

«Schon mit 20 wollte ich eine Firma gründen»

Im Gegensatz zu Informationen im Web sind Geschäftsdaten kaum verknüpft. Das will Martin Schiesser mit dem Start-up Firefly ändern. Künftig sollen Unternehmer im «Linked Data Enterprise» den vollen Durchblick haben.

→ INTERVIEW: JENS STARK, FOTOS: STEFAN WALTER



ZUR PERSON

MARTIN SCHIESSER ist CEO und Gründer von Firefly. Vor dem Sprung in die Selbstständigkeit war der heute 45-Jährige in verschiedenen Führungspositionen im Bereich Managementberatung tätig, zuletzt als Partner/Managing Director bei Accenture. Der diplomierte Wirtschaftsingenieur kann auf 20 Jahre Erfahrung mit Business-Transformation-Programmen im SAP-Umfeld zurückblicken.

Das Ziel ist alles andere als bescheiden: Der Unternehmer der Zukunft soll eine gläserne Firma leiten, in der die Geschäftsdaten komplett untereinander verknüpft sind. Wie Martin Schiesser, Gründer und CEO von Firefly, diese Vision in Angriff nehmen will, erklärt er im Gespräch mit Computerworld.

Computerworld: Wir treffen uns hier auf dem Areal Ihres Kunden in Basel, haben Sie kein Büro?

Martin Schiesser: (lacht) Wir sind zurzeit immer bei unseren Kunden, da benötigen wir kein Büro. Darüber hinaus sind wir sehr virtuell, eine internationale Firma. Einer meiner Partner arbeitet in Prag. Dort werden wir bald Entwickler einstellen und Büros mieten. Zurzeit investieren wir unser Geld in unser Produkt, unsere Kunden und das Marketing.

CW: Wann dachten Sie das erste Mal über Ihre eigene Selbstständigkeit nach?

Schiesser: Schon mit 20 war es mein Wunsch, eine eigene Firma aufzubauen. Zugegeben, seither ist etwas Zeit verstrichen. Es ist jetzt aber ein guter Zeitpunkt.

CW: Wie kamen Sie denn auf die Geschäftsidee?

Schiesser: Die Geschäftsidee ist die Weiterführung des Know-hows, das ich in den letzten 10 bis 20 Jahren aufgebaut habe. Mit dem Team, mit dem ich nun Firefly gegründet habe, hatte ich schon zuvor bei meinem früheren Arbeitgebern viele erfolgreiche Projekte im Bereich Master Data Management durchgeführt. Das sind Projekte, bei denen es darum geht, bei grossen Kunden wie etwa ABB, der Swatch-Group, bei Coca-Cola und Syngenta, globale unternehmensinterne Daten zu managen. Dies geschah hauptsächlich im SAP-Umfeld. 2009 habe ich zum ersten Mal diese Geschäftsidee formuliert und aufgezeigt, dass etwa in den Bereichen Semantic Data Management und Cloud Computing viel Potenzial für erfolgreiche Projekte vorhanden ist. Die Idee habe ich mit diversen Leuten besprochen,

mit Mitarbeitern, Partnern, mit Vertretern aus der Industrie und Forschung. Bei Accenture habe ich daraus einen Geschäftsplan entwickelt und mich dann entschieden, dies mit einer eigenen Firma und Kollegen zu wagen.

CW: Was ist genau neu gegenüber dem, was Sie bei Ihren früheren Kundenprojekten gemacht haben?

Schiesser: Die klassischen Projekte in Sachen Master Data Management wurden mit den SAP-Technologien umgesetzt und diese basieren auf relationalen Datenbanken. Wir bauen nun aber eine Graphdatenbank auf, einen sogenannten Triple Store. Damit beschreiben wir Daten semantisch, was uns völlig neue Möglichkeiten der Verknüpfung bietet.

CW: Was bedeutet das in der Praxis?

