



Bild: Linda Pollari

*«Wir zeigten die Lösung in
unserem Bekanntenkreis
mit dem Ergebnis, dass alle
sie haben wollten.»*

Jeremias Meier über die ersten Tests seiner Software am Markt

«Wir sind wie ein Schnellboot unterwegs»

Kaum mit ihrer Business-Software-Lösung am Markt, sorgt die easySYS AG für Furore. Hinter dem Aufstieg stehen eine funktionierende Geschäftsidee, ein ambitioniertes Team und ein paar namhafte Investoren.

VON THOMAS BERNER

Alles ist bei der easySYS AG mit ihrem Gründer und CEO Jeremias Meier auf Wachstum getrimmt. Erst umgezogen aus dem eng gewordenen Toggenburg an den weltoffeneren Zürichsee, vergrössert sich das Unternehmen fast schon täglich. Ein zweites Stockwerk muss nun her, um Platz zu schaffen für das vor gut zwei Jahren gegründete Start-up, das sich rüstet, den gesamten deutschsprachigen Markt zu erobern.

Sie sind nun seit zwei Jahren mit Ihrem Produkt am Markt. Herr Meier, erzählen Sie: Was war die eigentliche Geburtsstunde Ihres Unternehmens?

Jeremias Meier: Die Idee zum Produkt entstand schon einiges früher. Vor etwa acht Jahren waren wir dabei, unser erstes Unternehmen aufzubauen. Da erfuhren wir am eigenen Leib, was es heisst, vom administrativen Aufwand überrollt zu werden. Wir waren ein Kleinunternehmen mit drei, vier Leuten und im Wachstum begriffen. Wir merkten dann: Ups, wir wissen ja gar nicht mehr, wer unsere Kunden sind. Wir arbeiteten und arbeiteten und stellten fest, dass finanziell wenig hängen blieb, ja, wir vergassen gar, Rechnungen zu verschicken. Wir benötigten also eine Business-Software. Also schauten wir uns auf dem Markt um, was es da an Lösungen gab.

Solche gibt es ja wie Sand am Meer, müsste man meinen?

Ja. Aber gerade für das Segment der Kleinstunternehmen – wir waren ja gerade mal vier Leute – gibt es nur sehr wenig. Entweder sind die Lösungen nicht bezahlbar oder zu wenig benutzerfreundlich. Zudem wollten wir ja auch von zu Hause und unterwegs arbeiten und nicht nur im Büro. Klar: Auch dafür gab es Lösungen, aber eben nicht in unserer Preisklasse. Also sagten wir uns: Wir sind Programmierer und entwickeln unsere Lösung halt selbst.

Einmal mehr stimmt also das Sprichwort: Aus der Not eine Tugend machen.

Ja, und wir stellten auch fest: Wir sind mit unserem Bedürfnis nicht allein. Wir entwickelten also eine erste Lösung. Wir sagten uns schon damals: Die Software muss browserbasiert, übers Internet nutzbar sein, keinen eigenen Server und keine zusätzliche Software-Installation benötigen. Man muss einfach damit arbeiten können. Wir zeigten die Lösung in unserem Bekanntenkreis mit dem Ergebnis, dass alle sie haben wollten. Dann entschlossen wir uns, daraus ein richtiges Pro-

dukt zu machen. Es war eine Zeit von Trial and Error und Herumexperimentieren, in welcher wir sehr viel darüber lernten, wie man eine solche Lösung im Unterschied zu herkömmlicher Business-Software entwickelt und vermarktet.

Also hatten Sie genügend Freiraum, um Fehler zu machen, ohne dass es dem neuen Unternehmen schon wehtat.

So kann man es sagen. Doch für einen nächsten Wachstumsschritt benötigten wir neue finanzielle Mittel. Das ergibt sich allein schon aus unserem Geschäftsmodell heraus. Wir verkaufen Abos und wollen einem Kleinunternehmer ein komplettes Sorglos-Paket anbieten. Das alles muss vorfinanziert werden, denn es handelt sich hier um ein Massengeschäft. Wir gründeten also die neue Firma easySYS AG – das war im Dezember 2013. Dann begannen wir erst richtig Gas zu geben. Wir waren damals zu fünft und verstärkten die Investitionen in allen Bereichen.

