

VOM SILICON VALLEY INS SILICON WALLIS

Andy Abgottspon im Interview mit Pascal Sieber im Oktober 2020



Inhalt

1 Digitale Kommunikation mit Hazu _____	2
2 Machen ist wie wollen, nur krasser _____	2
3 Man hat immer eine Wahl _____	3
4 Der Ordner ist tot _____	4
5 Stay Hungry _____	6
6 CNO Netzwerk _____	7

1 Digitale Kommunikation mit Hazu

Andy Abgottspon entwickelt seit knapp 20 Jahren Online-Plattformen, Apps, Games und High-End-Software. Seine Kunden reichen von führenden Visual-Effects-Studios wie Sony und Pixar bis hin zu Tausenden von Sehbehinderten weltweit, die seine barrierefreien iOS-Spiele nutzen.

Nach dem Masterstudium in England und Erfahrungen im Silicon Valley gründete er dort 2016 schliesslich die Firma Hazu Inc. (ausgesprochen "Hasu"), die es sich zum Ziel macht, die digitale Kommunikation zu revolutionieren.

Das Unternehmen zählt laut dem Magazin Bilan zu den 50 innovativsten Startups der Schweiz, in die es sich zu investieren lohnt.

Der Hazu-CEO ist zudem Spieler der Schweizer Bergdornnationalmannschaft und Helikopterpilot.

2 Machen ist wie wollen, nur krasser

2

Pascal Sieber: Lieber Andy, man bezeichnet Dich als Unternehmer «durch und durch». Was bedeutet der Begriff Unternehmer für Dich?

Andy Abgottspon: Machen ist wie wollen, nur krasser. Viele Leute haben eine Idee oder wollen gerne etwas sein. Sobald sie realisieren, wie viel Zeit, Risiko und Energie dies bedarf, lassen sie es sein. Unternehmerinnen und Unternehmer sind für mich diejenigen, die es trotzdem tun. Der legendäre Geiger Isaac Stern wurde einmal nach einem Konzert von einer Frau mittleren Alters angesprochen. Sie schwärmte: «Oh, ich würde mein Leben dafür geben, so zu spielen wie Sie!» «Lady», sagte Stern scharf, «genau das habe ich getan!»

Pascal Sieber: Was hast Du aus Deinen ersten Schritten des Unternehmertums für die späteren Ventures mitgenommen?

Andy Abgottspon: Bei mir fing dies mit 13 Jahren an, als ich meine ersten kommerziellen Websites erstellte. Ob für ein Hotel, den grössten Kabelnetzanbieter im Kanton zu dieser Zeit oder eine Foto-Community, die zu den meistbesuchten Seiten im Wallis gehörte: Bei jedem Projekt lernt man die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden kennen. Da mich alles interessierte – von Grafik über Programmierung bis hin zu Verkauf – konnte ich alles aus einer Hand anbieten. Mit

der Zeit waren meine eigenen Ansprüche in vielen Bereichen höher als die von Leuten, die sich nur mit Grafik, Programmierung oder Verkauf befassten.

Es gibt den Spruch: «Jack of all trades, master of none.» Oft wird damit suggeriert, dass man entweder ein oberflächlicher Generalist ist oder in einem Gebiet eine hohe Expertise hat. Ich versuche lieber ein «Master of many» zu werden. Malcolm Gladwell stellte die bekannte These auf, es brauche 10'000 Stunden, um einen Skill wahrlich zu meistern. Das würde also bedeuten, dass wir dies schon rein rechnerisch nur in wenigen Bereichen schaffen können. Was ist aber, wenn wir die Stunden aus einem Bereich in einem anderen anrechnen können?

Ein Eishockeyspieler wird einen Golfschwung vermutlich schneller meistern als jemand, der nie im Leben sportlich tätig war oder für den die Entwicklung der Hand-Augen-Koordination nie eine Rolle spielte. Jemand, der perfekt Englisch spricht, wird tendenziell eine Pilotenlizenz schneller absolvieren können, da sowohl sämtliche Theorie als auch die Kommunikation in der Praxis in eben dieser Sprache abläuft.

Ich bin jeden Tag erstaunt, wie viel Gelerntes man tatsächlich wiederverwenden kann und so extrem schnell neue Dinge meistern kann. Vielleicht nicht wie Isaac Stern, aber gut genug, um im Soundtrack seines eigenen Lebens die erste Geige zu spielen.

3

3 Man hat immer eine Wahl

Pascal Sieber: Du hast viel Erfahrungen im Ausland gemacht. Was sind denn die Eigenheiten der Schweiz, die Du als Unternehmer internalisierst, und welche willst Du gegebenenfalls bekämpfen / ändern?

Andy Abgottspon: Es wird gesagt, im Silicon Valley sei es anfangs einfacher Risikokapital zu holen als in der Schweiz, wo die Investoren den ersten Teil dieses Begriffes oft noch nicht wirklich verstanden haben. Dazu kommt der Umgang mit dem Scheitern: In den USA ist es einem Early Investor klar, dass 90% seiner Hochrisikoinvestments scheitern werden. In der Schweiz suchen Investoren eine sichere Sache, die genau deswegen kaum entstehen kann, weil die nötigen Risiken, die es braucht, um wirklich einen Wandel zu bewirken, gar nicht erst finanziert werden.

