Marktteilnehmern aus der gleichen Branche und versuche, aus deren Erfahrung zu lernen. Wie erhalte ich die nötigen Informationen von Mitstreitern bzw. Referenzkunden zu einer bestimmten Software-Lösung?

Führen Sie Gespräche mit Branchenkollegen. Sehr wichtig ist dabei die Vorbereitung. Je zahlreicher die Gespräche, desto mehr vertieft man sich in die Materie. Aus dieser Reflexion leiten Sie Ihre Hauptkriterien für eine Software ab und profitieren zugleich von der Erfahrung der anderen. Gute Anbieter führen ihre Referenzen offen auf, beispielsweise im Internet; dazu geben nur wirklich zufriedene Kunden ihr Einverständnis. Wichtig ist auch, dass man sich nicht nur an den Produkten der Branchenvereinigungen orientiert oder an den Aussagen der Treuhänder. Oft sind solche «Verbandslösungen» überteuert



Zur Person

Rainer Erismann ist seit 1990 Geschäftsführer der BusPro AG. Zuvor engagierte er sich an leitender Stelle im Verkauf von grösseren Systemen eines bedeutenden Herstellers. Sein Rüstzeug holte er sich unter anderem auch bei vielen Auslandseinsätzen in einer international tätigen Firma in Audit und Organisation.

und nicht flexibel. Dies, weil die verkauften Mengen in dem begrenzten Branchenmarkt weit unter den verkauften Mengen einer echten Standardlösung liegen. Und den Treuhändern liegt verständlicherweise die perfekt aussehende Finanzbuchhaltung näher als eine praktische Business Software, welche die gesamte Organisation einschliesst. Und dazu gehören beispielsweise auch Bereiche wie die Verkaufunterstützung oder die Logistik.



Die Lösungen von BusPro werden über eine Zeitlizenz abgerechnet. Die Fibu geben Sie gar frei ab. Wo liegt der Haken?

Es gibt keinen! Das BusPro-Angebot, welches immerhin schon seit 1999 unverändert im Markt besteht, ist bisher von keinem anderen Hersteller kopiert worden. Dazu gibt es einen wesentlichen Grund: Das latente Risiko des Anwenders, in eine falsche Lösung zu investieren, ist zu beinahe 100% auf den Softwareanbieter umgelegt. Solch ein Angebot können deshalb nur Anbieter offerieren, welche bedingungslos an ihr Produkt glauben.

Die Finanzbuchhaltung und die Adress-/Kontaktverwaltung sind kostenlos, weil wir es uns wegen des kundenfreundlichen Preises nicht leisten können, mit grossen Summen Image-Werbung zu betreiben. Vielmehr haben wir uns entschlossen, zwei universell einsetzbare Produkte anzubieten. Heute arbeiten über 11 000 Organisationen mit unserer Gratis-Finanzbuchhaltung, die weder im Umfang noch in Funktion eingeschränkt ist.

Wie präsentiert sich eine kundenfreundliche Lösung?

Die Qualität muss hoch, die Bedienung möglichst einfach sein. Die Software muss an individuelle Bedürfnisse angepasst werden können. Sehr wichtig erscheinen mir in diesem Zusammenhang die Vertriebspartner, die sich am gleichen strengen Massstab messen

lassen müssen. Hier lassen wir keine Kompromisse zu.

Was vermittelt Ihnen die Sicherheit, dass Sie keine Programme, sondern bloss Lizenzen verkaufen können?

Beides ist absolut dasselbe, man kauft nämlich auch keine Programme, sondern nur die Rechte, eine gewisse Software-Version benutzen zu dürfen. Deshalb müssen Sie beim Kauf auch sogenannte Lizenzbedingungen akzeptieren. Und weil sich der Kauf dabei auf eine bestimmte Version bezieht, muss normalerweise für jede

neue Version oder deren Update immer wieder ein Obolus geleistet werden. Oft in Form eines Wartungsvertrages.

Bei BusPro bezieht der Kunde eine Lizenz für seinen individuell gewünschten Benutzungszeitraum. Die eingesetzte Softwareversion interessiert dabei nicht.

Wieso haben Sie diesen Paradigmenwechsel vollzogen?

1999 haben wir uns vom System der Updates bzw. von Wartungsverträgen verabschiedet. Wir wollten von der Philosophie wegkommen, über Updates Geld zu verdienen. Ganz bewusst haben wir den Entwicklungszyklus der Programme auf die Kundenbedürfnisse fokussiert. Es soll kein Druck auf den Anwender ausgeübt werden, sondern der Programmnutzen konsequent in den Vordergrund gerückt werden. Die perfekte Software-Lösung muss nicht zwingend immer die neueste sein. Vielmehr ist es die am besten auf den Betrieb anpassbare.

Was empfehlen Sie Start-ups in diesem Kontext?

