

ADNOVUM

NOTITIA

BEMERKENSWERTES VON UND ÜBER ADNOVUM

HERBST 2012, HEFT NR. 23



INNOVATION



Inhalt

INNOVATION ERMÖGLICHEN

Über die Wechselwirkung von Business und IT 3

DER RICHTIGE SPIRIT

Ideen mit Potential erkennen, greifbar machen, durchziehen 7

FRUCHTBARER BODEN

Wissensaustausch statt Gärtchendenken 11

DAS WEB GEMEINSAM ERLEBEN

Co-Browsing für Kundensupport und Verkauf 15

Liebe Leserin, lieber Leser

Ad novum – auf zu Neuem. Nach fast 15 herausfordernden, spannenden und lehrreichen Jahren bei AdNovum gilt das auch für mich. In dieser Zeit hat sich AdNovum von einer 20-Personen-Software-Garage zu einem der am besten etablierten Schweizer Software-Dienstleister mit 300 Mitarbeitenden in drei Ländern entwickelt. In den letzten fünf Jahren konnte die Kundenbasis deutlich verbreitert werden. Gleichzeitig sind uns die bestehenden Kunden treu geblieben. AdNovum ist heute stärker aufgestellt als je zuvor und ich kann die Geschäftsführung auf Anfang 2013 guten Gewissens in neue Hände geben.

Bewegung gehört zum Leben. So auch die Fähigkeit, auf Überraschendes flexibel zu reagieren. Beweglich und offen zu bleiben und immer wieder neue Wege zu erkunden ist für ein Unternehmen zentral, um erfolgreich im Markt zu bestehen und sich weiterzuentwickeln. Doch wie kann eine IT-Firma gezielt Ideen fördern und wirksam in Innovation ummünzen? Und welchen Nutzen haben ihre Kunden davon?

Im einleitenden Artikel zeigen Stefan Ott und Tom Sprenger, wie IT Innovation unterstützt und neues Business befeuert – von der Idee über ihre Ausreifung bis zur produktiven Anwendung.

Was ist eigentlich Innovation? Wie geht man als Unternehmen am besten damit um, wie steht es damit bei AdNovum? Innovationsberaterin Carmen Kobe und AdNovums CTO Christof Dornbierer beleuchten das Thema im Interview aus Sicht der Wissenschaft und der Praxis.

Kultur kann viel zum Gedeihen von Innovation im Unternehmen beitragen. Sie lässt ein Klima entstehen, das Ideen fördert,

aber auch Prozesse, in denen diese unter optimalen Bedingungen mit der Realität konfrontiert werden. Lesen Sie dazu den Artikel von Michael Karlen und Andreas Fürer.

Eine Idee, die sich als Innovation etabliert und diverse Preise gewonnen hat, stellt uns Luc Haldimann von unserer Partnerfirma unblu inc. in seinem Gastbeitrag vor. Die Innovation ist zwar schon bei den Kunden angekommen, ihr Potential aber noch lange nicht ausgeschöpft.

Bei Ihnen als Leserinnen und Leser der Notitia bedanke ich mich für Ihre Treue und wünsche Ihnen mit unserem Magazin weiterhin viel Vergnügen.

Ruedi Wipf

CEO AdNovum Informatik AG

INNOVATION ERMÖGLICHEN

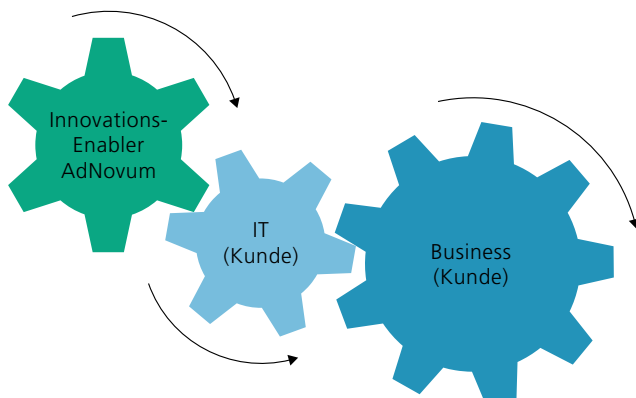
Kaum eine Business-Idee lässt sich heute ohne Anpassungen an der IT verwirklichen. Umgekehrt motiviert Innovation in der IT neue Geschäftsideen und -modelle.

Von Tom Sprenger und Stefan Ott

Innovation ist seit jeher einer der wichtigen Wirtschaftsmotoren und ein entscheidender Erfolgsfaktor. Doch heute setzt ein erfolgreiches Bestehen auf dem Markt mehr denn je innovatives Denken und Handeln voraus. In einem Hochpreisland wie der Schweiz sind Unternehmen geradezu zur Innovation gezwungen. Innovative Ansätze und Lösungen schaffen Wettbewerbsvorteile, um sich gegen die Konkurrenz durchzusetzen. Innovation hilft Unternehmen auch dabei, adäquat auf Veränderungen des Umfelds zu reagieren.

IT ist eine relativ junge Branche, die permanent schnellen und massiven Veränderungen unterworfen ist. In den fast 25 Jahren seit AdNovums Gründung hat sich die IT-Welt durch Neuerungen wie Internet für alle, Open Source, Mobile und Cloud Computing mehrmals grundlegend verändert. Da gilt es, Dienstleistungen und Produkte immer wieder dem steten, zum Teil disruptiven Wandel anzupassen und neu zu positionieren, um so die Veränderungen wo immer möglich zum eigenen und zum Vorteil der Kunden zu nutzen.

Diese Fähigkeit, sich in einem Umfeld der Veränderung zu behaupten, wird auch für unsere Kunden und deren zukünftigen Erfolg immer wichtiger. Innovationen können grundsätzlich in verschiedenen Bereichen und auf unterschiedlichen Ebenen in einer Firma greifen.



AdNovum als Innovations-Enabler.

Unabhängig davon spielen IT und IT-Prozesse bei Innovationen heute oft eine entscheidende Rolle. AdNovum hat sich deshalb explizit zum Ziel gesetzt, Innovation bei ihren Kunden zum Thema zu machen und zu fördern.

Im Fokus stehen dabei die folgenden drei Ansätze:

- IT enables business innovation: Wie kann die IT Business-Innovation unterstützen bzw. umsetzen?
- IT innovation drives business: Wie kann Innovation in der IT neue Geschäftsideen und -modelle ermöglichen?
- IT4IT: Wie kann Innovation in der IT wiederum die IT des Kunden vorantreiben?

IN DEN LETZTEN 25 JAHREN HAT SICH DIE IT-WELT MEHRMALS GRUNDLEGENDE VERÄNDERT.