Die erste Million für Hazu kam aus meinem persönlichen Umfeld in der Schweiz. Es gab einige Momente, wo es sehr knapp wurde. Trotzdem war es mir wichtig, nur Leute an der Firma zu beteiligen, denen ich – wenn alles schiefgehen sollte –

immer noch in die Augen schauen kann und die nicht existenziell auf den investierten Betrag angewiesen sind. Das ist sicher ein guter Rat, auch wenn man in der Praxis manchmal das Gefühl hat, man habe keine Wahl.

Pascal Sieber: Nun setzt Du Deine Leidenschaft für Hazu ein. Welche Idee stand am Anfang dieser Unternehmung?

Andy Abgottspon: Ich war Softwarechef einer Firma im Silicon Valley, welche Live-Events für Google, Apple, Facebook und das Weisse Haus produzierte. Eines der Bedürfnisse war, die Organisation von Fragen, welche auf Twitter, per E-Mail und auf anderen Kanälen auf die Moderatoren einprasselten, massiv zu vereinfachen. Ich entwickelte ein System, welches Fragen in Echtzeit abstimmbarmachte und mit der dazugehörigen Antwort innerhalb einer Zeitachse an der richtigen Stelle im Video platzierte. Es wurde schnell klar, dass dies ein eigenes Produkt, eine eigene Firma sein muss, und so war Hazu geboren.

Die Vision wurde immer grösser und mir wurde klar, dass wir mit diesen einfachen, grafischen Elementen nicht nur Fragen in einer Zeitachse darstellen können, sondern jegliche Inhalte in einer Vielzahl von Ansichten.

4 Der Ordner ist tot

Pascal Sieber: Du sprichst von Metaphern, die wir neu erfinden sollen. Was meinst Du damit?

Andy Abgottspon: Entwickler arbeiten mit Metaphern, um Leuten den Einstieg in abstrakte Konzepte zu vereinfachen. Die erste Kontakte-App des iPhones sah aus wie ein Adressbuch, der erste Kalender wie eine physikalische Agenda. Auch das Symbol zum Knipsen eines Fotos ähnelte einer Kamera, inkl. Sound beim Abdrücken. Apple und Steve Jobs waren Pioniere dieses sogenannten Skeuomorphismus, obschon sie diesen nach einigen Jahren bewusst und nahezu vollumfänglich aufgaben, oder aufgeben mussten. Der Grund: Die Metaphern kamen ans Limit. Wo bringe ich in meiner Adressbuch-Metapher nun die Suchfunktion unter, wenn mein physikalisches Adressbuch diese Funktion gar nicht hat? Was bringt es mir noch, dass der Lederhintergrund meiner App mich an meinen physischen Terminkalender erinnert, wenn die Metapher bei vielen der anderen Funktionen komplett bricht? Zudem hatten die Metaphern mittlerweile ihren Zweck erfüllt und die Mehrheit der Benutzer das Prinzip verstanden. Im Vergleich zur Digitalkamera musste man zwar neu erlernen, wie man dort ein Foto schießt, dafür war es in einem Klick weitergeschickt, ohne mühsame SD-Karten-Jongliererei.

In unserem Alltag gibt es heute noch sehr viele, mindestens genauso veraltete Metaphern. Ein Beispiel gefällig? Ein Kind klickt auf ein Diskettensymbol [1] in Microsoft Word, um ein A4-Blatt [2] als PDF [3] in einem Ordner [4] zu speichern. Danach schickt es diese Datei (übrigens eine Wortschöpfung aus «Daten» und «Kartei») [5] via Anhang einer E-Mail [6] an seine Lehrerin, welche diese dann in einem Postfach [7] empfängt. Dieser Vorgang, welcher einen alltäglichen Prozess für viele von uns beschreibt, enthält 7 Metaphern.

Keine dieser Metaphern ist in der digitalen Welt wirklich nötig, sinnvoll oder geschweige denn intuitiv. Das Kind hat weder je eine Diskette in der Hand gehalten, noch besucht es regelmässig die Post oder hat bereits einmal ein A4-Blatt in einem Ordner abgelegt. Wir sehen also, dass wir immer noch in sehr vielen alten Paradigmen denken. Auch wenn einige davon für einen Teil der Menschen immer noch verständlich sind, bremsen sie doch gleichzeitig jeglichen Fortschritt und die Chance auf Vereinfachung.

Wenn wir von First Principles ausgehen würden, also die digitale Welt von heute quasi von Null neu aufbauen würden, hielten wir wohl kaum am Diskettensymbol fest, zumal es den Speichervorgang in vielen Programmen in der Form bereits gar nicht mehr gibt. Vielmehr würden wir ein universelles, agiles, visuelles und hirngerechtes Paradigma bevorzugen, welches einen ähnlichen Quantensprung bedeutet wie damals das iPhone für die verschiedenen (bereits digitalen) Geräte.