Der gewünschte resp. gekaufte Benutzungszeitraum kann bei uns wenige Monate oder mehrere Jahre dauern. Bei Lizenzen über eine kurze Zeit investiert man nur wenig und man bleibt völlig unabhängig. Bindende Verträge oder weitere Verpflichtungen kennen wir nicht. Daraus ergibt sich eine hohe Eignung für Start-up-Firmen. Mit den angebotenen mehrjährigen Benutzungszeiträumen sind diejenigen Kunden angesprochen, die den Kaufpreis über mehrere Jahre abschreiben und sich so das Recht zur Benutzung über eine lange

Business Software

Der Begriff der Business Software umfasst im Allgemeinen jede Art von Anwendungssoftware, die in Unternehmen oder anderen Organisationen im Einsatz steht. Teilweise wird verallgemeinernd Business Software für betriebswirtschaftliche Software verwendet. Das Gegenteil von Unternehmenssoftware ist Software für den Privatbereich. Eine scharfe Trennung ist kaum möglich, da z. B. die grossen Büroanwendungen wie Textverarbeitung, Tabellenkalkulation und Datenbanken sowohl privat als auch geschäftlich genutzt werden.

diga
möbel

Jetzt Jubiläumsangebote
zum Zugreifen!

B Ü R O - K O M P E T E N Z .

diga ist das Kompetenz-Zentrum für die KMU. Wir planen Ihr Büro,
vom einfachen Schreibtisch bis zur komplexen Bürolandschaft.

3400 Burgdorf/Bern 8600 Dübendorf/Zürich 8854 Galgenen/SZ 9532 Rickenbach/Wil
8953 Dietlikon/Zürich 6032 Emmen/Luzern 4614 Hägendorf/Olten

I d'diga muesch diga! diga Infoservice: Telefon 055 450 55 55

517

150

JAHRE / ANS
1859 – 2009

www.diga.ch

Periode sichern wollen. Der Unterschied zum üblichen «Programm-Kauf» ist jedoch, dass bei der BusPro-Zeitlizenz jederzeit ohne Mehrkosten immer das neueste Programm benutzt werden kann, weil sich die Lizenz eben nicht auf eine Version bezieht.

Sie gehören zu den Business-Software-Anbietern der ersten Stunde. Welchen Wandel hat der Markt in den letzten 15 bis 20 Jahren durchlaufen?

Früher hat man den Fakturierautomaten und die Buchungsmaschine oder die Schreibmaschine ersetzt. Heute löst man [«Bei den Vertriebspartnern lassen wir keine Kompromisse zu.»] und Kommunikationsprozesse. Das reicht von der automatischen Anzeige der Adresse und Kundengeschichte bei Telefongesprächen bis zur Möglichkeit der organisierten, aber informellen Hinterlegung von Gesprächsnotizen und Korrespondenz. Dabei durchmischen sich die Einsatzarten vom klassischen Heimnetzwerk bis hin zum Internet-gestützten Fernarbeitsplatz oder gar zum total ausgelagerten System zunehmend. Mit einer vernünftigen, aber qualitativ hochstehenden Weiterentwicklung sichern wir uns zunächst den zufriedenen Kundentamm. In der Folge empfehlen uns die Kunden weiter. Und damit habe ich unsere Erfolgsstrategie beim Namen genannt.

andere Software ab. Das heisst, es ist zu einer Verdrängungssituation gekommen, was teilweise gut ist für den Anwender. Die Lösungen der «alteingesessenen» Anbieter werden perfekter, ohne teurer zu werden. Die neu Nachrückenden haben einen harten Stand. Sie müssen zuerst dieselben Erfahrungen durchlaufen wie wir die letzten 15 bis 20 Jahre. Natürlich hat sich die Programmierung wesentlich verändert, aber die grundsätzliche Aufgabenstellung und damit die Anforderung an die Programme ist dieselbe geblieben. Heute sind die Ansprüche lediglich noch breiter gefächert.

Zeitigt die aktuelle Rezession Folgen auf das Verhalten der Marktteilnehmer?

Wir agieren aus einem stabilen, umfangreichen Kundentamm heraus und kommen heute vor allem durch Empfehlungen zu neuen Kunden. Der überaus erfolgreiche Geschäftsgang im Krisenjahr 2009 stimmt uns sehr positiv für die Zukunft. Wir haben mit Sicherheit davon profitiert, dass preislich sensibilisierte Einkäufer unsere Software

in ihre Evaluation eingebunden haben. Meist stellen die Interessenten dann überrascht fest, dass unsere Software den Job genau so gut erfüllen kann, zudem einfach und schnell ist.

Welche Entwicklungen zeichnen sich ab? Und wie erhalten Sie sich Ihre Marktposition?