Will man als IT-Unternehmen Unterstützung im Bereich Innovation leisten, müssen die folgenden drei Voraussetzungen erfüllt sein:

- Kundennähe: Es gilt, den Kunden zu verstehen, ihn zu unterstützen und seine Visionen umzusetzen. Die Fähigkeit, auf verschiedenen Abstraktionsebenen zu denken und zu kommunizieren sowie Lösungen für die Visionen zu entwickeln, ist ein wichtiger Faktor, um Innovation voranzutreiben.
- Knowhow-Erwerb und -Pflege: Selbstverständlich muss das eigene Knowhow immer auf dem neusten technischen Stand sein und man muss wissen, was auf dem Markt zukunfts-trächtig, aktuell oder passé ist. Das eigene Technologieportfolio will sorgfältig gepflegt und laufend erweitert werden.
- Knowhow-Transfer: Nicht zuletzt müssen das ganze Wissen und die Fähigkeit, mit und für den Kunden Innovationen zu erzeugen, in der gesamten Firma verteilt, aufrechterhalten und weiterentwickelt werden.

Die folgenden Cases veranschaulichen die drei Ansätze in der Innovationszusammenarbeit:

IT enables business innovation

Anpassungen an der IT ermöglichen die Einführung neuer Geschäftsideen und -modelle. Ein Beispiel: Seit Kurzem geben die US-Behörden für grössere Firmen im Reporting das Format XBRL (eXtensible Business Reporting Language) vor. XBRL ist ein auf XML basierender Standard, der die automatisierte Prüfung von Geschäftsberichten erlaubt. Um Geschäftsberichte im XBRL-Format zu erzeugen und zu verarbeiten, bedarf es spezieller Tools und Kenntnisse. AdNovum hat im Auftrag eines Kunden eine innovative IT-Lösung für diesen Anwendungsfall erarbeitet.

GESCHÄFTSBERICHTE LASSEN SICH AUTOMATISIERT ÜBERPRÜFEN.

Eine bereits bestehende Lösung ermöglichte es, Geschäftsberichte in verschiedenen Formaten zu erstellen und zu veröffentlichen. AdNovums Aufgabe bestand darin, diese Lösung so zu erweitern, dass sie die neuen Vorgaben mit XBRL und somit die Anforderungen aus dem Business unterstützt. Zweck ist es, unter anderem automatisierte Auswertungen, Repräsentationen und Verarbeitungen der XBRL-basierten Berichte zu ermöglichen.

Die gewünschte Innovation wurde erreicht durch die Entwicklung eines speziell einfachen Arbeitsablaufs mit Integration in MS-Office-Tools. Mit Hilfe eines MS-Excel-Plugins werden Daten für XBRL markiert und in ein Repository abgelegt. Aus dem Repository kann im Anschluss über eine Benutzeroberfläche der Geschäftsbericht in XBRL erzeugt werden. Auswahlmöglichkeiten sind unter anderem die Taxonomie (Schemavorlage, zum Beispiel für US-GAAP) und die Geschäftsperiode. Für die Umsetzung wurde neben .NET auch Silverlight für die Benutzeroberfläche verwendet. Der grosse Vorteil dabei: Daten lassen sich bis kurz vor der Publikation eines Berichts im Excel aktualisieren und werden im Bericht automatisch angepasst.

IT innovation drives business

Neue Technologien ermöglichen eine Verschlankung von Business-Prozessen, so etwa in der Logistik. Früher machten Medienbrüche, verteilte Systeme und «manuelles» Management von Aufträgen ab einer bestimmten Anzahl von Aufträgen Lieferprozesse fehleranfällig und arbeitsintensiv. Heute können durch die Kombination bewährter State-of-the-Art-Technologien (beispielsweise Java EE) und innovativer Lösungselemente (beispielsweise Mobile Devices, RFID, GPS) Plattformen umgesetzt werden, die Umsysteme integrieren und damit Medienbrüche eliminieren und eine effiziente Kollaboration erlauben. So entstehen zweckmässige und erweiterbare Plattformen, die Applikationssysteme

gezielt einsetzen und Geschäftsprozesse sowohl in der Breite als auch in der Tiefe unterstützen.

Ein Beispiel aus der Praxis: Der weltweit grösste Zementhersteller Holcim hat vor gut zwei Jahren zusammen mit AdNovum und weiteren Partnern eine Logistikapplikation entwickelt. Die Applikation optimiert den Order-to-Cash-Kernprozess; sie wird laufend erweitert. Vor ihrer Einführung sah die Verwaltung der über 200 Last- und Bahnwagen mit 600 Aufträgen pro Tag und einem Jahresvolumen von 2,6 Millionen Tonnen Zement ganz anders aus. Über verschiedenste Kommunikationskanäle (Fax, Telefon, E-Mail) wurden Aufträge an verteilten Standorten angenommen und per Excel, Notizzettel oder Planungswand organisiert.

Heute deckt der über die neue Logistikapplikation optimierte Prozess die gesamte Supply Chain ab: von der Auftragserfassung an Kundenterminals, der Planung, Ausführung und Kontrolle der Aufträge mittels einer Planungsapplikation für den Disponenten über mobile Endgeräte (mit GPS, Datenübertragung, RFID-Scanner, Navigationssoftware) und Wägesysteme für die Lastwagenchauffeur bis zur Verbuchung in SAP. Dadurch können einerseits mehr Aufträge abgewickelt werden, andererseits sinken die Kosten durch höhere Effizienz, Reduktion der Fehler und höhere Prozesstransparenz. Dies wirkt sich auch auf die Liefertreue und die Qualität positiv aus.

NICHT JEDER ANWENDER IN DER CLOUD BENÖTIGT GLEICH VIEL SICHERHEIT.

IT4IT

Technologische Entwicklungen ermöglichen eine Neugestaltung der IT-Prozesse. So beschäftigen sich heute viele Unternehmen mit der Frage, wie sie Cloud Computing nutzen können. Im Vergleich zum On-Premise Computing werden in der Cloud unter anderem die Ressourcen mit anderen Partnern geteilt. Der Security-Perimeter ist nicht mehr lokal und eindeutig definiert. Es gibt Netzwerkzugriff von überall, stete Verfügbarkeit wird erwartet.

In diesem Umfeld spielt vor allem der Schutz der Daten, die Cloud Security, eine grosse Rolle. Cloud Security deckt primär vier Anforderungen ab: Vertraulichkeit, Konsistenz, Verfügbarkeit und Konformität (Compliance). Dabei müssen verschiedene Bereiche betrachtet werden, unter anderem Identity und Access Management, Web Security, Encryption und Network Security. Nicht jeder Anwender benötigt jedoch gleich viel Sicherheit: Ein Online-Werbispiel hat zweifellos tiefere Security-Anforderungen als eine E-Government- oder eine Financial-Services-Applikation.

