

EveryWare-CEO

# «Der IT-Markt ist sehr spannend»

Die Business-IT steht vor einem Wandel. Die Hyperscaler drängen auf den Markt, Firmen müssen ihre Altsysteme ablösen, denn die Millennials wünschen moderne Apps. Ein spannendes Umfeld, sagt EveryWare-CEO Kurt Ris.

→ INTERVIEW: MARK SCHRÖDER, FOTOS: SAMUEL TRÜMPY

## ZUR PERSON

### Kurt Ris

amtet seit 2006 als CEO von EveryWare. Er ist als Mitgründer und Mitbesitzer schon seit über 20 Jahren in dem Unternehmen tätig. Zuvor war Ris in Führungspositionen bei Ecofin Research & Consulting angestellt. Er absolvierte ein Wirtschaftsstudium an der Universität Zürich und promovierte im Bereich Finance und Informatik.

Die nächste Generation der Unternehmens-IT ist die Cloud. Den meisten kommen dabei zuerst Amazon, Google und Microsoft in den Sinn. Eine Herausforderung für die Zürcher Firma EveryWare. Sie baut schon seit Jahrzehnten Cloud-Plattformen für ihre Kunden auf – und investiert dabei viel Geld, Know-how und Ressourcen. Wie CEO Kurt Ris im Interview weiter sagt, ist ein Schweizer Anbieter oftmals die bessere Wahl.

### Computerworld: Können Sie als Schweizer Anbieter bei den Preisen der globalen Wettbewerber mithalten?

**Kurt Ris:** Ja, durchaus. Es ist ein Mythos, dass ausserhalb der Schweiz, gemessen an der Produktivität, ein anderes Preisniveau vorherrscht. Natürlich gibt es Länder mit tieferen Stundensätzen. Es muss aber hinterfragt werden, wie dort produziert wird und wie zuverlässig die Anbieter sind.

### CW: Ist die Swissness ein gutes Verkaufsargument?

**Ris:** Für die Schweizer Kunden ist Swissness ein Verkaufsargument, für ausländische Firmen eher nicht. Sie suchen einen Schweizer IT-Dienstleister nur dann, wenn zum Beispiel die Holding in der Schweiz angesiedelt ist. Ansonsten wählen sie keinen Schweizer Anbieter. Wir würden es uns zwar wünschen, der Markt ist aber nicht vorhanden.

Als Grund sehe ich die rechtlichen Rahmenbedingungen. Es ist komplizierter, IT-Services aus einem anderen Rechtsraum zu beziehen. Bestes Beispiel sind die Entwicklungen rund um die Beziehungen zwischen Google und Huawei. Dort ist es überhaupt nicht absehbar, wie sich die beiden Akteure und ihre jeweiligen Staaten künftig verhalten.

Vor diesem Hintergrund müssen sich Schweizer Unternehmen die Frage stellen, ob sie kritische Services von einem «amerikanischen Cowboy» beziehen sollten –, um es überspitzt zu formulieren. Besser wählt das Unternehmen einen Schweizer Partner, der dieselbe Kultur hat, dieselbe Sprache spricht und der im gleichen Rechtsraum agiert.

### CW: Wie viel teurer ist der Schweizer Anbieter verglichen mit dem US-amerikanischen?

**Ris:** Der Schweizer Anbieter ist gar nicht teurer. Die Hyperscaler pflegen zwar den Mythos, dass sie unglaublich günstig sind. Aber das stimmt schlicht nicht.

Nur ganz wenige Experten können im Voraus abschätzen, wie viel Geld ein bestimmter Amazon-Service kostet. Diese Lösungen sind extrem komplex, da der Verbrauch an den unterschiedlichsten Stellen gemessen und dann auch berechnet wird. Eine realistische Prognose ist fast unmöglich. Wenn ein Kunde den Service dann produktiv einsetzen will, sind die Betriebskosten überraschend hoch.

Anders verhält es sich bei einmaligen oder kurzfristigen Projekten. Wer Amazon zum Entwickeln oder Testen einsetzen will, kann vergleichsweise günstig viele Funktionen und hohe Kapazität beziehen. Dann rechnet sich eine eigene Infrastruktur oder ein Outsourcing (zu uns) nicht.

