



Typisch Singapur:
Meeting mit Mitarbeitenden
verschiedenster
kultureller Hintergründe

SCHWEIZER SOFTWARE IN ASIEN – STÄRKEN GEZIELT NUTZEN

Tom Sprenger & Martin Nokes



In Märkte exportieren, die anders ticken als der Heimmarkt – wie kann das gelingen?

AdNovum wagte im Jahr 2010 den Schritt und eröffnete eine Niederlassung in Singapur. Als Schweizer Software-Engineering-Unternehmen hatten wir bis dahin praktisch nur Kunden in der Schweiz. Wir waren deshalb gespannt, ob sich unsere Dienstleistungen und Produkte in Schweizer Ingenieursqualität auch auf dem wettbewerbsintensiven asiatischen Markt verkaufen liessen. AdNovum hatte zwar bereits Erfahrung mit Ausland-Standorten in den USA und Ungarn. Mit dem Schritt nach Singapur entschieden wir uns jedoch zum ersten Mal, strategisch einen neuen geografischen Markt zu erschliessen. Inzwischen bedient AdNovum Kunden aus diversen Branchen und Regionen im APAC-Raum. Die Märkte in Asien sind in unserem Business hart umkämpft und mehrheitlich von starken Mitbewerbern besetzt. Wir mussten uns deshalb insbesondere als kleiner, noch unbekannter Player deutlich von der Konkurrenz abheben. Wir entschieden, wie im Schweizer Heimmarkt auf Qualität zu setzen.

Die Schweiz wird in Asien sehr geschätzt und mit höchster Qualität in Verbindung gebracht. Gleichzeitig wird die Schweiz aber auch mit «sehr teuer» assoziiert. Wir muss-

ten unsere Kunden im neuen Markt deshalb erst einmal davon überzeugen, dass Schweizer Qualität nicht gleichbedeutend mit immensen Kosten ist. Zudem wollten die Kunden wissen, worin die «Schweizer Qualität» genau bestehe. Belege in Form von zum Beispiel der Publikation unserer internen Qualitätssicherungsprozesse und -tools oder erweiterter Garantieleistungen waren gefordert.

Kunden erwarten schlüsselfertige Lösungen

Im Unterschied zu Schweizer Kunden erwarten unsere Kunden in Asien vermehrt schlüsselfertige Komplettlösungen. Diese umfassen zum Beispiel Hardware, Security-Portal, Individualsoftware-Komponenten und kommerzielle Third-Party-Software-Applikationen sowie umfassende Services über den gesamten Solution Life Cycle, von der Konzeptphase bis zur Bereitstellung, Installation und Wartung von Software und IT-Hardware. Um diese Erwartungen zu erfüllen, mussten wir ein Partnernetzwerk mit vertrauenswürdigen lokalen Firmen aufbauen. Diese Partner ergänzen unser Dienstleistungs- und Lösungsportfolio entweder als Zulieferer oder punktuell auch in der Rolle des Generalunternehmers, so dass wir die vom Kunden verlangten Komplettlösungen erfolgreich liefern können.

Tempo gefragt

Der asiatische Markt ist dynamischer als der Schweizer Markt und Schnelligkeit hat einen höheren Stellenwert. Wer dabei sein will, muss schnell reagieren, anbieten und produzieren. Es ist deshalb wichtig, bei der Implementation der Lösung mit vorgefertigten Komponenten arbeiten und auf agile Methoden und Prozesse zurückgreifen zu können. Die Anforderungen ergeben und ändern sich dabei oft im Projektverlauf. Wesentlich für agile Methoden ist eine schnelle Kommunikation zwischen Entwicklungsteam und verantwortlichen Personen beim Kunden. Deshalb beschäftigen wir lokale Software-Entwickler und Projektmanager, die bei Bedarf unseren Experten-Pool in der Schweiz nutzen. Die geografische und kulturelle Nähe zum Kunden ist umso wichtiger, wenn im Rahmen des heute verbreiteten User-Centered Design Enduser in den Entwicklungsprozess involviert sind.

Lokale Talente nutzen

Die Niederlassung von AdNovum in Singapur war von Anfang an nicht nur ein Verkaufsstandort, sondern bot auch Engineering- und IT-Consulting-Leistungen an. Bei der Talentsuche machen wir in Singapur sehr gute Erfahrungen. Die lokalen Universitäten bringen erstklassige Ingenieure und Forscher hervor – die National University of Singapore ist zum Beispiel vergleichbar mit Schweizer Universitäten – und die lokalen Mitarbeitenden erweisen sich als motiviert, loyal und engagiert. Die Singapurier haben zudem Erfahrung im Umgang mit Menschen verschiedenster kultureller Hintergründe. Diese Flexibilität ist definitiv ein Pluspunkt, sowohl intern, wenn unsere Mitarbeitenden mit den anderen AdNovum-Standorten zusammenarbeiten, als auch bei Projekten, die wir für Kunden ausserhalb von Singapur abwickeln. Überdies sprechen unsere Mitarbeitenden flüssend Englisch und beherrschen zusätzlich mindestens eine asiatische Sprache, was von grossem Vorteil für unsere Geschäftstätigkeit ist.