Wie nun kann eine IT-Projektfirma wie AdNovum die IT-Abteilung eines Unternehmens dabei unterstützen, Cloud Services sicher zu nutzen? Die komplexen Fakten und Abhängigkeiten



Erleben die IT als Dreh- und Angelpunkt geschäftlicher Innovationen: Stefan Ott und Tom Sprenger.

© AdNovum Informatik AG, <http://www.adnovum.ch>

Auszug aus Notitia 23/2012 *Innovation*

3/4

in der Cloud erfordern eine Strukturierung der Anforderungen, damit sie überprüfbar sind und adäquat erfüllt werden können. AdNovum hat deshalb ein Vorgehensmodell entwickelt, um eine sichere Nutzung von Cloud Computing zu ermöglichen.

In einzelnen Schritten wird bestimmt, welche Lösungselemente in welcher Ausprägung notwendig sind, um die individuellen Anforderungen abzudecken. Darauf folgt eine Priorisierung der einzelnen Security-Kategorien. Zum Beispiel ist eine Benutzerverwaltung normalerweise eine Voraussetzung für individuelle Datenverschlüsselung. Das Kernelement des Vorgehensmodells bildet die Bewertung der Lösungsoptionen anhand von Anforderungen, Risikobeurteilung und Risikobereitschaft. Das innovative Vorgehensmodell schafft die Basis für neue Arten der Wertschöpfung mittels Cloud Computing.

SOFTWARE BESTIMMT ZUNEHMEND DEN GESTALTUNGSSPIELRAUM, IN DEM INNOVATION STATTFINDET.

Erkennen und anpacken

IT bzw. Software ist heute tragendes Element in den unterschiedlichsten Geschäftsfeldern und bestimmt zunehmend den Gestaltungsspielraum, in dem Innovation stattfinden kann. Sie wirkt als Katalysator für Ideen aus dem Business, sie induziert aber auch selbst Innovation ins Business und in die Organisationen. Wenn Unternehmen dieses Potential erkennen und zu erschliessen beginnen, können sie ihre Organisation und ihr Business einen entscheidenden Schritt voranbringen. ■

Tom Sprenger

Tom Sprenger, dipl. Informatik-Ingenieur ETH und Dr. sc. techn. ETH, ist seit 2000 bei der AdNovum Informatik AG. Nach der Geschäftsführung der Schwesterfirma AdNovum Software Inc. in San Mateo, CA, übernahm Tom Sprenger die Verantwortung für den Aufbau des strategischen Geschäftsfelds Quality Assurance Engineering (QAE). 2007 wurde Tom Sprenger zum Chief Information Officer (CIO) und Mitglied der Geschäftsleitung der AdNovum ernannt. Er zeichnet in dieser Funktion heute zusätzlich zum Quality Assurance Engineering für die IT-Infrastruktur und den Auf- und Ausbau des neuen Geschäftsbereichs IT Consulting verantwortlich. In seiner Freizeit genießt er eine Ausfahrt auf seinem All-Mountain Bike mit einer Cannondale-Lefty-USD-Gabel.

Stefan Ott

Stefan Ott, MA in Information System Management und HSPTP, ist seit 2007 als Senior Business Analyst bei der AdNovum Informatik AG tätig. Innovation steht bei ihm nicht nur im Kontakt zum Kunden auf dem Programm. Er engagiert sich auch inhouse beim Ausbau der Dienstleistungen des Business-Analyse-Teams. Zu seinen Aufgaben gehören die Schulung neuer Mitarbeitender, die Definition von Business-Analyse-Prozessen und die Weiterentwicklung der eingesetzten Tools. Eines seiner Hobbys ist das Marathonlaufen, wobei ihm viel Zeit für die Ideenentwicklung bleibt. Öfter ist Stefan Ott auch auf seinem Downhill Bike mit einer Doppelbrückengabel anzutreffen – hier sind gedankliche Ausschweifungen nicht angebracht.



DER RICHTIGE SPIRIT

Die technologische Welt verändert sich rasant. Um mitzuhalten, brauchen Unternehmen Innovationen. Wie das gelingt, erläutern Carmen Kobe, Innovationsberaterin, und Christof Dornbierer, CTO AdNovum.

Was verstehen Sie unter Innovation?

CK: Die kürzeste Definition lautet: alles, was neu und nützlich ist. Wenn Sie eine neue Farbe für ein Produkt wählen, die dem Kunden gefällt, ist das zwar schön, verschafft Ihnen aber nicht unbedingt einen nachhaltigen Wettbewerbsvorsprung.

Wie definiert sich Innovation für die Informatikbranche?

CD: Innovation wird oft nur als Produktinnovation verstanden, auch bei uns intern. Als Dienstleister und Projektfirma brauchen wir aber einen breiteren Begriff: Wie verbessern wir unsere Prozesse oder schaffen etwas Neues, das uns Mehrwert bringt?

Das heisst, nur etwas Erfolgreiches kann Innovation sein?

CD: Eine Innovation muss für uns greifbar sein. Wenn wir etwa in einem Projekt eine neue Methode anwenden, diese weiterentwickeln und verallgemeinern, damit ein nächstes Projekt effizienter abgewickelt werden kann, ist dies ein greifbarer Nutzen.

CK: Innovation umfasst aber auch, was derart neu ist, dass es fremdartig wirkt, zunächst als gefährlich wahrgenommen und nicht als nützlich erkannt wird.

STRATEGIE IST KEIN PAPIER, SONDERN EIN GEMEINSAMER LERNPROZESS.

Wo ist AdNovum in puncto Innovation besonders stark?

CD: Wir kombinieren Bestehendes zu etwas Neuem und generalisieren es, um es breit einzusetzen. Als Unternehmen mit vielen Ingenieuren haben wir den Spirit, immer diesen Extraschritt zu suchen.

Welchen Stellenwert hat Innovation bei AdNovum?

CD: Einen sehr hohen. Denn wenn wir stehenbleiben, machen wir letztlich einen Rückschritt, da sich die Welt um uns herum schnell bewegt. Raum für Innovation ist darum wichtig.

CK: Von aussen betrachtet findet sich in AdNovum unglaublich viel als Selbstverständlichkeit gelebte Innovationskultur. Die Ingenieure suchen die beste technologische Lösung für den

Kunden, ohne über Innovation zu reden. Sie sind einfach gut ausgebildet und erachten es als normal, zu hinterfragen oder anders zu kombinieren.

Vieles geschieht offenbar aus einem Spirit heraus. Man kann Innovation aber auch in eine Strategie verpacken. Wie macht man die sichtbar?

