



## «Am Anfang ist das Marketing oft wichtiger als das Produkt»

Die Allschwiler Software-Schmiede Softproviding AG entwickelt eigene Branchenlösungen auf SAP-Basis - und zwar so erfolgreich, dass deren Gründer im August zu «Neuunternehmer des Monats» gewählt wurden. Besonders für ein junges und noch kleines Unternehmen stellt die Einführung eigener Produkte eine hohe Hürde dar, weil der Software-Markt hart umkämpft ist und die Werbetrommel dementsprechend stark gerührt werden muss. Die Jungunternehmer haben ihre Mittel jedoch in die Entwicklung investiert.



Die Führungscrew des Software-Spezialisten «softproviding.net» in Allschwil. Foto Hannes-Dirk Flury

**Allschwil.** «Ich glaube, das ist der Beginn einer wunderbaren Freundschaft», sagte einst Humprey Bogart im Filmklassiker «Casablanca». Dieser Satz passt gut zum Software- und IT-Unternehmen Softproviding AG, deren Gründer zu «Neuunternehmer des Monats August 2001» gekürt wurden: Jan Grütter, Hanspeter Jordi, Volker Höferlin und Michael Knauer hatten zwar schon vor der Gründung der eigenen Firma in unterschiedlicher Zusammensetzung verschiedene Projekte

im SAP-Bereich durchgeführt. «Deshalb waren wir auch davon überzeugt, dass die Kombination der individuellen Fähigkeiten, Erfahrungen und Kenntnisse eine optimale Basis für ein gemeinsam betriebenes Unternehmen schafft, weil wir uns gegenseitig perfekt ergänzen», erzählt Geschäftsführer Jan Grütter.

## «Ein SAP-Generalunternehmer»

«Gleichzeitig betrachten wir den Satz von Bogart auch als unsere Philosophie im Umgang mit Kunden», meint Grütter. Der Kauf eines Produktes solle der erste, aber bei Leibe nicht der einzige Schritt der Geschäftsbeziehung darstellen. «Wir wollen unsere Kunden pflegen, bei der Einführung Beistand leisten und die flexible (d. h. parametrisierbare) Software exakt den Bedürfnissen und Anforderungen des jeweiligen Unternehmens anpassen, Ergänzungen oder Erweiterungen durchführen - kurz und gut: Wir sind an langfristigen Kontakten interessiert», meint Hanspeter Jordi. Die Firma entwickelt eigene Branchenlösungen in Ergänzung zu den SAP-Funktionen. «Wir sind also keine SAP-Dealer, die nur deren Standardprodukte verkaufen», erklärt Volker Höferlin, vielmehr trete Softproviding als eigenständiger Anbieter von Branchenlösungen am Markt auf. Das Unternehmen hat Branchenlösungen für die Lebensmittelindustrie («myMEAT»/Fleisch- und Wurstwarenindustrie) und für die Medizinaltechnik («myMEDISSET»/Leihsetabwicklung und «myMEDILINK»/Kommunikationsplattform für Spitäler und Lieferanten) entwickelt. Mit «myCONNECT» integriert Softproviding alle erdenklichen Datenerfassungssysteme vom (Funk-)Scanner über Wiege- bis zu Prozessleitsystemen. Zusätzlich implementiert Softproviding für ein Partnerunternehmen eine Branchenlösung für Non-Profit-Organisationen («MF PLUS»). «SAP hat 'myMEDISSET' als offizielle Branchenlösung qualifiziert und 'myMEAT' befindet sich in Qualifizierung, so Jordi erfreut, «das ist nicht nur eine Anerkennung unserer Leistung, sondern auch ein wichtiges Verkaufsargument.»

## Der Kampf um neue Kunden...

In der Zwischenzeit habe man auch einen eigenen Aussendienst aufgebaut, der sich aktiv um die Akquisition von Kunden kümmere. «Das ist heute ein absolutes Muss - am Anfang hatten wir diesen Aspekt aber unterschätzt», meint Grütter selbstkritisch. Es sei ziemlich schwierig, den Kunden die Unterschiede der einzelnen auf dem Markt erhältlichen Produkte zu erklären und die Vorteile der eigenen Lösungen hervorzuheben. «Wir

mussten feststellen, dass einige Mitbewerber mehr Mittel ins Marketing als in die Entwicklung investieren», erklärt Volker Höferlin. So seien teilweise Produkte beworben und verkauft worden, die noch gar nicht verfügbar waren. Gewisse Unternehmen hätten also das Firmenskapital für Marketingmassnahmen verwendet und danach mit den erzielten Verkaufserlösen die eigentliche Entwicklung finanziert. «Ein solches Vorgehen entspricht aber überhaupt nicht unserer Philosophie», bekräftigt Michael Knauer. Man sei sich aber treu geblieben und habe mit dem Verkauf der eigenen Produkte erst begonnen, als diese als tadellos funktionsfähige und nach strengen Kriterien geprüfte Version vorlagen.

### **...und um qualifiziertes Personal**

Als «ziemlich schwierig» erwies sich die Suche nach geeigneten Mitarbeitenden. «Wir können zwar eine moderne Infrastruktur, angemessene Saläre und ein angenehmes Arbeitsklima anbieten, doch der Markt ist ausgetrocknet wie ein Flussbett in der Wüste», hält Hanspeter Jordi fest. Ausserdem könne ein Jungunternehmen nicht die gleiche Sicherheit bieten wie beispielsweise die Informatikabteilung einer Grossbank. «Andererseits hat bei uns der einzelne Mitarbeiter einen ganz anderen Stellenwert», führt Jordi weiter aus, «man ist nicht einfach eine Nummer unter vielen - und diesen Aspekt wissen heute viele zu schätzen.» Als «bedeutenden Wettbewerbsnachteil» bezeichnet Grütter die arbeitsrechtlichen Vorschriften: «Als Unternehmen in einem Grenzkanton sind wir darauf angewiesen, auch Personal im norddeutschen Raum anwerben zu können.» Das Bewilligungsverfahren sei ein Spiessrutenlauf, der Zeit, Energie und Geld koste - «eine Vereinfachung in diesem Bereich wäre konkrete Wirtschaftsförderung, die den Staat nicht mal viel kosten würde», schlägt Jordi vor. Das Unternehmen hat aber auch so elf Mitarbeitende anstellen können...

*Softproviding AG, Stockbrunnenrain 6, 4123 Allschwil, Tel. 061/307 99 22,  
<http://www.softproviding.net>*

Von Oliver Degen