### CW: Mehrere Hyperscaler planen den Markteintritt in der Schweiz. Rechnen Sie vermehrt mit Anfragen Ihrer Kunden wegen der Preise? Oder gar mit Kündigungen?

**Ris:** Ich glaube nicht daran, dass sich durch den Markteintritt der Hyperscaler die Nachfrage in der Schweiz dramatisch verändert. Denn die Anbieter sprechen teilweise komplett andere Kundensegmente an.

Nehmen wir zum Beispiel Microsoft, die in den nächsten Monaten unter anderem Office 365 und damit Exchange in die Schweiz bringen. Für einige Kundengruppen wird der Markteintritt dabei helfen, Barrieren (schneller) abzubauen. Über kurz oder lang wären allerdings die Standard-Services wie E-Mail sowieso in die Cloud ausgelagert worden – ob nun in Schweizer Data Center oder in europäische. Die Server im Inland werden die Auslagerung der standardisierten Services sicherlich noch beschleunigen. Die Leidtragenden werden die Anbieter im Standardgeschäft sein, also insbesondere die Telekommunikationskonzerne.



**Kurt Ris ist seit über 20 Jahren der Mitbesitzer von EveryWare**

**CW:** EveryWare bewegt sich in einem anderen Markt ...

**Ris:** Korrekt. Sobald es aber um den Betrieb von individualisierten Systemen geht oder die komplette Infrastruktur outgesourct wird, ist es ein anderes Geschäft. Hier glaube ich nicht an die uneingeschränkten Erfolge der Hyperscaler. Sie werden einige Teilbereiche abdecken, für uns bleibt immer noch ein signifikanter Anteil.

## «Die Amerikaner nehmen sich viele Rechte heraus»

Kurt Ris

Ein schöner Vergleich ist der Möbelmarkt, den Ikea auch nicht zu 100 Prozent beherrscht. Sie produzieren Möbel zu unglaublich tiefen Preisen. Um realistisch zu rechnen, müssen zu den Einkaufskosten aber noch die Produktionskosten addiert werden, die durch das Montieren der Möbel entstehen. Wenn ich für das Aufbauen des Kleiderschranks einen halben Tag benötige, muss ich diese Zeit im Sinne einer realistischen Kalkulation einberechnen. Am Ende ist zwar der Preis auf dem Papier günstiger, die tatsächlichen Kosten sind aber viel höher. Analog verhält es sich im Cloud-

Geschäft: Der Einstiegspreis ist tief, sobald individualisierte Services hinzukommen, wird es teuer.

**CW:** Welche Hürden sehen Sie für einen Wechsel zum Beispiel auf Office 365?

**Ris:** Heute ist es doch vielerorts Realität, dass ein zehnjähriges E-Mail-Archiv einer Firma die gesamte Unternehmenshistorie enthält. Hier gilt es, sehr genau abzuwägen, wem ein solcher Schatz anvertraut wird. Auch wenn die Schweiz heute hervorragende Beziehungen zu den Nordamerikanern oder Chinesen unterhält, heisst es noch lange nicht, dass es auch in fünf oder zehn Jahren noch so ist. Insbesondere die US-Amerikaner nehmen sich viele Rechte heraus – und über den «US Cloud Act» haben sie theoretisch schon heute die volle Kontrolle über alle Daten.

**CW:** Thematisieren Ihre Kunden den «US Cloud Act»?

**Ris:** Nein, leider nicht. Als einen Grund sehe ich, dass es vielen Führungsetagen an IT-Kompetenz mangelt. Das Management weiss häufig nicht, was die Cloud ist und welche Vor-, aber auch Nachteile sie hat.