CK: Bei AdNovum würde es nicht funktionieren, wenn sich der Chef mit einem Sparringpartner einschliesst und die Strategie für die nächsten fünf Jahre macht. Das kann er gar nicht, denn es ist so viel Bewegung im Markt. Nur mit vereinten Kräften können neue Technologien und neue Anforderungen verstanden werden. AdNovums Aufgabe ist es, zu kombinieren. Da alle im Unternehmen eingebunden sind, entsteht die Strategie gemeinsam. Diese ist kein Papier, sondern ein gemeinsamer Lernprozess.

CD: Für mich sind die wichtigsten Punkte das Erkennen und das Greifbarmachen. Aus x Quellen kommen neue Dinge zu uns rein. Deshalb muss die Strategie auch sein, ein Stück weit zu kanalisieren.

CK: Und zu entscheiden, was wieder Chefaufgabe ist. Für mich wäre die Frage deshalb nicht, wie lassen sich technologische Trends wieder auf die Ingenieure zurückspielen, sondern wie werden Entscheidungen nachvollziehbar gemacht.

CD: Das ist das Hauptthema. Sehr viel hat mit Kommunikation zu tun. Wir schauen, was poppt überhaupt auf, um dann zu kommunizieren, wie wurde entschieden oder wie gehen wir damit um.

In den letzten zwei Jahren ist AdNovum von rund 220 auf 300 Mitarbeitende gewachsen ...

CK: Vieles bei AdNovum trägt dazu bei, erfolgreich innovativ zu sein: routiniertes Projektmanagement, hoher Ausbildungsstand und hohe Identifikation der Mitarbeitenden mit ihren Aufgaben und dem Unternehmen, Perfektionismus – und die Leidenschaft, immer wieder grössere Neuerungsschritte zu wagen. Es hat funktioniert, als AdNovum ein Start-up war, als sie eine kleinere Firma war und nun eine mittelgrosse. Es gilt nun, die Werte und Strukturen so weiterzuentwickeln, dass sie auch in einem grösseren Unternehmen funktionieren.

CD: Früher war es einfach zu wissen, wer in der AdNovum etwas Neues kreiert hat. Das wird zunehmend schwieriger. Wachstum selber ist natürlich ein spannendes Gebiet. Wir haben einen ganz eigenen Weg gesucht, damit umzugehen. Daraus entstanden sogar organisatorische Innovationen wie neue Formen der Zusammenarbeit.

CK: Das klingt so entspannt! Eigentlich verunsichern genau diese Veränderungen die Leute besonders, weil der Nutzen nicht wie bei einem Business-Plan berechenbar ist. Warum funktioniert das bei AdNovum?

CD: Oft ist es einfach auch ein Bauchgefühl, die Überzeugung, dass es gut ist. Das erfordert natürlich viele Abklärungen und Diskussionen, letztlich aber auch «Trial and Error». Innovation bedingt ja auch Versuche, die nicht funktionieren. Auch wir mussten schon nachjustieren. Der erste Schritt ist die Überlegung, wohin könnte es gehen, der zweite die Frage, wie wirkt es sich auf die Organisation aus.

Wenn die Firma so stark wächst wie zurzeit, kommen verschiedenste Charaktere zusammen. Wie erhält man da den Spirit?

CK: Hoffentlich haben Sie die verschiedenen Charaktere. Sind sich alle Mitarbeitenden sehr ähnlich, verharren Sie in Ihrem Trott und versinken tiefer darin. Der Spirit resultiert ja gerade aus der grossen Diversität.

CD: Unsere Struktur muss nicht Richtung Uniformität streben. Die Firmenkultur wird sich unweigerlich ändern. Grösse, Mitarbeitende – es gibt diverse Einflüsse. Wichtig ist es, ein paar Grundwerte mitzutransportieren, etwa die Fehlerkultur. Man darf Fehler machen oder auch jegliche Ideen aufbringen, Dinge «challengen» und seine Meinung einbringen.

Heisst das, es ist erwünscht, dass Mitarbeitende neben ihren Kernaufgaben kreativ sind, was ja Ressourcen bindet und Kosten verursacht?

CD: Die Kernaufgabe in unserem Geschäft ist es eben gerade, Dinge zu hinterfragen und Alternativen anzuschauen. Natürlich braucht es irgendwann einen Entscheid. Auch das ist ein Eckpfeiler der Kultur: Ist der Entscheid gefallen, gehen wir diesen Weg.

CK: Trotzdem braucht es eine Balance, damit der Ingenieur am Ende den Projektplan einhält.

CD: Es gibt natürlich übergeordnete Themen, die wir im Projekt-Scope nicht behandeln können. Aber auch diese müssen wir weiterentwickeln können, da sie uns als Firma voranbringen.

Wo orten Sie bei einem Unternehmen wie AdNovum mit Kernkompetenz Projekt-Business Innovationspotential?

CK: Überall! Das Kundenprojekt darf nicht zur Monokultur verkommen. Es besteht Potential in der Organisation, in der Multiplikation neuer Ansätze, die man für andere Projekte, Vorgehensweisen, Produkte oder Services übernimmt.

CD: Für uns geht es um die Balance zwischen kurz-, mittel-



Innovationsberaterin Carmen Kobe bringt wissenschaftliches Knowhow ein ...

© AdNovum Informatik AG, <http://www.adnovum.ch>

und langfristig. Legen wir den Fokus auf Kundenprojekte, sind wir kurzfristig erfolgreich, auch finanziell. Aber, und das ist der Preis dafür, wir bleiben stehen. Das andere Extrem: Wir setzen vermehrt auf intern getriebene Entwicklung und können nur noch eine limitierte Anzahl Kundenprojekte umsetzen. Glücklicherweise lassen sich die beiden Varianten gut kombinieren, indem wir auch in Kundenprojekten oft neue Ansätze verfolgen können und damit wiederverwendbare Erkenntnisse erlangen.

Wo steht AdNovum hinsichtlich Innovation verglichen mit der ICT-Branche?

CD: Eigentlich glaube ich nicht, dass wir das beurteilen können. Meine persönliche Meinung: In vielen Bereichen sind wir sehr gut unterwegs. Ein Anhaltspunkt ist, ob unsere Offerings verglichen mit der Konkurrenz in eine komplett andere Richtung gehen. Wir sind häufig zu bescheiden und betrachten viele Dinge als selbstverständlich. Das sind sie aber wahrscheinlich nicht.

Wie macht man diese Innovationskraft für bescheidene Mitarbeitende spürbar?

CD: Ein zweischneidiges Schwert. Es ist gut, dass wir bescheiden sind, trotzdem braucht es die Erkenntnis: «Wir sind cool unterwegs.» Denn diese sorgt für Drive. Intern dürften wir unsere Leistung schon etwas mehr zelebrieren.

