

Agil in die Liquiditätsfalle?



Gaby Stäheli ist Mitgründerin der Offertenplattform Gryps.ch. Von ihrer langjährigen IT-Berufserfahrung und dem täglichen Kontakt mit vielen Schweizer KMU und IT-Firmen weiss sie um die Bedürfnisse sowohl von IT-Anwendern wie auch der Anbieter und gibt dazu in ihrer Kolumne Einblicke.
gaby.staeheli@gryps.ch

Software-Entwickler lieben agile Projekte. Unzählige Konferenzen, Seminare, Workshops und Literatur preisen Scrum, Sprints, User Stories und Backlogs. Eine ganze Branche und Heerscharen von Beratern leben davon. Wer wird schon bezweifeln, dass ein Unternehmen im dynamischen und immer komplexer werdenden Umfeld agil sein muss? Es scheint daher nur logisch, dass diese Methode heute der richtige Weg ist, sowohl in den Augen der Entwickler, wie auch aus Firmensicht.

Einzig das Management steht regelmässig als Spielverderber da. Während ihre Entwickler sagen «agil ist das einzig Wahre», sehnt sich das Management nach der guten alten Wasserfall-Methode. Bei der gingen zwar Softwareprojekte ebenfalls hin und wieder bachab, aber da konnte man die Schuld wenigstens dem Entwicklungsteam in die Schuhe schieben, das sich wieder mal nicht an die eigenen Abschätzungen und Termine halten konnte und die Komplexität völlig unterschätzt hatte.

Heute hat sich das Blatt gewendet. Scheitern agile Projekte, was ebenfalls durchaus vorkommt, so lauten die Begründungen in der Regel: «Die Firmenkultur unterstützt nicht die Werte von agilen Entwicklungsmethoden» oder «Es fehlt der Support aus der Geschäftsleitung». Schuldig ist also gegenwärtig die obere Etage im Unternehmen. Kein Wunder, tut sich das Management mit dem agilen Thema so schwer. Sie haben es gerne überschaubar, planbar und vor allem, bitte schön, immer im Budget. Das ist allerdings nur eine Seite der Medaille.

KMU in der Schweiz, bereits gebeutelt vom tiefen Euro, werden im Zuge der um sich greifenden Digitalisierung von zwei Seiten bedroht, die sich Stück um Stück von ihrem Kuchen abschneiden möchten. Von oben kommen die mächtigen, digitalen Multis wie Google,

Apple, Facebook, Amazon & Co., die ihr Businessmodell immer weiter in herkömmliche Industrien ausweiten. Auf der anderen Seite werden in der Schweiz jährlich über 40'000 Start-ups gegründet, von denen viele nur ein Ziel haben: Disruption.

Bestehende KMU werden von den Start-ups angegriffen, indem diese neue, digitalisierte Businessmodelle einführen, um über diesen Weg das besonders lohnende Kuchenstück abzubekommen. Sofern den Start-ups auf dem Weg dahin nicht der finanzielle Schnauf ausgeht – mehr als die Hälfte aller Schweizer Konkurse finden bei Start-ups unter fünf Jahren statt – wird ihnen das früher oder später auch gelingen. Das heisst, KMU tun gut daran, agil

zu sein. Und zwar agil im Denken und im Handeln, im Bewusstsein, dass ihr Geschäftsmodell von heute allenfalls in wenigen Jahren überholt sein wird.

Start-ups müssen von Anfang an aufs Geld schauen und per Definition agil entwickeln, damit sie das auf den Markt bringen, was beim Nutzer ankommt. Leider bleiben dabei viele auf der Strecke. Sie marschieren auf direktem Weg in die Liquiditätsfalle, weil die Produktentwicklung, erst recht mit externen Partnern, nicht selten viel zu rasch die verfügbaren Mittel auf-

braucht. Ich kenne einige Start-ups, denen in den ersten Jahren das Geld ausging. Dem ein oder anderen hätte ein kleines bisschen «Wasserfall-Denken» im Vorfeld sicher nicht geschadet. Ich selbst gebe mich nach aussen hin sehr gerne agil, dynamisch und natürlich immer voll flexibel. Aber wenn ich ganz ehrlich bin, habe ich es doch auch ganz gerne überschaubar, planbar mit einem gewissen Mass an Sicherheit. Geht es Ihnen nicht auch so?

«Das Management hat es gerne überschaubar, planbar und vor allem, bitte schön, immer im Budget.»

Gaby Stäheli