Schiesser: Ich kann das am Beispiel einer Fertigungspizza erklären: Der Lebensmittelhersteller kennt heute nur die primären Daten seiner Produkte, also im Grunde genommen nur, dass die Pizza aus Teig, Tomatensauce, Käse und Fleisch besteht. Es wird für Unternehmen aber immer wichtiger, dass auch Informationen zweiten und dritten Grades, also die vollständige Informationskette, abrufbar sind.

CW: Das heisst, der Pizzafabrikant weiss nicht, wo seine Tomatensauce herkommt?

Schiesser: Doch, die Daten sind sicher irgendwo, aber sie sind nicht auf Knopfdruck verfügbar. Anderes Beispiel: Ich war diese Woche bei einem weltweit führenden globalen Maschinenbauer. Die müssen aufgrund neuer EU-Regeln die Produktkette ihrer Geräte zurückverfolgen können. Wenn also ein Fehler auftritt, muss nachgewiesen werden, von welchen Herstellern und Lieferanten jedes Einzelteil stammt. Bis all die Daten zusammengetragen sind, brauchen sie heute vielleicht einen Monat. Genau hier setzt unsere Idee an: Die Daten, die es bereits im Unternehmen gibt, sollen miteinander vernetzt werden. Um das Pizza-beispiel nochmals zu bemühen: Man könnte schlussendlich auf Knopfdruck abrufen, ob für die Inhaltsstoffe →

«Würden wir in der Schweiz entwickeln lassen, wären wir nicht konkurrenzfähig»

Martin Schiesser



Computerworld-Redaktor Jens Stark im Gespräch mit Martin Schiesser

Pestizide angewendet wurden oder wie die Arbeitsbedingungen im Herkunftsland sind. Die Idee ist also nicht, neue Informationen zu generieren, sondern bestehende Informationen besser zu vernetzen. Wir setzen dies mit einem semantischen Superlayer um.

CW: Ein CIO bekommt nun bestimmt leuchtende Augen, wenn er Sie so hört. Wie überzeugen Sie aber den CEO oder den CFO von Ihrer Idee?

Schiesser: Gerade dort setzen wir derzeit an. Wir beginnen mit Managementconsulting und erarbeiten den Geschäftsnutzen für den CEO oder CFO anhand eines Business Cases. Als Beispiel kann ich das sogenannte Integrated Reporting anführen. Hier geht es darum, nicht nur Finanzkennzahlen für den CFO zu rapportieren, sondern weitere Kennzahlen etwa zur Nachhaltigkeit, zur unternehmerischen und zur sozialen Verantwortung zusammenzutragen.

CW: Können Sie ein Beispiel nennen?

Schiesser: Nehmen wir an, ein CFO wünscht einen Sustainability-Report zum Energieverbrauch in seinem Unternehmen. Heute muss er die einzelnen Werke meist per E-Mail kontaktieren, damit die ihm die benötigten Daten liefern. Mit Integrated Reporting hätte er die entsprechenden Zahlen zur Verfügung und könnte diese für die Planung einsetzen. Dadurch, dass er weiss, wo er steht, könnte er den einzelnen Werken bezüglich des Energieverbrauchs auch Vorgaben machen. Unser Ansatz ist es zu vernetzen und damit die Agilität der Unternehmen möglichst zu steigern.

CW: Wir sitzen hier bei einem weltweit führenden Pharmaunternehmen, was ist hier genau Ihr Business Case?

Schiesser: In der Pharmaindustrie werden die verschiedenen Regulatorien immer wichtiger. Gleichzeitig hat man es mit sehr grossen Unternehmen zu tun, deren Komplexität ständig zunimmt. Zudem werden häufig Firmen hinzugekauft und Bereiche wieder abgestossen. In diesem Zusammenhang ist eine Plattform, die verschiedene Informationsquellen vernetzen kann, Gold wert. Wir erschliessen damit für das Unternehmen Synergien.

CW: Sind diese Industrien nicht schon so reguliert, dass Sie kaum noch Spielraum haben?