CK: Die Kommunikation über Innovation ist für mich dann sinnvoll, wenn man konkrete Beispiele hat. Diese multiplizieren das Wissen, und das Zelebrieren von etwas Schönerem ermöglicht, zu schauen, was sich daraus ergeben hat und was wir für unser Projekt verwenden können.

CD: Wir wollen zeigen, es läuft etwas, damit jeder realisiert: Wir rennen und wir wollen rennen. Dieses Mindset braucht es doch.

CK: Und wann machen Sie Trainingspause?

CD: Als Unternehmen müssen wir das gar nicht. Es ist eher ein Staffellauf mit wechselnden Leuten und Themen. Es sind diverse Gebiete, auf denen man sich entwickeln kann.

An welchen konkreten Innovationsvorhaben ist AdNovum dran?

CD: Eines betrifft das NightlyBuild-Umfeld. Aktuell werden alle unsere Projekte automatisiert in jeder Nacht gebaut und getestet. Als wir erkannten, dass die so konfigurierten, zum Teil komplexen Build-Abfolgen auch manuell angestossen von Vorteil wären, haben wir dies umgesetzt. Das zweite Beispiel betrifft das Paketieren als letzten Schritt im Bau von Software. Basierend auf der erwähnten Infrastruktur lassen sich nun auch ganze Package-Verbunde automatisiert erstellen. Diese Innovation entstand dadurch, dass ein Teammitglied das Potential erkannt und eine erste Version aus eigenem Antrieb erstellt hat.

Welcher Typ von Informatiker versucht das – der extreme Nerd?

CK: Ein solcher ist mir auf den Gängen bei AdNovum noch nicht begegnet.



... AdNovums CTO Christof Dornbierer erprobt es in der Praxis.

CD: Die haben wir alle in den Kämmerchen (lacht). Aus meiner Sicht tut das jeder. Nerd impliziert, dass es nur in der Entwicklung passiert, aber es kann auch ein Business-Analyst, ein Tester oder ein Editor sein. Innovation im Kleinen passiert immer und überall.

Welche Innovationen haben sich rückblickend am besten durchgesetzt?

CD: Als wir es einführten, war unsere Art des Nearshoring neu. Wir wählten bewusst einen nahen Standort und setzten gemischte Teams zusammen, die mehr tun sollten, als einfach Aufträge ausführen. Das war eine Large-Scale-Innovation, die sich für AdNovum derzeit als essenziell erweist. Unter den kleineren finden sich viele technische, etwa das automatisierte Bauen mit dem NightlyBuild, aber auch organisatorische wie unser internes Personalrestaurant, in dem sich die Gäste jeweils auf den nächsten freien Platz setzen und so «querbeet» erfahren, was in der Firma gerade aktuell ist.

Welche Rolle spielt die Forschung?

CK: Jede Forschung trägt in irgendeiner Art zur Innovation bei. Es ist zu unterscheiden zwischen der technisch-naturwissenschaftlichen Forschung, die verwendbares Material erzeugt, das sich etwa als Wissenselement kombinieren lässt, und der Forschung, wie Innovation gemacht wird. Das heisst beobachten, wie Leute Probleme lösen und welche Management- oder Engineering-Methoden sie erfolgreich anwenden usw.

Wie gross ist die Diskrepanz zwischen Theorie und Praxis bzw. Forschung und Unternehmen?

CK: In der technischen Innovation geht die Grundlagenforschung voraus. In der sozialwissenschaftlichen Forschung kann ich nur das beobachten, was der einzelne Mensch oder das einzelne Unternehmen bereits tut. Wenn ich verdichte, kombiniere ich wieder nur Dinge, die bereits da sind. Aber ich kann herauskristallisieren, dass zum Beispiel über mehrere Unternehmen gesehen bestimmte Dinge sich nicht bewähren. Allzu häufig ist die Ursache von Misserfolgen nicht eine falsche Theorie oder Methode, sondern dass Methoden ohne Überzeugung angewendet werden. Ich habe aber auch schon gesehen, dass unangebrachte Engineering-Methoden dank viel Herzblut erfolgreich angewendet wurden. Wo es nicht passte, haben die Leute improvisiert.

Ein Manager kann sich in populärwissenschaftlichen Publikationen Anregungen holen. Zudem fliesst die Forschung ja auch in die Ausbildung ein. So bringt jemand das Handwerkszeug und Denkraster mit, bevor er ein eigenes Bauchgefühl entwickeln kann.

Wie vielversprechend ist die sogenannte «offene Innovation», die Forscher propagieren?

CK: Für mich ein nervendes Buzzword. Das Konzept «Open Innovation» wird als neu verkauft. Doch Innovation kann nur stattfinden, wenn sie «open» ist. Wir schauen nach aussen, was wir

brauchen können («outside in»), und stellen selbst zur Verfügung («inside out»). Was sich geändert hat, sind die Kommunikationsmittel.

CD: Die Reichweite ist viel grösser. Ich kann heute auf einen Schlag etwas an eine Million Menschen tweeten. Und wenn ich will, dass gesamtheitlich mehr entsteht, muss ich meine Erkenntnisse rausbringen.

Bei der offenen Innovation spielen auch die Start-ups mit rein. Wie wichtig sind sie für AdNovum?

CD: Sie geben uns Impulse und zeigen, an welchen Themen gearbeitet wird. Wir bewerten, was ist neu daran, wo sehen wir Potential oder einen Nutzen für uns. Wir versuchen, ihr Angebot zu kombinieren zu wieder etwas Neuem für AdNovum, das uns einen Schritt weiterbringt.

Frau Kobe, haben Sie aus externer Sicht einen guten Tipp, wie AdNovum weitermachen sollte?

CK: Eine ganze Reihe von Tipps haben wir jüngst in einem Workshop erarbeitet. Ich könnte fragen, wie es mit der Umsetzung steht ...

CD: Im Workshop haben wir erkannt, dass wir gute Ziele haben. Erkennen, Leitplanken, Entscheiden – das sind die drei Gebiete, an denen wir arbeiten, um noch besser und transparenter zu werden.

CK: Grundsätzlich: Erhalten Sie sich die Freude und geniessen Sie Innovation! Wenn der Spass weg ist, nützt auch eine To-do-Liste nichts mehr. ■

Carmen Kobe

Als Inhaberin von Kobe Consulting entwirft und implementiert Carmen Kobe, Dr. oec. HSG und Dipl.-Phys., gemeinsam mit ihren Kunden Innovationsprozesse. Daneben ist sie an der ETH Zürich Dozentin für Innovation und Kreativität. Sie ist mit einem Anwalt verheiratet und hat einen siebenjährigen Sohn.