Die Business-Programme müssen nebst den klassischen Aufgaben auch neue Aufgaben übernehmen können. Dazu gehört die aktive Unterstützung aller Stadien der Verkaufs-, Wartungs- und Kommunikati-

onsprozesse. Das reicht von der automatischen Anzeige der Adresse und Kundengeschichte bei Telefongesprächen bis zur Möglichkeit der organisierten, aber informellen Hinterlegung von Gesprächsnotizen und Korrespondenz. Dabei durchmischen sich die Einsatzarten vom klassischen Heimnetzwerk bis hin zum Internet-gestützten Fernarbeitsplatz oder gar zum total ausgelagerten System zunehmend. Mit einer vernünftigen, aber qualitativ hochstehenden Weiterentwicklung sichern wir uns zunächst den zufriedenen Kundentamm. In der Folge empfehlen uns die Kunden weiter. Und damit habe ich unsere Erfolgsstrategie beim Namen genannt.

Welches sind die Wachstumstreiber im Markt der Business Software?

Eigentliche Wachstumstreiber waren bisher immer gesetzliche Vorschriften, die wir besser abbilden konnten als bisherige Systeme. Die neuen Technologien wirken sich allerdings eher in der Breite der Anwendung aus.

Herr Erismann, wir danken Ihnen für das Gespräch. ■



Wenn die Post abgeht ...

Karl Lüönd, Publizist und Buchautor, www.lueoend.ch

Wer auf der wertschöpfenden Seite des Wirtschaftslebens steht, hat in der Regel ein zwiespältiges Verhältnis zum «Service public». Vorbei sind zum Glück die Zeiten, da sich der Posthalter im Dorf wie eine Amtsperson gebärdete und der Verkauf eines Billetts am Bahnschalter einem obrigkeitlichen Gnadenakt gleichkam. Wir haben die Teilprivatisierung von Post und Bahn ebenso begrüsst wie die Liberalisierung der Telekommunikation. Wir schauen der SRG misstrauisch auf die Finger und haben in der Mehrheit nein gesagt zur Liberalisierung des Strommarktes – nicht ohne Grund, wie sich inzwischen gezeigt hat, wenn wir an das Fordeungsverhalten der Elektrizitätswirtschaft denken.

Wo der Staat wirtschaftet, ist prinzipiell Skepsis am Platz, denn da machen sich immer auch sachfremde politische Einflüsse geltend, und die laufen nicht selten dem Prinzip der wirtschaftlichen Optimierung zuwider. So ist beim «Service public» die Mitbestimmung der Gewerkschaften de facto eine Tatsache. Oft bleiben strategisches Denken, Kostenbewusstsein und Marketing-Geschick hinter privatwirtschaftlichen Standards zurück. Das Marktverhalten von kommunalen Ver- und Entsorgungswerken spricht Bände, vom Wildwuchs des Gebührenwesens ganz zu schweigen.

Dies alles vorausgesetzt, kann man nicht wirklich froh werden über den derzeitigen Zustand der Schweizer Post. Dabei sind die personellen Turbulenzen an der Unternehmensspitze nicht einmal das wichtigste Problem. Es ist vielmehr der unternehmerische Kurs des wohl wichtigsten Service-public-Betriebs im Lande, der Sorgen macht. Der Verwaltungsratspräsident, der sich nun durchgesetzt hat, scheint Internationalisierung und Vorstösse in neue Geschäftsfelder (Postbank) für wichtiger zu halten als die Qualitätspflege, insbesondere bei der Grundversorgung. Scheibchenweise werden überall Dienstleistungen abgebaut (z.B. Leerungszeiten der Briefkästen). Zu Dutzenden werden Poststellen geschlossen oder umgewandelt. Die Pünktlichkeit lässt zu wünschen übrig. Dafür regt sich im Affenfelsen der Postbürokratie munter der alte Obrigkeitsgeist. Die Kunden werden schikaniert. Auch in Weilern mit fünf Häusern müssen die Adressen mit Hausnummern (notfalls mit erfundenen) versehen sein, sonst gehen die Sendungen als «unzustellbar» zurück. Amerikanische Briefkästen werden nicht bedient, weil deren Schlitz den Postbürokraten nicht passt. Je stärker der Briefverkehr zurückgeht, desto absurder die Rationalisierungs-Ideen!

Wir müssen aufpassen auf die Post, auch auf die SBB und den ganzen Service-public-Bereich. Er garantiert die gute Infrastruktur und damit eine der wichtigsten Standort-Qualitäten. Die richtige Mischung aus privatwirtschaftlichem Ehrgeiz und gemeinwirtschaftlicher Verantwortung erfordert wesentlich mehr politische Führungskraft, als in den letzten Monaten sichtbar geworden ist.

karl.luond@tolhusen.ch



8032 Zürich
8132 Egg

Hansruedi Grimm
Dipl. Gipsermeister

Rütistrasse 30 Tel. 044 251 56 08
Pappelweg 9 Fax 044 251 56 04

www.grimm-hansruedi.ch

info@grimm-hansruedi.ch

Gipserarbeiten • Isolationen • Beratung • Umbauten • Spezialputze
Barracuda Spanndecken • Expertisen • Naturputze • Reparaturen
Muster • Patentabriebe • Kunststoffputze • Stukkaturarbeiten
Bekannt für sorgfältige, fachmännische und preiswerte Ausführung

516