Vielerorts wird die IT noch immer traditionell angesehen: Hardware sowie Software werden einmal eingekauft und dann benutzt. Damit ist die Transaktion beendet und der Hersteller hat keinen Zugriff mehr auf sein Produkt. Cloud-Services funktionieren allerdings ja vollkommen anders: Der Kunde geht eine wiederkehrende Vertragsbeziehung ein, in der es dem Anbieter freisteht, sogar die Vertragsbedingungen zu ändern. Der Kunde hat somit keinerlei Steuerungsmöglichkeiten mehr. →



**Kurt Ris sieht viel Potenzial in der «Cloudisierung»**

## ZUR FIRMA

### EveryWare

wurde 1995 in Zürich als Internet Service Provider gegründet. Die Firma ist eigentümergeführt und eigenfinanziert. EveryWare besitzt ein schweizweites IP-Breitbandnetzwerk und zwei Tier-III-Rechenzentren im Raum Zürich mit einer Gesamtfläche von über 3000 Quadratmetern. Rund 85 Angestellte betreiben für mehr als 3000 Kunden Cloud-Plattformen mit mehreren Tausend Compute Nodes und über 10 000 virtuellen Servern.

→ [www.everyware.ch](http://www.everyware.ch)

### **CW:** Sie sind nun über 20 Jahre im Unternehmen. Wie hat sich das Geschäft von EveryWare verändert?

**Ris:** Streng genommen nicht gross – und doch immens. Unsere Ursprünge liegen im Internet Service Providing. Schon damals haben wir ohne einen einzigen Kunden ein zentralisiertes System aufgebaut. Erst als die Plattform fertig war, wurden damit die ersten Kunden bedient.

Allerdings haben wir vor 20 Jahren die Provider-Plattform mit den damals gängigen Technologien gebaut. Hierbei war viel Eigenleistung erforderlich, da wenige fertige Lösungen am Markt verfügbar waren. Heute sind dank der «Cloudisierung» neue Frameworks wie OpenStack vorhanden, die bereits einen grossen Funktionsumfang mitbringen. Mit dem passenden Know-how lassen sich vollautomatisierte Plattformen bauen und weiterentwickeln.

Wir haben uns über die Jahre zu einem spezialisierten Managed-IT-Anbieter entwickelt. Das Spektrum reicht vom langjährigen Plattformen-Know-how über die Expertise in Outsourcing-Projekten und das Engineering-Know-how bis hin zum Betrieb geschäftskritischer Applikationen.

### **CW:** Ganz schön viel Eigenlob. Bestimmt können Sie das anhand eines Kundenszenarios erläutern.

**Ris:** Gerne. Einer unserer Vorzeigekunden ist der Industriekonzern Griesser. Der Familienbetrieb mit rund 1300 Angestellten fertigt Storen und Sonnenschutzprodukte an Standorten in Deutschland, Frankreich und Österreich. Sie alle werden aus der Schweiz mit IT-Systemen beliefert. Wir haben die frühere Infrastruktur von Griesser modernisiert und in unsere Schweizer Data Center geholt. Heute arbeiten alle rund 500 IT-Angestellten auf einem zentralen Terminal Server von Citrix. Daneben beziehen sie Office 365 aus der Cloud. Nur bei den Workstations hat sich Griesser die Selbstständigkeit bewahrt – und verwaltet die Clients selbst. Für alle anderen Services haben wir die volle Verantwortung.

Dieses Szenario ist insbesondere deshalb bemerkenswert, weil Industriebetriebe wie Griesser vollkommen abhängig von der IT sind. Alle Kernsysteme für das Geschäft sind inhouse. Wenn sie ausfallen, steht die Produktion.

### **CW:** Angesichts solcher Kunden dürften die Geschäfte von EveryWare gut gehen ...

**Ris:** Ja, wir wachsen kontinuierlich mit durchschnittlich rund 10 Prozent. Mittlerweile sind wir seit über 20 Jahren auf dem Markt und wollen gar nicht mit 50 Prozent pro Jahr wachsen. Vielmehr entwickeln wir uns solide und müssen keine grossen Rückschläge hinnehmen. Dabei ist unsere Philosophie: Wir bauen Services auf, mit denen wir eine mittel- bis langfristige Perspektive haben. Weiter entwickeln wir uns stetig mit dem Markt, sprich den Innovationen, den Technologien und den Kundenbedürfnissen. Wir wissen, dass wir in fünf Jahren nicht mehr mit den gleichen Lösungen und Konzepten arbeiten, wie wir es heute tun. Mit dem technologischen Fortschritt müssen wir mithalten, was viel interne Arbeit mit sich bringt. Dann ist es allerdings unrealistisch, etwa 30 Prozent Wachstum anzustreben. Das ginge mit zu vielen Anpassungen, Neuerungen und Wechseln einher, was die Organisation nicht verkraften würde.