Wie tätigten Sie denn nun Ihre ersten Finanzierungen? Hatten Sie damals schon Investoren?

Für easySYS ja. Die Gründung machten wir eigentlich zusammen mit den Investoren. Bei diesen handelte es sich um Business Angels, die uns nicht nur mit Geld unterstützten, sondern auch mit ihrem Know-how. Wir haben bewusst auch solche Personen gesucht.

Wie sind Sie auf dieser Suche vorgegangen?

War da viel Vitamin B im Spiel?

Auch. Aber es gibt auch in der Schweiz organisierte Investoren. Wobei: Die Szene ist relativ überschaubar. Gerade für unser Vorhaben gestaltete sich die Suche nicht einfach, denn es ist halt schon ein gewisses Verständnis für unser Business vonnöten. Wir waren rund ein Jahr mit Klinkenputzen beschäftigt. Ich hielt in dieser Phase sicher einmal wöchentlich eine Präsentation. Wir wollten nicht nur einfach Geld, sondern Leute finden, die uns im Aufbau des Unternehmens unterstützen. Über unser Netzwerk haben wir schliesslich die richtigen Leute kennengelernt, die in der Branche auch schon einiges vorzuweisen haben. Das verleiht auch uns eine gewisse Glaubwürdigkeit.

Mit welchen Argumenten konnten Sie die Investoren letztlich überzeugen?

Ich denke, wir konnten ihnen neben dem grossen Marktpotenzial zeigen, dass wir mit dem eingesetzten Geld auch wirk-

lich Wert generieren. Das war schon nach der ersten Finanzierungsrunde sichtbar. Doch wichtig für die Investoren war auch, dass wir ein junges, motiviertes Team von Gründern sind. Sie wollen sehen, dass man mit einem solchen Team arbeiten und eine Vertrauensbasis aufbauen kann.

Geld ist die eine, Menschen sind eine andere Sache. Ich habe gelesen, dass Sie Ihre Mitarbeiterzahl per Ende 2015 auf 40 bis 50 erhöhen wollen. Woher wollen Sie trotz Fachkräftemangel diese Leute nehmen?

Es kommt natürlich auch etwas darauf an, welche Leute man braucht. Im Bereich Software-Entwicklung funktioniert mittlerweile die Verbindung mit der HSR ganz gut. Aber wenn es um die wirklichen Spezialisten geht, dann sieht es anders aus. Da müssen wir wirklich überall, wo es geht, suchen. Wir haben mittlerweile eine Fast-Vollzeit-Stelle, die sich ausschliesslich um Rekrutierung kümmert.

Eigentlich ein gewaltiger «Hosenlupf» für ein Start-up, neben Marketing auch noch Employer Branding zu betreiben.

Ja. Der Wettbewerb ist knallhart. Und wir sind nicht in der Lage, die höchsten Löhne zu bezahlen. Dafür können wir unseren Leuten Einmaliges bieten: Bei uns kann man einen wirklichen Beitrag zum Unternehmenswachstum und Erfolg leisten und sich auf ein einziges Produkt für eine einzige Kundengruppe fokussieren. Jeder Einzelne erhält sehr viel Verantwortung.

Sie haben eine klare Wachstumsstrategie und setzen auf Expansion. Wie gehen Sie diese nun konkret an?

Mit unserem Geschäftsmodell sind wir eher wie ein Schnellboot unterwegs als mit einem Tanker. Wir konnten bereits jetzt schon Kunden aus Deutschland und Österreich gewinnen. Die Schweiz bleibt aber Primärmarkt. Für uns das Wichtigste ist es, mit einem guten Produkt zu wachsen. Wir haben aktuell eine hohe Rate an Kunden, die allein wegen Weiterempfehlungen zu uns kommen. Das ist die beste Werbung. Wir wollen natürlich noch mehr Leute auf unsere Website locken, wo sich die Software 30 Tage kostenlos testen lässt. Man kann sich einfach via Webseite einloggen und sofort loslegen – ein wesentlicher Vorteil im Vergleich zu herkömmlichen Produkten. Wir haben bisher ausschliesslich Online-Werbung gemacht. Jetzt geht es uns darum, auch offline aufzutreten. Und natürlich wollen wir das Produkt verbessern und die Produktinnovation fördern.

