



Cloud Power aus Kärnten

Das Klagenfurter Unternehmen Anexia hat es geschafft, im Bereich Cloud Hosting Internetriesen wie Google, Microsoft und Amazon die Stirn zu bieten. Durch Kundennähe, höchste Sicherheit und individuelle Digitalisierungslösungen genießt Anexia das Vertrauen vieler namhafter Unternehmen. Fraglich, ob sie wissen, dass die Firmenidee eigentlich einem Maturaprojekt entsprang.

Moritz Schuh

Eigentlich sollte der Name des Maturaprojekts an Annex A – die österreichische ADSL-Spezifikation – angelehnt sein, doch ein Tippfehler tat sein Übriges. Wenn Alexander Windbichler über sein 2006 gegründetes Unternehmen Anexia spricht, dann hat es fast den Anschein, als ob der Tippfehler auch schon der folgenschwerste Fehler des jungen Kärntners war. Zwischen schriftlicher und mündlicher Matura traf der damals 19-jährige den Entschluss, seine HTL-Diplomarbeit als Firma weiterzuführen. Mit einem einfachen Gewerbeschein in der Tasche begann Windbichler noch während seiner Bundesheerzeit neben anfänglichen Internetproviderdiensten, weitere Services wie Webprogrammierarbeiten anzubieten. Mit dem übrig gebliebenen Geld aus der Softwareprogrammierung wurde die Serverinfrastruktur für das kapitalintensive Hosting-Geschäft finanziert und der Mitarbeiterstock aufgebaut. Heute, 13 Jahre später, spielt Anexia ganz oben in der internationalen Liga der Cloud Hosters mit. Nicht nur seine 220 Mitarbeiter an über 90 Standorten, sondern auch tausende Kunden – darunter Namen wie Netflix, Lufthansa, BMW, Airbnb oder Rewe – vertrauen auf das unternehmerische Gespür des Autodidakten.

Gründen mit gerade einmal 19 Jahren, was hast du dir dabei gedacht?

ALEXANDER WINDBICHLER: Die Firma war anfangs eigentlich nur Mittel zum Zweck, um das zu machen, was ich machen wollte. Wenn ich vergleiche, worüber sich meine Kunden heute Gedanken machen, dann

bin ich sicherlich mit einer gewissen Blauäugigkeit an die Sache herangegangen. Wir hatten keine Buchhaltung, keine Prozesse, keinen Finanzplan... gar nichts.

Trotzdem hast du es geschafft, das nötige Kundenvertrauen aufzubauen?

Wir haben schnell realisiert, dass Trust das wichtigste Verkaufsargument in unserer Branche ist und haben deshalb auch recht zügig eine GmbH gegründet. Damit waren wir in der Lage, unseren Kunden einige Konzepte zu verkaufen, um damit teilweise Equipment vorzufinanzieren. Das funktionierte ausgesprochen gut, aber du findest dich auch schnell in Bereichen wieder, wo du denkst: Wenn das jetzt in die Hose geht, dann ist alles vorbei. Mit diesem Gedanken im Hinterkopf haben wir aber auch niemals etwas versprochen, das wir nicht umsetzen konnten, und immer geliefert.

Ihr habt eure Finanzierung also von Beginn an selbst gestemmt?

Ja, wir hatten nie Investoren. Später hatten wir dann den Vorteil, dass die kritische Infrastruktur bereits stand und unsere Kunden kontinuierlich zahlen. Ab da haben wir auch kein großes Auftragsrisiko mehr gehabt. Neben Betriebsmittelkrediten der Bank läuft unsere Finanzierung bis heute ähnlich: wir finanzieren uns durch unsere Einnahmen und Anzahlungen Monat für Monat vor.

Hast du nie daran gedacht, Geld von draußen reinzuholen?

Nein! Bis heute würde es mich nervös machen, wenn ich weiß, ich habe eine Million Euro, mach etwas daraus. Wenn die Million weg ist, ist aber dann Ende. Ich bin davon

überzeugt, dass wenn du einen Investor an Bord hast und alles mit Geld anstelle von Intelligenz umsetzt, dann fängst du an, unvorsichtige Entscheidungen zu treffen. Wir haben unsere Aufträge immer mit Kreativität gelöst, das ist heute unser großer Vorteil gegenüber der Konkurrenz.

Ist das organische Wachstum also euer Erfolgsrezept?

