

Die «Google-Alternative» aus Basel

Ehemalige Day Software blüht seit der Übernahme durch Adobe Systems richtig auf

Der US-Softwarekonzern Adobe hat es verstanden, die Basler Day Software zu integrieren, ohne ihre Innovationskraft zu ersticken. Gut drei Jahre nach der Übernahme sind alle Schlüsselleute noch mit dabei.

Giorgio V. Müller, Basel

Mitten in der Altstadt, dort wo der FC Basel jeweils seine Meistertitel feiert, würde man kaum das prominenteste Softwareunternehmen der Stadt erwarten. Doch drei Jahre nach der Übernahme durch Adobe Systems befindet sich das Domizil der einstigen Day Software noch immer am Barfüsserplatz; und dies obwohl seit der Akquisition fast doppelt so viele Leute für die Firma arbeiten wie 2010, als die Kalifornier 255 Mio. Fr. oder 59% mehr als der damalige Börsenwert auf den Tisch legten. Im Rückblick hat sich der Zusammenschluss für beide Seiten gelohnt, sowohl für den Käufer als auch für die gut 20 Jahre alte Basler IT-Gesellschaft.

Unentbehrliches Pingpong

Die Büros der Adobe Research (Schweiz) lassen kaum Zweifel aufkommen, wer Eigentümer ist. Ähnliche Einrichtung kennt man von IT-Firmen, die ihre Wurzeln im Silicon Valley haben. Viele Elemente findet man auch in den Räumen von Google in Zürich, dem anderen, jedoch viel grösseren Unternehmen aus dem IT-Cluster zwischen San José und San Francisco, das seine Zelte in der Schweiz aufgeschlagen hat und stark expandiert. Natürlich ist die Adobe-Kantine um Faktoren kleiner als die von Google an der Brandschenke, doch in Basel essen und trinken die Mitarbeiter ebenfalls auf Geschäftskosten, und der Tischtennistisch gehört auch hier zur unentbehrlichen Ausstattung eines fortschrittlichen Softwareunternehmens. Während es jedoch in der Altstadtliegenschaft keine Rutschbahn wie im Google-Neubau in Zürich gibt, steht den Adobe-Mitarbeitern ein eigener, voll ausgerüsteter Übungsraum zur Verfügung, wo sie es rocken lassen können. Gemäss «Siteleader» Florian Schaulin sind solche Annehmlichkeiten nötig, um an die besten Software-Ingenieure zu kommen und ihnen ein Umfeld zu bieten, in dem sie sich optimal entfalten können. Velos und Kinderwagen können im Gang parkiert werden, man spricht Englisch, gibt sich locker, und alle sind per du. Nur der schon fast sektiererische Züge annehmende Gemeinschaftssinn der «Googler» fehlt, obwohl auch bei Adobe zu spüren ist, dass sich die Mitarbeiter als Teil eines besonderen Unternehmens empfinden.

Akquisitionen von Adobe

Jahr	Übernommene Firma	Preis
1992	OCR Systems	n. v.
1994	Aldus Corporation	440 Mio. \$
1995	Frame Technology	460 Mio. \$
1999	GoLive Systems	n. v.
2003	Syntrillium Software	n. v.
2004	OKYZ S. A.	n. v.
2005	Macromedia	3,4 Mrd. \$
2009	Business Catalyst, Omniture	1,8 Mrd. \$
2010	Day Software	255 Mio. Fr.
2011	Demdex	n. v.
2011	Aduitude	n. v.
2011	Typekit	n. v.
2012	Efficient Frontier	400 Mio. \$
2012	Behance	n. v.
2013	Neolane	600 Mio. \$

QUELLE: ADOBE, BLOOMBERG

So wie Schaulin sind auch die meisten anderen der mittlerweile 101 Mitarbeiter – weitere 16 Personen sind im Vertrieb und Marketing in Zürich tätig – schon lange beim Unternehmen. Dies gilt auch für Angelo Buscemi, dem Länderehrer von Adobe, der vor zehn Jahren bei Day begann und zuletzt das Geschäft in Zentral- und Südeuropa leitete. Als Erklärung für den Erfolg und die prominente strategische Position innerhalb des Adobe-Konzerns nennt er die Bewahrung des «Day-Geists». Die auch beim US-Mutterkonzern von Ingenieuren geprägte Unternehmenskultur sei ihnen entgegengekommen.

Die ähnliche Mentalität sei der Grund, meint Forschungsleiter Jean-Michel Pittet, weshalb ausser bei wenigen administrativen Aufgaben keine einzige Fachkraft seit der Übernahme das Unternehmen verlassen habe. Er habe keine Probleme, offene Stellen zu besetzen. Die Charakteristik potenzieller Kandidaten kenne er genau; meist kämen die Fachleute von sich aus auf ihn zu, denn die tägliche Zusammenarbeit mit den Besten des Fachs – etwa über Videokonferenz-Schaltungen – ergäben einen Clustereffekt in der Szene. Dass die Konkurrenz um IT-Fachleute in Basel verglichen mit Zürich im Allgemeinen weniger gross ist, verstärkt die komfortable Rekrutierungssituation.