Schiesser: Durch die Regulatorien sind viele Prozesse vorgegeben und es müssen Standards eingehalten werden. Das ist schon richtig. Wie man das aber macht, wie effizient beispielsweise, ist jedem Unternehmen selbst überlassen. Jedes Pharmaunternehmen geht hier also seinen eigenen Weg. Zudem gibt es schon fertige Lösungen, die aber meis-

tens mit der Komplexität der Unternehmen überfordert sind. Es ist dann oft eine Sisypusarbeit, das bis ins letzte Detail nachweisen zu können.

CW: Sie behaupten von sich, mit diesem System ein Market Maker zu sein. Was gibt Ihnen diese Zuversicht?

Schiesser: Wir beobachten den Markt sehr genau. Es gibt Konkurrenten, die aber meistens im Web-Umfeld zu Hause sind. Das ist auch logisch, kommen doch die Techniken von dort. Wir sind dagegen mehr im Enterprise-Markt zu Hause und wollen die Techniken innerhalb einer Firma anwenden. Die Konkurrenz könnte sicherlich ein System bereitstellen, das Informationen im Web sammelt und analysiert. Sie wissen aber wenig über die inneren Prozesse der Unternehmen. Firefly hat hier mit dem Wissen über interne Geschäftsprozesse und der Technologie definitiv die Nase vorn und kann einen völlig neuen Markt erschliessen, der zudem meines Erachtens riesengross ist. Meine Zuversicht ist auch deshalb gross, weil es auf unserem Gebiet viele Forschungsprojekte gibt. Die EU hat im Rahmen des Projekts Horizon 2020 grosse Summen an Forschungsgeldern gesprochen. Das Thema steckt also noch in den Kinderschuhen. Gestern war ich in diesem Zusammenhang an der Karlsuniversität in Prag, mit der wir eine Partnerschaft aufbauen. Dort doktorieren derzeit sechs Personen zu diesen Themen, einige davon planen wir einzustellen.

CW: Ist das auch der Grund, warum Sie hauptsächlich in Prag Ihre Software entwickeln lassen?

Schiesser: Ja, das Know-how ist sehr gross und die Universitäten und Forscher leisten genau zu unserem Thema wichtige Arbeit. Ein anderer Grund ist aber auch, dass die Lohnkosten gut 60 Prozent tiefer sind als in der Schweiz. Dadurch können wir von Prag aus in ganz Europa unseren Kunden attraktive Preise anbieten und trotzdem profitable Projekte durchführen. Würden wir in der Schweiz entwickeln lassen, wären wir nicht konkurrenzfähig. Ein weiterer Vorteil ist, dass Prag in derselben Zeitzone liegt und unsere Kunden davon profitieren.

CW: Wie sieht Ihr Businessplan aus? Wie wollen Sie schlussendlich Geld verdienen?

Schiesser: Unser Geschäft soll aus drei Bereichen bestehen: Management Consulting, Software-Lizenzen beziehungsweise Subskription sowie Datenpflege auf der Plattform. Dabei soll in den ersten Jahren das meiste Geld mit Implementierungsprojekten verdient werden. Danach ist geplant, den Anteil, den Plattformerlöse und -datenpflege einspie-

len, sukzessive zu erhöhen. Unter Pflege verstehen wir, dass wir für die Kunden Reports aus den verlinkten Daten bereitstellen oder Daten auf der Plattform pflegen. In diesem Zusammenhang planen wir den Aufbau einer Data Factory. In Sachen Kunden gehen wir auf die grösseren Firmen zu, und zwar aus den Bereichen Life Science, Konsumgüter und Industrie. Hier wollen wir zunächst mit vier Kunden in zwei Ländern – Schweiz und Deutschland – Projekte durchführen. Danach soll das Deutschlandgeschäft aufgebaut werden. Das Ziel ist es, uns als Erste im deutschsprachigen Raum zu etablieren und später in Europa zu expandieren.