Auch da muss man vorsichtig sein. Wir haben es geschafft, dass die Aufträge immer zu unserer Größe gepasst haben. Wir sind daher zwar rasch, aber auch gesund gewachsen. Auf der anderen Seite haben wir so auch recht früh gelernt, uns nicht von einzelnen Kunden abhängig zu machen. Besonders in der Frühphase hatten wir teilweise recht toughen Kunden, die uns unter Druck setzen wollten. Wenn du einmal spürst, „wenn der nicht bezahlt, dann kann ich die Löhne meiner Mitarbeiter nicht zahlen“, dann bist du gleich von Beginn an anders aufgestellt.

Also organisches Wachstum plus ausgewogenes Kundenportfolio?

Ganz genau! Wenn wir bemerkten, dass wir uns mit einem Auftrag übernehmen könnten, haben wir auch einmal abgelehnt. Da wir aber sehr stark fremdgetrieben mit unseren Kunden gewachsen sind, reduzierte sich dieses Risiko im Laufe der Zeit. Nichtsdestotrotz halten wir auch heute noch unsere KMU-Basis, die einerseits uns treu ist und der auch wir treu bleiben, weil wir wissen, wie wichtig diese Unternehmen für uns sind.

Das starke Wachstum war also nicht immer ganz gewollt gewesen?



ZUR PERSON:

Noch während der Matura seiner HTL-Ausbildung fasste der gebürtige Klagenfurter Alexander Windbichler, 32, die Entscheidung, Anexia zu gründen. Das Studium lag dem – rückblickend betrachtet – eher mittelmäßigen Schüler fern. Er wollte weitermachen, was er konnte. Ohne einen Hauch an wirtschaftlichem Background sprang der damals 19-Jährige kopfüber in die Unternehmerwelt und entwickelte dabei sein ganz eigenes Erfolgsrezept.

Nein, natürlich nicht – zwanzig, fünfundzwanzig Prozent Wachstum Jahr für Jahr kannst du nicht planen. Wir mussten einfach mit unseren Kunden Schritt halten. Ich vergleiche es gerne mit einer Bank. Wenn ich als Kunde zu einer Bank gehe und sage, ich hätte gerne meine Löhne überwiesen und die Bank sagt mir, wir sind gerade überfordert, kommen sie in zwei Wochen wieder, dann ist das ein nicht hinzunehmender Vertrauensverlust. Ähnlich ist es bei uns. Die Unternehmen vertrauen uns teilweise ihre gesamte kritische Infrastruktur an, wenn wir da nicht zu jedem Zeitpunkt liefern können, dann ist das Vertrauen weg.

Wachstum, das aber wahrscheinlich nicht nur eure Infrastruktur betrifft?

Richtig, auch das personelle Wachstum ist nicht zu unterschätzen und stellt einen vor Probleme, mit denen man zu Beginn überhaupt nicht rechnet. Besonders jetzt im letzten Schritt von knapp 170 auf über

200 Mitarbeiter haben wir sehr schnell begriffen, ohne Prozesse läuft plötzlich gar nichts mehr. Da sprechen wir von Infrastrukturlieferungen im Ausmaß eines kleinen Logistikunternehmens bis hin zu banalen Dingen wie ein Toilettenpapierhaushalt im Büro. Dieser schmale Grat der richtigen Skalierung ist unsere derzeitige Herausforderung, die wir bisher aber sehr gut handhaben konnten.

Fremdgetrieben sein bedeutet auch eine gewisse Anfälligkeit für Krisen zu haben, wieviel Kopfzerbrechen bereitet dir das?

Darüber habe ich mir in letzter Zeit einige Gedanken gemacht, da es ja absehbar ist, dass früher oder später irgendwas passieren wird. Ich stehe der Sache aber gelassen gegenüber. Erstens habe ich aus der letzten Krise gelernt, dass gerade Digitalisierung in Krisenzeiten einen Schub erfährt – ganz nach dem Motto: Jetzt Optimieren oder übrig bleiben – und zweitens sind wir ja Infrastruk-

turprovider. Das heißt als Kernkomponente jedes Geschäftsmodells sind wir das letzte Glied der Kette, das abgedreht wird. Wenn das bei unserer Kundenstreuung im großen Rahmen passiert, dann ist sowieso Feuer am Dach.

Und wie sieht es mit der großen Konkurrenz aus?

Unsere Branche ist paradoxerweise eines der größten Opfer der Digitalisierung. De facto wird der klassische Softwareentwickler oder Systemadministrator wegrationalisiert und überall durch die Cloud ersetzt. Wir haben das schon früh erkannt und gewisse Tätigkeiten automatisiert und andere verstärkt individualisiert. So bieten wir zwar Cloud-Bausteine wie die Großen an, entwickeln und unterstützen unsere Kunden aber auch mit sehr spezialisierten Lösungen, etwa im AI- oder IoT-Bereich. So können wir heute beruhigt neben den Amazons, Googles und Microsofts dieser Welt existieren. «