Welches Fach ein Kandidat studiert habe, sei nebensächlich, sagt Pittet. So arbeiten auch Biologen, Absolventen von Philosophie-Lehrgängen oder auch solche ohne Studium für das Unternehmen, das konzernweit in den Gebieten Web-Content-Management und Social Collaboration sowie in allen Integrationsbelangen zum wichtigsten Stützpunkt geworden ist. Auch punkto Kinderbetreuung, Teilzeit- und Heimarbeit kommt Adobe den Angestellten sehr weit entgegen. Beleg dafür ist, dass Adobe schon 13-mal zu den 100 arbeitnehmerfreundlichsten Unternehmen in den USA gewählt worden ist und in der

Software-Branche zu den angesehensten Firmen gehört.

Der Verkauf an Adobe sei keine Notwendigkeit gewesen, erzählt Buscemi. Denn schon damals habe das Unternehmen sowohl über die kritische Grösse als auch über ausreichend liquide Mittel für Investitionen verfügt. Obwohl die 1993 gegründete Firma nach dem Börsengang 2000 wiederholt magere Jahre erlebte, hatte sie nie Schulden. Doch bei einem Alleingang hätte Day stärker auf Partnerschaften setzen müssen, um technologisch den Anschluss nicht zu verpassen. Insgesamt sei er deshalb froh, dass Adobe Day erworben habe, meint Buscemi.

Heute sind die ehemaligen Day-Produkte (Experience Manager) der Baustein, damit Werber und Verlage die Verwaltung digitaler Werbeinhalte auf allen Kanälen messen und optimieren können. Laut firmeneigenen Angaben setzen mehr als 5000 Marken, inklusive neun der zehn grössten Onlineshops und -banken sowie acht der zehn führenden Medienunternehmen und Autofirmen, die digitalen Marketinglösungen von Adobe ein. Seit Jahren wächst der Konzern zum grossen Teil über Akquisitionen (vgl. Tabelle), meist wurden kleinere Privatunternehmen erworben, teilweise aber auch Milliarden-Transaktionen getätigt. Das wird künftig wohl weiterhin der Fall sein. Laut Pittet gäbe es auch in der Schweiz einige Kaufkandidaten, die gut zu Adobe passen würden.

Messbar gemachte Werbung

Digital Marketing ist das erfolgreichste Segment im Adobe-Konzern. 2013 wurden damit 1,2 Mrd. \$ (+13%) oder 35% des Gruppenumsatzes erwirtschaftet. 2010 war es erst gut ein Fünftel gewesen. Insgesamt ging der Umsatz des gut 11 000 Mitarbeiter beschäftigenden Unternehmens um 8% auf 4,1 Mrd. \$ zurück. Auch in Zukunft dürfte Digital Marketing überdurchschnittlich erfolgreich sein. Der Konzern prognostiziert für diesen Bereich in den nächsten drei Jahren ein jährliches Wachstum von 25%. Vor allem die seit kurzem als Cloud-Dienstleistungen angebotenen Produkte kommen offenbar gut an (in der Schweiz etwa bei UBS, Swisscom, Schindler, Bombardier, SBB).

Mit der Software wird die Wirkung von Werbung oder digitalem Marketing gemessen, der Auftraggeber erfährt, welche Bedürfnisse die Kunden haben, und kann die Botschaften rasch anpassen. «Wir haben die Werkzeuge, um Werbung messbar zu machen», erklärt Buscemi. Für die Werber bedeute dies, dass ihre Kreativität nicht eingeschränkt werde, und den Unternehmen und Auftraggebern erlaube es, die Werbeausgaben und digitalen Angebote besser zu kontrollieren, meint Pittet.

Recht

Leerstehende Liegenschaften vor Vandalen schützen

Eugen Stamm · Eine leerstehende Liegenschaft wirkt auf Nachbarn und Passanten unheimlich. Den Eigentümer kostet sie Geld, statt dass er mit ihr Mieteinnahmen erzielt. Möglicherweise findet er keine Mieter, oder er wartet auf die Baufreigabe durch die Behörden. Allenfalls haben Nachbarn mit Einsprachen die Pläne durchkreuzt, bald zu renovieren oder einen Ersatzbau zu erstellen. So vergehen Monate oder gar Jahre. Ein Haus ohne Leben ist dabei nicht nur vom Verfall bedroht, sondern auch von Vandalismus.

Der Eigentümer könnte theoretisch Bewohner auf Zeit suchen; niemand mietet allerdings ein ganzes Bürogebäude bloss für ein Jahr. Das grösste Hindernis ist jedoch rechtlicher Natur. Die Schutzbestimmungen des Mietrechts sind in diesem Fall der Feind der Miete. Denn durch den Abschluss von Mietverträgen handelt sich der Eigentümer das Risiko ein, dass das Mietverhältnis erstreckt wird, just wenn es mit den Umbauarbeiten losgehen könnte. Die Immobilie leer stehen zu lassen, erscheint deshalb als die sicherere Option. Es ist ein rationaler Entscheid, auch wenn die gesellschaftlichen Folgen stossend sind: Immerhin ist in den Städten Arbeits- und Wohnraum knapp.