CW: Sie wollen einige Grosskunden gewinnen, entsteht da kein Klumpenrisiko?

Schiesser: Das ist zwar richtig, ich glaube jedoch, dass wir mit dem Modell von Accenture Erfolg haben werden. Die Firma hat nur 100 Kunden, macht mit diesen aber weltweit 25 Milliarden US-Dollar Umsatz. Ziel ist auch für uns, ein gutes, persönliches Verhältnis mit wenigen Kunden aufzubauen. Meiner Ansicht nach bringt das langfristig gesehen für beide Parteien mehr.

CW: Haben oder hatten Sie Geldgeber?

Schiesser: Nein, wir fahren den sogenannten «Lean Start-up Approach» und sind selbstfinanziert. Fünf Aktionäre haben die Firma privat gegründet, das ist das Kernteam. Wir sind zwar schon offen für einen Investor, aber nicht zu jedem Preis. Mit einem Investor ginge der Geschäftsaufbau schneller. Handkehrum entstünden Abhängigkeiten und Druck auf die Unternehmensführung.

CW: Und das wollen Sie nicht?

Schiesser: Nein, und zwar, weil mir einige Negativbeispiele bekannt sind von Jungunternehmen, die viel Geld verbrannt haben. Sie haben erst ein Produkt für 20 Millionen Franken entwickelt und sind danach zum Kunden, nur um festzustellen, dass dieses in der Form gar nicht benötigt wird. Wir machen es umgekehrt und gehen zuerst zum Kunden. Allerdings kommen wir nicht mit leeren Händen. 80 Prozent des Produkts steht schon, das Finishing machen wir zusammen mit dem Abnehmer. Dieser wird dabei zum Co-Innovationspartner und erhält einen Discount.

CW: Finden Sie, das Schweizer Umfeld macht es Gründern besonders einfach oder eher schwierig?

Schiesser: Hier eine Firma zu gründen, war sehr unkompliziert. Diesbezüglich ist die Schweiz wirklich ein sehr fortschrittliches Land.

CW: Sie wären etwa im Silicon Valley nicht glücklicher gewesen?

Schiesser: Mit diesem Gedanken habe ich mich tatsächlich schon einmal auseinandergesetzt. Wir denken sehr wohl an einen kalifornischen Partner, das wäre schon cool. So habe ich Kontakt zu Snaplogic, die auf Integrationen in der Cloud und im Internet spezialisiert sind. Künftig könnten wir beispielsweise Facebook als «Snap» an unsere Plattform anbinden.

«Das Umfeld ist ständig in Bewegung. Mit dieser Dynamik können viele IT-Systeme nicht umgehen»

Martin Schiesser

CW: Sie arbeiten mit dem Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) zusammen. Was steuern die bei?

Schiesser: Mit dem DFKI haben wir eine sehr lose Partnerschaft. Die Idee ist, dass wir gemeinsam Forschungsprojekte durchführen, vor allem auf Wunsch von Kunden. Angedacht sind etwa Forschungen im Bereich der grafischen Erkennung von Objekten.

CW: Wann könnte das erste komplette Linked Data Enterprise, wie Sie es sich vorstellen, stehen?

Schiesser: Das ist schwer zu sagen. Wir werden sicher die ersten Projekte im nächsten Jahr abschliessen. Dann werden wir noch viel Überzeugungsarbeit leisten müssen, um alle für ein solches Unternehmen ins Boot zu holen. Wenn ich schätzen darf, könnte diese Vision vielleicht in zehn Jahren Realität sein. ←

DIE FIRMA

FIREFLY INFORMATION MANAGEMENT AG

Firefly wurde Ende Juni 2014 von Martin Schiesser gegründet. Das Start-up mit Sitz in Zug besteht derzeit erst aus 3 Mitarbeitern, arbeitet aber mit gut 20 Freelancern zusammen. Ab Januar 2015 stossen 5 Entwickler in Prag zum Firefly-Team.
www.fireflyim.com