In Asien knapp: Ingenieure mit langjähriger Erfahrung

In Singapur können wir uns die Erfahrung und den langfristig orientierten Software-Engineering-Ansatz von AdNovum Schweiz zu Nutze machen. Unsere Kunden profitieren so von zukunftsfähigen Lösungen. Doch obwohl es sich meistens um reife Märkte und fortschrittliche Kunden handelt, ist professionelles Software-Engineering in Asien ein relativ junger Industriezweig. Dass wir bei Bedarf hochqualifizierte Ingenieure mit langjähriger Erfahrung beiziehen können, die über Kenntnisse verfügen, die in Asien kaum zu finden wären, erweist sich als entscheidender Vorteil. Zudem werden die qualifizierten Arbeitskräfte in Asien knapper und teurer. Die Erfahrung unserer Mutterfirma in der Automation und Steigerung der Mitarbeiterproduktivität verschafft uns einen grossen Vorsprung gegenüber unseren Mitbewerbern.

Den steigenden Bedarf an Software-Entwicklern können wir damit aber nicht kompensieren. Deshalb hat AdNovum im August 2014 zusätzlich einen Nearshoring-Standort in Vietnam eröffnet.

Was exportieren?

AdNovum exportiert also nicht individuelle Software-Lösungen und Dienstleistungen, sondern im Sinne eines «Expertisen-Stroms» in erster Linie ihre langjährige Erfahrung, ihre hohen Qualitätsstandards, ihren Engineering-Ansatz, ihre Prozesse, ihre Werte-Sets. Natürlich lässt sich nicht alles eins zu eins übertragen. Oft ist es sogar erfolgsentscheidend, sich den lokalen Gegebenheiten anzupassen und ihre Qualitäten zu nutzen. Dabei lohnt es sich, kulturelle Aspekte wie das Qualitätsverständnis bereits bei der Wahl und Planung eines neuen Standorts zu berücksichtigen.

Unsere Lösungen für Kunden im APAC-Raum umfassen neben immateriellen Vorleistungen durchaus auch Entwicklungen und Innovationen aus der Schweiz, zum Beispiel in Form von Komponenten aus unserer Security- und Compliance-Suite Nevis. Vor dem Hintergrund der gestiegenen Sensitivität bezüglich Überwachung und Spionage durch staatliche Dienste ist Swisness gerade im Bereich der Security-Produkte auch in Asien ein nicht zu unterschätzendes Verkaufsargument.

Vorteile für den Heimmarkt

Die Aktivität im APAC-Raum bringt AdNovum nicht nur zusätzliches Wachstum als Gesamt-Firmengruppe, sondern auch spezifische Vorteile im Schweizer Heimmarkt. So profitiert der Hauptsitz von der Wettbewerbsstärke von AdNovum Singapur in Bereichen wie der Entwicklung von Mobile-Lösungen, wo der asiatische dem Schweizer Markt entscheidend voraus ist. Unsere Schweizer Ingenieure gewinnen internationale Erfahrung, indem sie für unsere asiatischen Kunden befristete Beratungsaufgaben übernehmen oder während längerer Aufenthalte in unserem Büro in Singapur arbeiten. Sie erhalten so Einblick in neue Technologien und Geschäftsmodelle in einem internationalen Arbeitsumfeld.

Individuelle Strategien entwickeln

Wir sehen unseren Erfolg im neuen Markt darin begründet, dass wir schnell erkannten, welche Stärken und Eigenschaften sowohl unseres Unternehmens insgesamt wie auch der Mitarbeitenden vor Ort als USPs genutzt werden können. Jedes Unternehmen muss für sich individuell definieren, was es exportieren und wie es dies anstellen will. In unserem Fall bedeutet das zum Beispiel, dass wir gewisse Leistungen in enger Zusammenarbeit über mehrere Standorte hinweg und mit geeigneten externen Partnerunternehmen erbringen. Das Resultat als Ganzes ist dabei mehr als die Summe seiner Teile – nebst der erhöhten Flexibilität bezüglich Ressourcen profitieren die verschiedenen Standorte gegenseitig von ihren spezifischen Stärken. ◀

Tom Sprenger ist CTO von AdNovum, einem führenden Schweizer Software-Engineering-Unternehmen und Anbieter von individuellen und umfassenden IT-Lösungen und Services.

Martin Nokes baute von 2010 bis 2013 als Managing Director die AdNovum-Niederlassung in Singapur auf und ist heute Head of Business Development von AdNovum.