Pascal Sieber: Hazu ist attraktiv für jede Branche. So auch für das Schulwesen – und da habt Ihr tolle Erfolge verzeichnen können. Welche Veränderungsnotwendigkeit siehst Du im Schweizer Schulwesen und warum?

Andy Abgottspon: Wir sind hier in einer glücklichen Position, weil viele der innovativsten Vertreter der jeweiligen Gruppen aktiv auf uns zukommen: Eltern, Lehrpersonen, SuS, öffentliche Schulen, private Schulen, Unis, FHs, Kantone, Datenschützer, Lehrplan-Verantwortliche, ETH-Forscher, Verlage und Top-EdTech-Startups. Sie alle haben Bedürfnisse und ein Bild der Zukunft, welches sie alleine nur schwer umsetzen können. Die Verantwortung wird abgeschoben und so ist eine Art Deadlock entstanden.

Die innovativen Player nutzen Hazu, um ihre Vision von Bildung in meist sehr kurzer Zeit umzusetzen, und erkennen dabei auch noch Synergien mit anderen Mitgliedern der Hazu-Community, die vorgängig nicht offensichtlich erschienen. So bieten wir im wahrsten Sinne des Wortes eine Plattform für Innovation, die kaum Grenzen kennt und so einen systemischen Stillstand überwinden kann.

Verlage haben erkannt, dass sie «digital first» sein müssen und dass Inhalte in Zukunft nicht nur dynamisch sind, sondern von allen Akteuren des Systems mitgestaltet werden. Schulen haben realisiert, dass projekt- und interessenbasiertes Lernen nachhaltiger, effizienter und auch im eigentlichen Sinne des Lehrplans 21

ist, aber auch andere Fähigkeiten von der Lehrperson erfordert. Wir müssen Kinder und alle Menschen vermehrt auf ein Leben vorbereiten, in dem sie auf ständig ändernde Situationen reagieren können und neuartige Lösungen zu bisher nie dagewesenen Problemen entwickeln. Das ist mit alten Denkweisen und Hilfsmitteln schwer möglich.

Nicht all diese Erkenntnisse waren vor einigen Jahren bereits weitläufig akzeptiert und vielerorts sind sie auch heute noch weit entfernt von gelebter Praxis. Der Blick auf die Pioniere der Industrie, welche mit unserer Plattform eine nachhaltige und ganzheitliche Zukunft gestalten, stimmt uns aber sehr zuversichtlich. Dies beweist indes eindrücklich, dass die technologischen Probleme weitestgehend gelöst sind und es primär eine Frage der Bereitschaft ist.

5 Stay Hungry

*Pascal Sieber: Zum Schluss noch dies: Was gibst Du den Manager*innen und Unternehmer*innen mit auf den Weg?*

Andy Abgottspon: Wie Steve Jobs sagte: «Stay hungry, stay foolish.» Erlaubt euch und euren Leuten, Fehler zu machen, und lernt daraus. Ein gewisses Mass an Chaos schafft neue Gedanken. Zu viel Chaos ist schwer kontrollierbar. Kein Chaos bedeutet Stillstand.

Wenn ihr nicht absolut überzeugt seid und nicht an euch glaubt, dann gibt es gar keinen Weg. Wenn ihr es aber tut, gibt es immer einen.

Pascal Sieber: Ich danke Dir vielmals für Deine Einsichten und Ansichten und freue mich ausserordentlich auf Deine Keynote am CNO Panel No. 20.

6 CNO Netzwerk

The Interchange of New Ideas

Im Chief Networking Officer (CNO) Netzwerk erforschen und entwickeln wir Ideen und Lösungen für ein besseres Verständnis der Anforderungen an die Informatik und ein besseres Verständnis für die Nützlichkeit der Informatik für Unternehmen und Verwaltungen. Das Projekt wird getragen von Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Medien.

Ein jährlicher Kongress, das CNO Panel, ist die Schweizer Plattform für das Top-Management mit Schwerpunktreferaten, Workshops und viel Raum für persönliches Networking.

Mit Chief Networking Officer (CNO) ist jene Person gemeint, die im Top-Management die Verantwortung für die Vernetzung des Unternehmens mit Kunden, Lieferanten und Partnern übernimmt. Der oder die CNO unterstützt unternehmensinterne und betriebsübergreifende Geschäftsprozesse mit Informatik und Telekommunikation, damit die beteiligten Mitarbeitenden effizient und effektiv zusammenarbeiten können, damit neue Geschäftsfelder erschlossen und die Wertschöpfung im Unternehmen oder in der Verwaltung gesteigert werden kann.

Wissenschaftliche Partner des CNO Netzwerks 2020 sind: Kompetenzzentrum für Public Management Universität Bern, Institut für Wirtschaftsinformatik Universität Bern, Forschungsstelle Digitale Nachhaltigkeit Universität Bern, Institute of Marketing Universität St. Gallen.

Verbandspartner des CNO Netzwerks 2020 sind: asut, IFJ, Handel Schweiz, Internet Briefing, WinLink.

Medienpartner des CNO Netzwerks 2020 sind: Netzwoche, Organisator, IT-Business.

Kontakt

Dr. Pascal Sieber & Partners AG
+41 31 566 93 00
www.cno-panel.ch