

IT-Consulting

«Wir suchen gute Leute, um weiter zu wachsen»

Der IT-Dienstleister Adesso ist bei der digitalen Transformation mittendrin – beim Kunden und im eigenen Unternehmen. CEO Hansjörg Süess über aktuelle Lernprozesse und Projekte.

Das Digitalisieren von Geschäftsprozessen zählt für Adesso Schweiz zum Portfolio: Bei Medgate, PostFinance und SBB hat der IT-Dienstleister grosse Projekte lanciert. Geschäftsführer Hansjörg Süess sagt im Gespräch mit Computerworld, dass er im Zuge der digitalen Transformation mehr erwartet – von Adesso selbst, aber auch von den Kunden.

Computerworld: Nach was fragen Ihre Kunden derzeit?

Hansjörg Süess: Sie fragen oft, was denn Adesso Schweiz in Bezug auf die digitale Transformation tut. Meine Antwort lautet: Wir bereiten die Legacy und die Systeme unserer Kunden darauf vor, dass sie künftig komplett digitale Geschäftsprozesse durchgängig abwickeln können. Bei der Urhebergenossenschaft Suisa haben wir beispielsweise zusammen mit dem Kunden eine neue Architektur definiert und die Ablösung der Host-Systeme erfolgreich umgesetzt. Mit dieser Lösung kann die Suisa nun Portale aufsetzen, auf denen sich Musiker selbstständig registrieren können. Die Rechtevergütung läuft dann vollautomatisiert ab.

CW: Welche Projekte laufen bei der öffentlichen Hand?

Süess: Mit den SBB arbeiten wir an diversen Anwendungen. Unsere grössten Aufträge laufen bei den Divisionen Personenverkehr und Infrastruktur. Unter anderem entwickeln wir die neue SBB-App mit. Die Kollegen arbeiten beim Kunden vor Ort in Teams von vier bis sechs Personen. Zukünftig planen die SBB, auch Projekte in Form von «Managed Services» komplett rauszugeben. Das wäre dann das Gegenteil des früher praktizierten Personalverleihs, bei dem die Verantwortung im Haus blieb. Wir sind sehr interessiert, Projekte zu uns zu holen und Verantwortung zu übernehmen, damit unsere extern arbeitenden Mitarbeitenden den Bezug zu Adesso nicht verlieren und wir unsere gemeinsame Firmenkultur wahren können.

CW: Sie erwähnten die Personalleihe. Geht die öffentliche Hand davon weg?

Süess: Ich kann keine wirkliche Tendenz erkennen. Es wird weiterhin viel Personal auf Abruf bestellt. Die Gründe liegen einerseits in dem sehr aufwendigen Ausschreibungsverfahren, das aktuell für Projekte zur Anwendung kommt. Hier wirken immer noch Insieme und so weiter nach. Jeder hat Angst vor Verfahrensfehlern und einem Rekurs. Andererseits



«Insieme wirkt immer noch nach. Jeder hat Angst vor Verfahrensfehlern und einem Rekurs»

Hansjörg Süess

werden dann Rahmenverträge ausgeschrieben, bei denen häufig kein Leistungsabruf erfolgt. Hier taucht dann natürlich schon die Frage auf, warum das so ist.

CW: Auf welche Projekte sind Sie besonders stolz?

Süess: Eines unserer Vorzeigeprojekte läuft bei PostFinance. Das Unternehmen führt aktuell das neue Kernbankensystem «BaNCS» von TCS ein. Parallel werden diverse Umsysteme erneuert, darunter das Personendatensystem «Peda-S», das wir von Grund auf neu entwickelt haben. Bemerkenswert ist das Projekt aufgrund der «gezähmt» agilen Methode. Während das Gesamtprojekt nach Wasserfall gesteuert wurde, geschah die Umsetzung mit agilen Techniken.

CW: Haben Sie dabei das deutsche Mutterhaus einbezogen?

Süess: Ja, wir haben hier Ressourcen miteinbezogen. Ein Grund war die Risikoverteilung. Zeitweise waren im Projekt über 30 Personen beschäftigt und im Fall eines Projektstopps hätten wir für alle Mitarbeiter sofort ein neues Mandat finden

müssen. Dieses Risiko liess sich durch die Angestellten aus dem Mutterhaus vermindern. Ausserdem waren wir überhaupt erst durch die Zusammenarbeit mit Deutschland fähig, ein so schnelles Ramp-up des Projektteams zu liefern. Der zweite Grund ist der hohe Stellenwert des Kunden für den Adesso-Konzern: Der Finanzdienstleister ist nach Umsatz der sechsgrösste Kunde des Konzerns.