### **CW:** Welche Entwicklungen oder Themen beeinflussen zurzeit Ihr Geschäft?

**Ris:** Die Marktsituation ist aktuell sehr spannend. Die «Cloudisierung» nimmt Fahrt auf, angetrieben einerseits durch den Markteintritt der Hyperscaler. Andererseits aber auch durch den Wunsch der Kunden, ihre Infrastruktur ablösen zu wollen. Manchenorts ist noch der Generationswechsel in der Belegschaft ein Treiber, denn die älteren IT-Mitarbeiter gehen langsam in Pension. Die jüngeren Kollegen sind nicht mehr gewillt, mit den «alten» Systemen zu arbeiten. Entsprechend registrieren wir eine grosse Nachfrage nach Outsourcing, Cloud und Managed Services.

### **CW:** Die Schweiz besitzt einen vergleichsweise grossen Mittelstand, der oftmals international tätig ist. Wie international sind Sie aufgestellt?

**Ris:** Bei dieser Art von Kundschaft ist entscheidend, wie viele der IT-Arbeitsplätze im Ausland angesiedelt sind. Wenn es sich bei den ausländischen Standorten zum Beispiel um Produktionsniederlassungen handelt, die Kunden die IT-Services aber zentral beziehen wollen, sind wir der richtige Partner. Sobald aber mehrere Standorte auf unterschiedlichen Kontinenten vorhanden sind – was bei Schweizer Mittelständlern durchaus oft der Fall ist –, sind wir nicht mehr die Richtigen. Diese Unternehmen mit Aktivitäten in mehreren Sprachen und verschiedenen Zeitzonen sind uns eine Nummer zu gross.

### **CW:** Müssen Sie Kunden ablehnen?

**Ris:** Ja, wir müssen selektieren. Es gilt zu entscheiden, welche Kunden mit welchen Bedürfnissen wir bedienen wollen und können und welche nicht. Entsprechend bieten wir nicht bei jeder Ausschreibung mit. Und auch bei Projekten sortieren wir diejenigen aus, bei denen wir die erforderlichen Ressourcen nicht aufbieten können.

Das kontinuierliche Wachstum erfordert natürlich auch einen permanenten Ausbau unserer Kapazitäten. Das kostet allerdings sehr viel Zeit. Das Einarbeiten neuer Mitarbeiter dauert zum Teil ein Jahr, da wir ein breites fachliches Know-how und ein gutes Kundenverständnis aufbauen wollen. Wir dürfen den Kunden nicht permanent anfragen, ob er zufrieden ist oder welche weiteren Dienstleistungen er wohl wünschen würde. Unser Anspruch ist vielmehr, die jeweiligen Kundenbedürfnisse zu verstehen und

ihm genau diejenigen Services zu offerieren, die er benötigt. Hierbei arbeiten wir in multifunktionalen Teams, die jeweils die Verantwortung für einen Kunden übernehmen.

**CW: Lege ich einen Finger in die Wunde, wenn ich Sie nach der Fachkräfteknappheit frage?**

**Ris:** Ja, das ist eine Herausforderung im Schweizer Markt. Es gibt einen wirklich grossen Mangel an Fachkräften. Allerdings können wir den System Engineers ein sehr interessantes Profil anbieten: Als mittelständisches Unternehmen betreuen wir mittelständische Kunden. Damit haben die Mitarbeiter einerseits die Möglichkeit zum Mitgestalten, andererseits aber auch die Option, dass sie noch den Überblick haben über das spezifische Kundenszenario. Zum Beispiel bei Google wird der Mitarbeiter sich erstens sehr spezialisieren müssen. Und zweitens bekommt er vom Kerngeschäft überhaupt nichts mit. Wer Freude an technologischer Innovation hat, findet bei EveryWare ein Paradies vor.

