

Komplexe IT-Produkte sind anspruchsvoll

Wer eine Firma gründet, ist mit zahlreichen Herausforderungen konfrontiert, insbesondere bei **hochkomplexen Produkten mit einem hohen Anteil an IT.**



Henrik Kammermann
CEO & Founder Picstars AG

Herr Kammermann, Sie legen den Fokus einerseits darauf, Social-Media-User automatisiert zusammenzuführen. Auf der anderen Seite soll jedes Unternehmen die Möglichkeit erhalten, während eines beliebigen Zeitraums die Performance der Kampagne und das Budget zu messen. Welche Fragen müssen dabei zu Beginn geklärt werden?

Zuerst geht es um die Frage, ob ein interner CTO angestellt werden soll oder ob wir diese Aufgabe selber übernehmen. Dann muss geklärt werden, ob ein internes IT-Tech-Team eingestellt wird oder ob sich

die Frage des Outsourcings stellt. Denkbar ist immer auch eine gemischte Variante. In unserem Fall war entscheidend, dass wir im Endausbau ein hochkomplexes Produkt auf den Markt bringen wollten, das Spezialisten-Know-how in diversen IT-Rollen verlangt. Zusätzlich wollten wir, dass die Business-Anforderungen und Möglichkeiten, welche die IT bietet, eng abgestimmt sind und zukunftsfähig bleiben. Dafür ist in Bezug auf die IT ein entsprechendes Business-Verständnis erforderlich. Das fängt erfahrungsgemäss schon bei einer gemeinsamen Sprache an.

Haben Sie denn einen passenden Partner gefunden?

Da wir aus IT-Sicht Themen wie Fotos, Videos, Kommunikation, Mobile und hochskalierbare Systeme abdecken, haben wir einen Partner ausgewählt, der sich in diesen Bereichen auskennt und uns mit dem nötigen Start-up-Know-how und der technischen Umsetzung unterstützt. Gelegentlich kam uns dabei, dass wir als Start-up einen Teil der zu leistenden Entwicklungsarbeiten in Aktien bezahlen konnten. Zudem können wir unser IT-Know-how ohne zusätzliche Kosten auch im Fall von Marktverzögerungen sicherstellen. Aus einem Lieferanten wurde ein Partner, der unsere Vision verfolgt.

Worauf fokussieren Sie in erster Linie?

Wir verstehen uns als Werbe-Service-



Kluge Entscheidung – Kernkompetenzen sollten den Experten überlassen werden.

Dienstleister für Unternehmen, die eine Marke, einen Brand oder ein Produkt auf sämtlichen Social-Media-Plattformen via Social-Media-User kommunizieren und verbreiten möchten. Die User benutzen dafür eine Foto-Video-App. Die Aufnahmen werden automatisch auf Social Media gepostet und mit der möglichst perfekten Kampagne, passend zum Absender und Fotoinhalt dargestellt. Die Verbreitung und

die anvisierte Zielgruppe sind kontrollierbar und messbar.

Was heisst das konkret?

Unsere App-User sind die perfekten Markenbotschafter. Sie versuchen, ihre Freunde und Followers auf Social Media von ihren Lieblingsbrands zu überzeugen. Eine Art von One-to-One-Marketing oder ganz einfach formuliert Word-of-Mouth auf So-

cial Media. Die Ambassadors werden dabei anhand ihres Erfolges und der erzielten Reichweite belohnt.

Haben Sie konkrete Beispiele, um dies zu illustrieren?

Ein bekannter Sportler kann zum Beispiel auf seinen Fotos seine Sponsoren kommunizieren. Oder Event-Besucher verbreiten auf ihren Fotos die Event-Sponsoren. Auch ein KMU kann so willkommene Aufmerksamkeit generieren.

Wie sind Sie bei der Gründung Ihres Start-ups vorgegangen?

Vier Unternehmer haben die Firma 2014 gegründet. Ein erster Prototyp der App war danach im App Store erhältlich. Auch ein erster Proof of Market mit zahlenden Kunden ist bereits abgeschlossen. Für ein schnelles Wachstum planen wir eine Finanzierungsrunde. Wichtig ist hier auch, IT-Kompetenz, in unserem Fall mit einem externen Partner, vorweisen zu können. Damit sinkt für den Investor das Umsetzungsrisiko.