Aus rechtlicher Sicht bietet sich für das Problem aber eine einfache Lösung an: die Gebrauchsleihe. Ausleihen kann man nicht nur Bücher, sondern auch Immobilien. Die Zwischennutzung ist für eine bestimmte oder unbestimmte Dauer möglich. Ein Erstreckungsrisiko besteht dabei nicht. Der Entleiher darf den Raum nicht einem anderen überlassen und haftet für Schäden. Die Sache hat allerdings einen Haken: Der Gesetzgeber definiert die Leihe als unentgeltliche Überlassung einer Sache zum Gebrauch. Der Eigentümer darf keine Miete verlangen, sonst würde das Vertragsverhältnis als Miete qualifiziert. Dennoch ist es erlaubt, die Neben- und Unterhaltskosten auf die Zwischennutzer zu überwälzen. Die Leihe ist weniger lukrativ als die Vermietung, aber immerhin attraktiver als der Leerstand. Die Zwischennutzer ihrerseits kommen zu günstigem Raum, dafür müssen sie ihn nach Ablauf der Leihe pünktlich verlassen.

Das Recht stellt also eine Vertragsform zur Verfügung, die für beide Seiten nur Vorteile bietet. Ausserdem profitiert die Allgemeinheit davon, wenn keine Geisterhäuser und leeren

Schaufenster das Stadtbild verunstalten. Dennoch bilden Zwischennutzungen immer noch die Ausnahme und nicht die Regel.

Das hat Politiker dazu verleitet, diese Form des effizienten Umganges mit knappem Raum erzwingen zu wollen. So wurde in der Stadt Luzern am 9. Juni 2013 darüber abgestimmt, ob man für Leerstände eine Meldepflicht einführen und die Stadt diese Flächen zu Verwaltungskosten vermitteln soll. Das Stimmvolk hat diesen Zwang mit über 63% abgelehnt und damit unterstrichen, dass es nicht gewillt ist, die in der Verfassung verankerte Eigentumsgarantie zu verletzen. Die Frage bleibt, warum Zwischennutzungen nicht häufiger vorkommen, beziehungsweise was die Voraussetzungen wären für eine grössere Verbreitung der Gebrauchsleihe.

In der Praxis haben Eigentümer häufig Vorbehalte, sagt Raffael Büchi, Anwalt bei Bär & Karrer. Sie scheuen den Aufwand, überschätzten die Risiken und wüssten gar nicht, wie sie die Sache angehen sollen. Die Zwischennutzung von Immobilien funktioniert jedoch tadellos, wie einige Beispiele zeigen, bei denen Büchi mitgewirkt hat. Alles, was es braucht, ist Vertrauen seitens der Eigentümer sowie eine Stelle, welche die Zwischennutzung zuverlässig organisiert.

An der Badenerstrasse in Zürich hat die Immobiliengesellschaft Mobimo während zweier Jahre ein Bürogebäude an 100 Kulturschaffende ausgeliehen. Derzeit läuft im Zürcher Seefeldquartier eine vergleichbar grosse Zwischennutzung in einem Gebäude der Ledermann Immobilien. Die Schnittstelle zwischen Eigentümer und Zwischennutzer heisst «Projekt Interim». Diese Organisation sorgt dafür, dass sich ein Haus rasch mit geeigneten Leuten füllt und termingerecht wieder leert.

Lukas Amacher von Projekt Interim prüft potenzielle Nutzer auf Herz und Nieren. Nur wenn jedes Vorhaben reibungslos verlaufe, könne man Eigentümer für die Idee gewinnen. Seit 2011 sind es neun Gebäude, weitere sind in Aussicht. Von der Villa über Verkaufsflächen bis zu Bürogebäuden eignet sich laut Amacher jedes Objekt für die Zwischennutzung. Hunderte von Personen haben sich in eine Warteliste eingetragen. Die Voraussetzungen dafür, dass sich das Modell auch ohne staatlichen Zwang verbreitet, sind also gegeben. Nun sind die Immobilieneigentümer am Zug.

A AMBASSADOR HOUSE
Thurgauerstrasse 101
CH-8152 Glattpark

think big
WWW.AMBASSADORHOUSE.CH

Über 50'000 m², mehr als 1'100 Parkplätze: Dieses Gebäude im Glattpark ist eine der grössten und spektakulärsten Büro-Immobilien der Schweiz. Das Ambassador House bietet ideale Voraussetzungen, um erfolgreich auf flexiblen und modernsten Mietflächen Ihr Unternehmen zu lenken.

CBRE
MICHAEL DRESSEN
T +41 44 226 30 00
michael.dressen@cbre.com