**CW: Das tönt verlockend. Haben Sie womöglich wenig Probleme, neue Mitarbeiter zu gewinnen?**

**Ris:** Nein, leider nicht. Wir kämpfen genau wie alle anderen Marktbegleiter um die besten Fachkräfte.

Noch viel mehr kämpfen allerdings die Anwenderunternehmen um die Spezialisten. Viele Firmen haben in ihrer IT nicht mehr die Mitarbeiter, die sie sich dort wünschen. Und die sie dort eigentlich haben müssten, um die Digitalisierung voranzutreiben. Auch wenn es die IT-Leiter und die Geschäftsführungen nur ungern zugeben: Hier entsteht ein gewisser Druck, die IT auszulagern.

**CW: Damit sollten Sie einigen Zulauf haben. Was fehlt EveryWare verglichen mit den Marktbegleitern?**

**Ris:** Eine der zentralen Herausforderungen für uns ist die Bekanntheit am Markt. Wir sind verglichen mit Marken wie Google, Microsoft oder Swisscom ein absoluter No-Name.

Zudem kommunizieren die Marktbegleiter noch sehr aggressiv, sodass wir und die übrigen Anbieter bei den Kunden kaum Gehör finden. Hier müssen wir uns verbessern.

Beispielsweise wollen wir in den Medien noch aktiver werden und an bestimmten Veranstaltungen mehr Präsenz zeigen als bis anhin schon. Meiner Meinung nach nützen dabei flächendeckende Werbekampagnen leider gar nichts, weil wir nicht den Endkonsumenten ansprechen. Vielmehr müssen wir spezifische Kanäle für die mittelständischen Unternehmen nutzen, um die Bekanntheit unserer Marke EveryWare weiter zu steigern.

## «Wer Freude an Innovation hat, für den ist EveryWare ein Paradies»

Kurt Ris

**CW: Wenn Kunden Sie nach Digitalisierung fragen, welche Tipps geben Sie ihnen?**

**Ris:** Alle sind heute der Überzeugung, dass Digitalisierung notwendig ist und dass sie sich auch rechnet. Dabei ist Digitalisierung hauptsächlich die Automatisierung von Prozessen mithilfe von Computertechnologie. Damit eine Anwendung sinnvoll ist und sich rechnet, ist eine bestimmte Grösse erforderlich – Stichwort: Skalierbarkeit. Damit eignen sich aber nicht alle Prozesse und auch nicht alle Markt- respektive Unternehmensgrössen.

An diesem Punkt setzt unsere Beratung an: Wir zeigen den Kunden auf, welche Prozesse sich eignen könnten und welche keinesfalls. Genauso bei Produkten oder Märkten. Wenn kein Skalierungspotenzial vorhanden ist, lohnt der Aufbau einer teuren Plattform schlicht nicht. Amazon skaliert ganz anders als ein Schweizer Detailhändler.

**CW: Systeme mit künstlicher Intelligenz können die Geschäfte vereinfachen. Fragen Ihre Kunden danach?**

**Ris:** Die künstliche Intelligenz wird uns in Zukunft zweifelsohne bei standardisierten Prozessen unterstützen. Entscheidend ist dabei die Standardisierung. Denn eine künstliche Intelligenz ist natürlich nicht «intelligent», sondern basiert auf Regeln und Routinen. Die vorgeblichen Fortschritte der letzten Jahre in diesem Bereich haben ausschliesslich mit der viel grösseren Rechenkapazität zu tun, die mittlerweile verfügbar ist.

Mein Lieblingsbeispiel sind die Online-Übersetzungen: Einige Online-Anbieter sind heute schon besser als ein professionelles Übersetzungsbüro. Der Grund für die überlegene Leistungsfähigkeit des Roboters ist die riesige Lernumgebung, in der er trainiert wird. Er stützt sich beispielsweise auf das europäische Recht. Hier gibt es Millionen Seiten an Text, der von Profis in mühsamer Handarbeit in 27 Sprachen übersetzt wurde – mit dem Anspruch einer jeweils perfekten Übersetzung. Anhand dieser Texte kann der Roboter lernen, wie korrekt übersetzt wird. Beim Anwenden benötigt er dann allerdings nicht mehr Tage oder Wochen, sondern eher Sekunden. ←



Kurt Ris will EveryWare noch bekannter machen