Christof Dornbierer

Christof Dornbierer, dipl. Informatik-Ingenieur ETH und seit 2004 bei AdNovum, spielte eine tragende Rolle bei der Entwicklung des AdNovum-eigenen Sicherheits-Frameworks Nevis. Seit August 2008 ist er CTO und Mitglied der Geschäftsleitung von AdNovum und heute für die Bereiche Application Engineering, Product Engineering und Quality Management verantwortlich. In dieser Rolle kommt er täglich mit Innovation sowohl im technologischen als auch im organisatorischen Bereich in Berührung. In seiner Freizeit ist er öfter draussen anzutreffen, sei es zu Fuss oder auf dem Velo.



Andreas Fürer und Michael Karlen: Um mehr als Zitronen zu ernten, setzen sie auf Kuchen und Roadmaps.

FRUCHTBARER BODEN

Innovation benötigt besondere klimatische Bedingungen. Es lohnt sich, einen Nährboden zu schaffen, auf dem Ideen optimal gedeihen, und deren Entwicklung und Nutzung gut zu organisieren.

Von Michael Karlen und Andreas Fürer

Wie findet Innovation in einer Firma statt, die nicht wie ein Grossunternehmen Plattformen und Standards vorgeben und damit die Rolle eines Innovationsführers einnehmen kann? Und die zudem nicht wie eine typische Produktentwicklungsfirma eine eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung betreibt. Wie schafft man es, in einer Branche, die einem schnellen Wandel unterworfen ist, an bestehende Methodiken, Konzepte und Tech-

nologien anzuknüpfen und daraus ideenreich etwas Neues zu kreieren? Diesen Fragen wollen wir am Beispiel der AdNovum als Software- und Security-Engineering-Firma nachgehen.

Innovation auf Mikroebene

AdNovums Kerngeschäft ist das Projekt-Business. Es erstaunt deshalb nicht, dass hier die Mehrheit der Innovationsprozesse



angesiedelt sind. Innovation muss jedoch nicht unbedingt in einem vordefinierten Prozess entstehen, sie kann auch einfach geschehen. Eine informelle Diskussion während der gemeinsamen Kaffeepause – öfter sogar noch mit selbstgebackenem Kuchen – hat schon manche gute Idee hervorgebracht, welche in einem Projekt umgesetzt wurde. Intern nennen wir diesen spontanen Approach «Guerillataktik». Die Innovation passiert dabei im Kleinen. Projekte haben eine Problemstellung, die es auf effiziente und nachhaltige Art innerhalb eines beschränkten Zeitbudgets zu bewältigen gilt. Einzelne Innovationsschritte, sei es eine neue Technologie oder Methodik, können wir oft in einem Kundenprojekt umsetzen. Das Projektgefäss und die Kunden erlauben uns dabei, neue Ansätze in einem überschaubaren Rahmen zu erproben und direkt zu validieren.

Das Projekt definiert den Zeit- und Budgetrahmen und gibt die Ziele vor. Dadurch haben wir Gewähr, dass das Projektteam nicht über das Ziel hinausschiesst und dass sich die Innovation an den Kundenbedürfnissen orientiert. Diese inkrementelle Weiterentwicklung erlaubt uns, schnell und dynamisch Neues zu adaptieren. Eine spontane Innovation kann beispielsweise in einem Projekt stattfinden, in dem ein repetitiver, manueller und mühsamer Arbeitsablauf besteht. Ein Ingenieur erkennt die Optimierungsmöglichkeit und automatisiert den Prozess, statt die Aufgabe zum x-ten Mal manuell auszuführen. Die Motivation entspringt dabei dem eigenen Bedürfnis. Andere Ingenieure erkennen den Nutzen der Automatisierung und übernehmen sie in ihr eigenes Projekt.

Sammeln und Kanalisieren auf Makroebene

Neben der eher spontanen «Mikroinnovation» innerhalb der Projekte versuchen wir, Innovationen systematisch zu erkennen, zu sammeln und zu kanalisieren. Als Gefäss zum Sammeln und Verwalten der Ideen und Vorschläge setzen wir thematisch gegliederte Roadmaps ein. Im Moment verwalten die Unternehmensbereiche Application Engineering, Quality Engineering und das Team für interne Applikationen je eine eigene Roadmap. Weitere Unternehmensbereiche sollen eine solche einführen. Eine Roadmap besteht aus einem Backlog, den aktuellen Umsetzungstasks und den abgeschlossenen Arbeiten. Das Backlog spielt eine besonders wichtige Rolle: Es dient zum Sammeln der Ideen, die quartalsweise bewertet und priorisiert werden. Gleichzeitig werden die Umsetzungsziele für das Folgequartal bestimmt. Die Bewertung der Ideen nimmt ein Gremium von erfahrenen technischen Projektleitern vor, die sogenannten «Nerdheads». Als Tool für die Verwaltung der Roadmaps setzen wir auf die Issue- und Project-Tracking-Software Jira von Atlassian. Da Jira bereits für das Issue Tracking in den Software-Entwicklungsprojekten verwendet wird, war es naheliegend, auch die Roadmaps damit umzusetzen. So können alle Mitarbeitenden die Roadmaps einsehen und neuen Input einfach und ohne grosse Prozesshürden in Form von Jira Issues erfassen.

Facetten der Innovation

Der typische Software Engineer denkt bei «Innovation» wohl zuerst an technologische Aspekte. AdNovum versteht den Begriff jedoch ganzheitlich. Innovation findet auch im Bereich der Prozesse, der Services (beispielsweise Einführung einer Nightly-Build-Infrastruktur) und Produkte sowie der Firmenkultur (beispielsweise Kurzpräzis aller Abteilungen für neue Mitarbeitende, Sitzungen im Stehen) statt. Im Folgenden werden Prozessinnovation und Firmenkultur bei AdNovum näher betrachtet.

INNERT KÜRZESTER ZEIT KONNTEN WIR EINE GANZE TOOL CHAIN BEREITSTELLEN UND PRODUKTIVIEREN.