Jenseits des PostFinance-Projekts nutzt Adesso Schweiz insbesondere dann die deutschen Ressourcen, wenn aufgrund der kleineren Belegschaft hierzulande das spezifische Know-how für beispielsweise Projekte im SAP-Umfeld oder in der Banken- und Versicherungsbranche fehlt.

CW: Übernehmen Sie auch die Rettung von Projekten in Schieflage? Wie gehen Sie dann vor?

Süess: Wir werden häufiger erst zum Zeitpunkt angefragt, wenn Projekte bereits gescheitert sind. Demzufolge ist meistens die genaue Analyse des Quellcodes unsere erste Aufgabe. Dann soll auch getestet werden, warum ein neu entwickeltes System sich nicht warten lässt. Aufgrund der Expertise unseres CTOs Dieter Wijngaards in der Audit-Software Cast haben wir uns für solche Problemlösungen bei Bundesämtern und in der Privatwirtschaft unterdessen einen guten Ruf erarbeitet.

CW: Ist schon mal ein eigenes Projekt aus dem Ruder gelaufen?

Süess: Ja, auch das gibt es, wie ich ehrlicherweise zugeben muss. Als vor vier bis fünf Jahren die agilen Methoden populär wurden, haben wir uns zu sehr auf den neuen Trend versteift. Die Kunden wollten wie bisher einen Festpreis, aber dazu auch grösstmögliche Agilität. Diese Kombination hat uns im einen oder anderen Projekt ein wenig in Schieflage gebracht. Wir haben jedoch daraus gelernt und vor etwa zwei Jahren gute Metriken für agile Projekte entwickelt. Wir prüfen jetzt fortlaufend, ob wir nach einem Sprint auch eine entsprechende Mehrleistung erhalten. Wenn dieser Koeffizient kleiner eins ist, schrillen die Alarmglocken. So können wir das Projekt frühzeitig steuern und eine Schieflage verhindern.

CW: Welche Pläne hat Adesso für die Zukunft?

Süess: Heute ist Adesso Schweiz für Software-Entwicklung und IT-Consulting bekannt. Aufholbedarf haben wir in der früheren Projektphase, der Beratung zu Geschäftsprozessen und zur Unternehmensstrategie. Dieser Herausforderung stellen wir uns aktuell. Adesso Schweiz soll sich zu einem Beratungs- und Implementierungshaus weiterentwickeln.

CW: Was fehlt Ihnen dazu noch?

Süess: Noch mehr gute Leute, mit denen wir weiter wachsen können. Es ist nach wie vor schwierig, Fachkräfte zu finden, die technisch hervorragend, aber gleichzeitig auch geeignet sind, in den Dialog mit den Kunden zu treten. Beispielsweise suchen wir seit Monaten SharePoint-Spezialisten, aber der Markt ist wie leer gefegt. ■

Interview: Mark Schröder, Redaktor Computerworld
Komplettes Interview auf computerworld.ch, Webcode: 72315

Start-up-Pitch

Capture Media optimiert Onlinekampagnen



Die Gründer von Capture Media: Franz d'Huc, Sandro Albin und Michel Lazecki (v. l. n. r.)

Die Idee: Capture Media misst alle Interaktionen von Userinnen und Usern auf einer Webseite – unter anderem die Scrolltiefe, Video-Plays oder die Besuchszeit. Damit trifft das Digital-Start-up Aussagen zur Qualität des Webtraffics und optimiert auf dieser Basis entsprechend die Onlinekampagnen.

USP: Die Integration der Technologie auf der Landingpage ist einfach und innert kurzer Zeit erledigt.

Zielgruppe: Firmen aller Art, Agenturen oder auch Publisher.

Konkurrenten: Google oder Adobe haben ähnliche Tools im Portfolio, diese ergänzen das Produkt von Capture Media allerdings eher.

Bisherige Kunden: Disney, Beiersdorf, IKEA, Zurich Versicherungen, Volvo, AXA Winterthur, PostFinance, Nestlé und viele andere.

Ziele: Das Kampagnengeschäft in der Schweiz ausbauen und die Technologie weiter voranbringen. Längerfristig ist der Schritt ins Ausland geplant.

Gesucht werden: Talentierte Mitarbeiter, vor allem in den Bereichen Programmierung, Sales und Campaign Management.

Die Firma: Capture Media wurde von Franz d'Huc, Sandro Albin und Michel Lazecki im Juni 2016 gegründet. Das Jungunternehmen mit Sitz in Zürich beschäftigt aktuell sieben Personen. Bis Ende Jahr sollen noch drei weitere Mitarbeitende hinzukommen.
www.capturemedia.ch

Computerworld stellt einmal im Monat ein Schweizer Start-up mit Potenzial vor. Vorschläge mailen Sie bitte an: luca.perler@computerworld.ch