Davon ausgehend, dass ein Kleinunternehmen eher eine schlanke Lösung sucht: Wie wollen Sie das Produkt innovativer machen? Indem Sie es mit noch mehr Funktionalitäten wieder aufblähen?

Die Gefahr, hier in Versuchung zu geraten, besteht durchaus. Schon viele Softwarehersteller wollten sich durch die Anzahl an Funktionen differenzieren. Ich glaube aber nicht, dass dies der richtige Weg ist. Wenn ich daran denke, wie künftig eine Rechnung mit easySYS bearbeitet werden soll: Ich mache einfach ein Foto davon und die Rechnung wird automatisch verbucht. Hinter diesem Vorgang steht eine grosse Zahl von Einzelschritten von Texterkennung, Speicherung in der Cloud, Unterscheidung Debitor/Kreditor etc. Unser Anspruch ist, solche Prozesse radikal zu vereinfachen. Das bedeutet einen hohen Entwicklungsaufwand. Aber am Schluss haben

EASYSYS AG

Das von Jeremias Meier zusammen mit zwei Partnern gegründete Unternehmen mit Sitz in Rapperswil bietet eine benutzerfreundliche Business-Software für Kleinunternehmen. Alle Tools und Programme sind online über eine moderne Cloud-Lösung verfügbar und müssen damit nicht auf den Computern der Unternehmen installiert werden. Mit easySYS können Firmen Angebote, Rechnungen und Kundendaten verwalten und ihre Buchhaltung abwickeln. Die Anwendung erhielt den Innovationspreis der Deutschen Telekom. Für die jüngste Finanzierungsrunde konnte das junge Unternehmen die Armada Investment AG sowie die Redalpine Venture Partners AG gewinnen.

www.easysys.com



wir aus zehn Schritten einen gemacht. Gegenwärtig arbeiten wir an einer neuen Benutzeroberfläche. Da geht es uns nicht um die Frage, was darauf noch fehlt, sondern, was sich davon entfernen lässt. Hierin liegt meines Erachtens der Schlüssel zu einem guten Produkt.

Wie beeinflusst das hohe Tempo die Stimmung im Team? Kommt es dabei nicht zu Verschleisserscheinungen?

Vielleicht ist das auch eine Altersfrage ... Meine Leute haben die Überzeugung, etwas Sinnvolles zu tun. Das spornt an. Doch auch wir müssen – obwohl wir jung sind – darauf achten, dass wir uns nicht verschleissen. Es gibt durchaus Leute, die man zuweilen bremsen muss.

Dann sind bei Ihnen selbst 80-Stunden-Wochen, über 100-prozentiges Engagement nur für die Firma ohne Freizeit und Privatleben also kein Thema?

Klar, wir Gründer arbeiten im Schnitt schon mehr als «normale» Mitarbeitende. Ich verlange von jedem, dass er voll und ganz da ist und seinen Job macht, aber ich erwarte von niemandem, gleich viel arbeiten zu müssen wie ich. Als Gründer muss man aber schon ein Umfeld haben, das Einbussen bei Freizeit akzeptieren kann und dies mitträgt. Als Unternehmer ist man auch hin und wieder mit Ängsten konfrontiert, in die man die Mitarbeitenden nicht hineinziehen möchte. Diese sollen jederzeit motiviert arbeiten können.

Und Sie selbst, wo finden Sie Ihren Ausgleich zum reinen Unternehmer-Dasein?

Meinen Ausgleich finde ich in den Bergen. Ich gehe wandern, unternahme Touren – und ich habe einen Hund, der sich freut, wenn ich mit ihm rausgehe. In den Bergen habe ich den totalen Kontrast zu dem, was ich hier habe, meist ohne Handy-Empfang.

Abschliessende Frage: Welche Ziele haben Sie für 2015 gesetzt?

Klar ist, dass wir das Wachstum weiter vorantreiben wollen. Beim Produkt interessieren uns vor allem zwei Themen: zum einen die Vereinfachung der Zusammenarbeit zwischen dem Kleinunternehmer und seinem Treuhänder, zum andern die Frage, wie ein Kleinunternehmen seinen Bankabgleich macht. Wir wollen also nicht nur Kunden bolzen, sondern das Leben eines KU vereinfachen.