Prozessinnovation am Beispiel von .NET

AdNovum war traditionsgemäss ein Java und C++ Entwicklungshaus. Da aber unsere Kunden vermehrt explizit .NET verlangten und die Plattform stetig an Bedeutung gewann, galt es, sich als kompetitiver Anbieter von Windows-Technologie zu positionieren. In Java pflegt AdNovum bereits seit geraumer Zeit ein MOAP («Mother of all Projects»), das heisst ein Template, mit dem neue Projekte schnell und effizient aufgesetzt und in die bestehende Tool Chain integriert werden können. MOAP versteht sich als modulare Ansammlung von Infrastrukturservices rund um die Projektentwicklung: Diese Dienste reichen von Dependency Management und Build Scripts bis hin zu QA Tools und Continuous Integration. Um die Effizienz der Java-Entwicklung bei AdNovum auch in die .NET-Welt übernehmen zu können, griffen wir auf bestehendes Engineering-Knowhow zurück und wendeten dieses auf einen neuen Bereich an. Innert kürzester Zeit konnte so eine ganze Tool Chain bereitgestellt und produktiviert werden, deren Prozess auf jahrelanger Erfahrung mit Java beruht.

Die Entwicklung von MOAP.NET verlief parallel zur initialen Entwicklungsphase zweier Kundenprojekte. Beide Seiten profitierten dabei stark voneinander. Die Kundenprojekte konnten sich voll auf die Entwicklung konzentrieren und die von MOAP.NET bereitgestellten Infrastrukturdienste nutzen, genau so, wie das bei den Java-Projekten der Fall ist. MOAP.NET wiederum standen so schon gegen Ende der Entwicklungsphase zwei «Kunden» zur Verfügung, die gerne auch mal neue Features ausprobierten, ergo auch testeten und akzeptierten oder verwarfen. So liess sich verhindern, dass Features zum Selbstzweck implementiert wurden, was vor allem bei internen Projekten gerne mal vorkommt. MOAP.NET hilft zudem, eine gewisse Uniformität über die verschiedenen Projekte zu erreichen und damit die Einarbeitungszeit zu verkürzen.



Kultur als Nährboden

Bei AdNovum entsteht Innovation nicht dank einzelner Personen oder Abteilungen, sondern durch projektübergreifende Teams. Oft ist zum Beispiel ein QA Engineer in mehrere Projekte gleichzeitig involviert, damit die jeweiligen Anforderungen an die Testinfrastruktur konsolidiert und in weitere Projekte übernommen werden können. AdNovums Kultur stützt sich auf Werte wie Qualität, Offenheit, Initiative und Eigenverantwortung. Bei der Zusammenarbeit im Team stehen die gemeinsamen Ziele im Zentrum. So entsteht eine regelrechte Brutstätte für Innovation. Jeder motivierte Mitarbeitende bringt fortlaufend seine Ideen und Verbesserungsvorschläge ein. Entscheidend ist auch eine ausgeprägte Feedback-Kultur. Sowohl positives als auch negatives Feedback muss über alle Hierarchiestufen eingebracht werden können. Was bringt's, wenn der Junior eine gute Idee oder konstruktive Kritik für den Senior hat, diese aber nicht auszusprechen wagt, weil er eine negative Reaktion oder andere Konsequenzen fürchten muss?

Aktiv fördern

Eine weitere Grundvoraussetzung für Innovation besteht darin, die Weiterbildung der Mitarbeitenden aktiv zu fördern. Das Thema Weiterbildung ist bei AdNovum ein fester Bestandteil des Mitarbeitergesprächs. Beliebt sind Besuche von Konferenzen wie Jazoon, JAX, ICSE, Swiss Testing Days und Microsoft TechDays. Daneben werden auch interne Kurse zu nicht technischen Themen in den Bereichen Leadership und Time Management sowie zur Aufwandschätzung angeboten, in denen die Mitarbeitenden ihr Wissen auffrischen und erweitern.

Institutionalisierte Denkanstösse

Neben der Weiterbildung fördert AdNovum Innovation durch den Erfahrungsaustausch. Der sorgt für frische Denkanstösse. Und diese sind bei AdNovum institutionalisiert: Jeden Dienstag um 9 Uhr findet eine informelle technische Kurzpräsentation – der sogenannte «Techznüni» – statt, um den Austausch zwischen Projekten und Teams zu pflegen. Sporadisch werden auch grössere Präsentationen («AdNPresents») durchgeführt, die einen Überblick über ein Gesamtprojekt geben und bei interessanten Details mehr in die Tiefe gehen. Wichtig ist, dass ein Grossteil der

interessierten Mitarbeitenden auch wirklich an diesen Anlässen teilnehmen kann. Um dies zu unterstützen, könnte beispielsweise die Regel eingeführt werden, während der Termine für die Anlässe grundsätzlich keine anderen Sitzungen zu planen.

Als weitere Form des Erfahrungsaustauschs pflegt AdNovum ein Wrap-up Meeting am Ende jedes Projekts: Lessons Learned und Verbesserungsvorschläge werden gesammelt und in stichwortartigen Berichten auf einer Mailingliste allen Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt. Die Berichte dürfen nicht zu lang sein, damit sie auch gelesen werden, aber auch nicht zu kurz, da sonst wichtige Informationen verloren gehen.

Mit Gremien wie den «Nerdheads» und Gefässen wie «Techznüni» und «AdNPresents» sind also diverse Andockstellen für innovationsfreundliche Prozesse und Kultur vorhanden. Unternehmen, die diese Andockstellen kontinuierlich pflegen und wenn nötig bewusst stärken, können unabhängig von ihrer Grösse und Ausrichtung die Innovation entwickeln, die die Marktdynamik erfordert. ■

Michael Karlen

Michael Karlen, MSc ETH in Computer Science EPFL, arbeitet seit August 2010 bei AdNovum. Sein Spezialwissen über .NET-Technologien für Desktop und Web und seine Skills als technischer Projektleiter bringt er in Projekte der Pharma-, Finanz-, Print- und Transportbranche ein. Seine Freizeit verbringt er am liebsten in den Bergen, je nach Gelände auf dem Mountainbike oder im Klettergurt.

Andreas Fürer

Andreas Fürer, MSc ETH in Computer Science, arbeitet seit 2007 bei AdNovum. In seiner Funktion als Software Engineer und technischer Projektleiter ist er verantwortlich für die erfolgreiche Lieferung massgeschneiderter Business- und Mobile-Applikationen. Seine Inspiration holt er sich am liebsten auf Reisen im südostasiatischen Raum oder beim Spielen von Planning Poker oder echtem Texas Hold'em.

DAS WEB GEMEINSAM ERLEBEN

Mit ihrer vielseitigen Co-Browsing-Software unterstützt unblu inc. Unternehmen im Kundensupport und Verkauf. Mittelfristig sollen Nutzer ihre Offline-Gewohnheiten ins Netz tragen können.

Von Luc Haldimann, CEO unblu inc.



«Das grösste Problem in der Kommunikation ist die Illusion, dass sie stattgefunden hat.» Dieses Zitat von G.B. Shaw ist im Internetzeitalter aktueller denn je. Eine umfangreiche, kunstvolle Website ist nicht gleichbedeutend mit guter Kundenkommunikation. Zwar ist sie auch nicht unwichtig, letztlich aber ein Gebrauchsgegenstand – oft anonym und unpersönlich. unblu inc. will dies ändern und Websites um Möglichkeiten zur persönlichen Kommunikation erweitern.