Wie geht es nun weiter?

Zukünftig werden wir mit zunehmendem Wachstum auch interne IT-Stellen schaffen, die das System weiterentwickeln und unterhalten können. Sobald wir eine bestimmte Reife erreicht haben, bietet unser IT-Partner seine Aktien zum Verkauf an, um in neue Projekte zu investieren.

Christian Lanz ■

futureLAB



Lösungen für Startups Shuttle Booster

Unterstützungsprogramme für Startups gibt es einige – aber keines bietet vergleichbares Knowhow und Unterstützung

Weil Informations- und Kommunikationstechnologien in modernen Businessmodellen immer wichtiger werden, unterstützen wir ambitionierte Jungunternehmer mit Knowhow und finanziell. Wir konzipieren, entwickeln und führen massgeschneiderte Softwarelösungen ein, schonen das Budget mit attraktiven Preismodellen und -nachlässen und beteiligen uns als Investor.

Unser Programm heisst Shuttle-Booster

Das Startup ist der Shuttle, wir sind der Booster. Mit Shuttle-Booster entlasten und unterstützen wir das Startup, damit es sich auf seine Geschäftsidee konzentrieren kann. Die Starthilfe in Form der ISO-9001-basierten Softwareentwicklungskompetenz von futureLAB dient dabei als „Booster“, die dem Jungunternehmen den notwendigen Schub verleiht.

Darüber hinaus beteiligt sich futureLAB als Investor an der Firma und stellt dabei die gesamte Erfahrung, die passionierten Entwickler und die gesamte Entwicklungsinfrastruktur zur Verfügung.

Für viele Startups ist die Frage des Timings entscheidend. futureLAB kann den Zeitraum, in dem die liquiden Mittel des Startups vollständig aufgebraucht sind, entscheidend verlängern, indem sie den Fixkostenanteil für die Software-Entwicklung wesentlich reduziert und damit die Cash-Burn-Rate entsprechend verringert.

Gemeinsam sind wir ein Dream-Team

Seit 1995 arbeiten die Gründer von futureLAB mit Startups zusammen. futureLAB entsprang im Jahr 2000 indirekt selbst aus einem Startup, dem ersten kommerziellen Internetprovider der Schweiz. Seit der Gründung hat futureLAB wiederholt in neue Ideen investiert, aus denen auch Startups entstanden sind.

Mit dem über die vielen Jahre aufgebauten fundierten Wissen in den Bereichen Marketing, Vertrieb sowie Finanzen und dem Aufbau von Geschäftsinfrastrukturen, kann unser erfahrenes und Startup-erprobtes Team bei Bedarf als Sparring Partner massgebend zum Erfolg des Startup beitragen.

Die langjährige Erfahrung mit innovativen Geschäftsideen, Prozessen und Produkten von futureLAB ist eine weitere wichtige Komponente für einen erfolgreichen Aufstieg des „Shuttles“ in die Umlaufbahn.

Letztlich kann unsere Leidenschaft für Startups den Unterschied ausmachen. Besonders bei kniffligen Fragestellungen oder beim Testen von Hypothesen, um tatsächliche Kundenbedürfnisse zu identifizieren, laufen wir zu Höchstform auf - es bleiben keine Geschäftsrelevanten Fragen unbeantwortet!

Erprobte Methoden für mehr Effizienz

Wir versuchen den Softwareentwicklungsprozess sowie sämtliche geschäftsrelevanten Prozesse stets zu verbessern, indem wir ständig daran arbeiten und anderen dabei helfen.

Mehrwert für unsere Startup-Kunden zu erzielen steht im Zentrum unseres Handelns. Wir setzen dabei hauptsächlich auf folgende Prinzipien und Methoden: Kanban, Scrum, Agiles Manifest und – ganz wichtig - mit einer offenen Diskussionskultur und mit pragmatischen und flexiblen Lösungsansätzen. Wir beherrschen auch die etablierten Projektmanagement-Methoden mit klar formulierten Zielen, Meilensteinen und Phasen.

Haben wir Dein Interesse geweckt?

Wir freuen uns auf Deine Kontaktaufnahme
+41 52 260 22 22, shuttle@futurelab.ch