Das Schlüsselwort heisst Co-Browsing und ist kürzlich auf dem Gartner «Hype Cycle» erschienen. Die Technologie von unblu inc. erlaubt mehreren Personen, eine Website an verschiedenen Geräten gemeinsam zu sehen und zu bedienen, und zwar gleichzeitig. Der einzige optische Unterschied ist der zweite Mauszeiger. So kann man gemeinsam surfen und sich parallel via Chat oder Telefon austauschen.

Echter Austausch ohne Downloads

Neu ist, dass die ganze Technologie als Teil der Website im Browser läuft. Es muss nichts heruntergeladen oder installiert werden. So kann auf der Website jederzeit echter Austausch stattfinden: Probleme werden effizient gelöst, Projekte vorangetrieben, Produkte verkauft und Kundenbeziehungen gestärkt. Je nach Website können Kunden auch einfach ihre Freunde mitbringen und gemeinsam einkaufen, sich umsehen oder gegenseitig unterstützen.

Erstaunlicherweise muss man den Kunden den Nutzen einer solchen Lösung erst klarmachen. Denn viel zu lange wurde das Web nur als Visitenkarte genutzt. Jetzt kann es aber zum Medium

Über unblu inc.:

unblu inc. wurde 2008 gegründet mit der Vision, persönliche Online-Beratung und Zusammenarbeit für alle Internetbenutzer zu ermöglichen. Den nächsten Schritt dahin macht das Unternehmen mit der vielseitigen Co-Browsing-Software unblu. unblu inc. hat Kunden aus allen Industrien und bereits diverse Preise gewonnen. www.unblu.com

werden, das die Bedürfnisse der Nutzer nicht nur auf individueller Ebene befriedigt, sondern auch auf gemeinschaftlicher. Damit geht es um mehr als eine einfache Ergänzung zum bestehenden Geschäft. unblu inc. zeigt damit ganz klar in die Zukunft.

**DIE DIREKTE INTERAKTION
FESTIGT NICHT NUR
DIE BINDUNG, SONDERN
AUCH DAS VERTRAUEN
DES KUNDEN.**

Bis diese Zukunft Realität wird, ist unblu inc. vor allem im Telefonsupport und im Guided Selling aktiv und hilft Unternehmen wie UBS, Sky Broadcast oder Helsana sowohl beim Sparen als auch beim Verkauf. Dabei folgt das eine ganz logisch auf das andere. Während ein Supporter dank der Software unblu klar effizienter und schneller werden kann, lässt sich ein Supportfall leicht in ein Verkaufsgespräch verwandeln. Ganz im Sinne von: «Schauen Sie doch einmal hier.» Die direkte Interaktion festigt nicht nur die Bindung des Kunden, sondern auch das Vertrauen. Dies ist vor allem bei komplexeren Produkten hilfreich.



Gleichzeitig dieselbe Website bedienen: unblu macht's möglich.

Kundenbindung und höchste Sicherheitsstandards

Anfänglich gab es aber einige technische Hürden zu überwinden, vor allem im Banking. Die Sicherheitsansprüche sind hoch. Kein Problem für unblu, das nicht nur bei der UBS für die Kundenbetreuung im e-Banking eingesetzt wird. Bei der ZKB unterstützte es den Übergang auf eine neue e-Banking-Plattform und ist jetzt im Support im Einsatz, während Finnova es in seine Bankenplattform integriert. Der Grund für diese Akzeptanz ist einfach: Da unblu als Teil der Website läuft, integriert es sich nahtlos in alle bestehenden Sicherheitsmassnahmen der Website. Ausserdem benötigt es keine separate Datenverbindung, keinen riskanten Download und keine Speicherung von Personendaten. Die Website ist die gleiche, allerdings erweitert um die Co-Browsing-Möglichkeiten.

**UNBLUS ARCHITEKTUR
WURDE AUF HERZ UND NIEREN
GEPRÜFT UND BESTAND
SÄMTLICHE SICHERHEITS-
CHECKS.**

Neben einer Cloud-Version, die für kleinere Unternehmen einfach zu implementieren ist und keine Betriebsaufwände verursacht, wird unblu auch als Enterprise-Lösung onsite angeboten. Dafür greift unblu inc. gerne auf erfahrene Partner wie AdNovum zurück. Zusammen brachte man etwa die Online-Präsenz der UBS auf die nächste Ebene. Dabei war AdNovums tiefes Wissen um Infrastruktur und Prozesse bei der UBS sehr wertvoll, vor allem in Bezug auf die Sicherheitschecks. unblu musste nicht nur die

internen Hürden der UBS überwinden, die die Architektur auf Herz und Nieren prüfte. Nach Lücken suchte auch ein externes Expertenteam im Auftrag der Bank. Doch auch diesen Test bestand unblu.

Eine Lösung mit viel Potential

Für die Zukunft sehen die Partner noch viele weitere Möglichkeiten, zumal unblu mittlerweile in AdNovums Security Framework Nevis integriert ist. Da AdNovum sehr schnell Knowhow aufgebaut hat, kann sie nun unblu-Projekte mit anderen Kunden durchführen, ohne dass unblu inc. selbst tätig werden muss. Eine klassische Win-win-Situation: Während sich unblu inc. auf ihr Kerngeschäft, die Produkt-

entwicklung, konzentrieren kann, profitieren AdNovum-Kunden von bewährten Lösungen.

Das Endziel ist indes nach wie vor eine neue Nutzung des Webs. Das erfordert kein eigentliches Umdenken. Vielmehr sollen die Menschen ihre Offline-Gewohnheiten auch ins Netz tragen können. Konkret: Möchte man Dinge gemeinsam erledigen und sich dabei wahrnehmen können, läuft das Internet im Moment immer nur bei einer Person im Browser. Die zweite Person ist blind. Das will unblu inc. ändern. ■

Impressum

Herausgeber:

AdNovum Informatik AG
Corporate Communication
Röntgenstrasse 22
CH-8005 Zürich
Telefon +41 44 272 6111
E-Mail info@adnovum.ch
www.adnovum.ch

Verantwortung und Redaktion:

Andrea Duttwiler, Manuel Ott
Feedback: notitia@adnovum.ch

Gestaltung und Realisation:

Rüegg Werbung, Zürich

Fotografie:

Titelseite: Getty Images, Personen: Gerry Nitsch, Zürich,
Seite 16: Shutterstock
Gedruckt auf Balance Pure 