

Neue Märkte für Indiens Zahlen-Rajas

Indiens Softwarekonzerne expandieren nach Europa, Japan und China

MARTIN KÖLLING, Tokio

Indiens Softwareindustrie hat den Sprung geschafft von der einfachen Programmierbude zum Anbieter gesamter Geschäftsprozesse. Die nächsten Angriffsziele: Europa und Japan.

Lakshman Rao rennt. Bei seinem Japan-Besuch ist der Zeitplan des operativen Chefs von Wipro, einem der grössten indischen Softwarehäuser (siehe Tabelle), dicht gedrängt. «Wir suchen Allianzpartner in Japan», sagt der Inder auf einer Pressekonferenz. Man sei in Gesprächen. Händedruck, schon hetzt er zum nächsten Termin.

SPRACHBARRIEREN. Raos Blitzbesuch in Japan ist Teil einer neuen Angriffswelle, mit der Indiens Softwareschmieden ihre Stellung als globale IT-Grossmacht vor neuen Rivalen wie China verteidigen wollen. Seit Beginn der 90er-Jahre ist der Umsatz der asiatischen Softwareentwickler nach Schätzung der indischen Vereinigung der Softwareindustrie Nasscom von hundert Millionen auf voraussichtlich 64 Milliarden Dollar explodiert.

Vierzig Milliarden Dollar entfallen allein auf den Export digitaler Ware. Dabei erzielen die Inder achtzig Prozent ihres Umsatzes mit amerikanischen und britischen Unternehmen, während kontinentaleuropäische und japanische Kunden wegen der Sprachbarrieren noch unterrepräsentiert sind. Doch ausgerechnet im Schlüsselmarkt USA droht das Wachstum abzuebben.

DAS WUNDER VON BANGALORE. Noch sind es nur kleine Wolken über dem ansonsten strahlend blauen Himmel Bangalores, Wipros Hauptsitz und Symbol des digitalen indischen Wirtschaftswunders. Die 900 Meter hoch gelegene Stadt mit ihrem milden Klima, Gärten und Parks hat sich vom «Rentnerpara-

dies» in das «indische Silicon-Valley» verwandelt. Den Grundstein dazu legte schon Indiens erster Ministerpräsident Jawaharlal Nehru (1947 bis 1964) mit seiner Vision, Bangalore in Indiens «Stadt der Zukunft» zu verwandeln.

Staatliche Technologiefirmen wie das Raumfahrtunternehmen folgten dem Ruf und zogen in den folgenden Jahrzehnten die technische Elite des Subkontinents an. Die Zugezogenen geben Bangalore ein fast weltstädtisches Flair und machten die heutige Acht-Millionen-Einwohner-Metropole zu einer idealen Brutstätte für kreative Geister.

Da die Lohnkosten der Ingenieure zudem nur einen Bruchteil von Experten im Westen ausmachen, siedelten in den 80er-Jahren zuerst Weltfirmen wie Texas Instruments Teile ihrer Softwareentwicklung an. Kurz darauf folgten einheimische Unternehmen, die erst kleine Auftragsarbeiten übernahmen und sich in den 90er-Jahren zu international operierenden Konzernen mauserten. Die jährlich 400 000 Absolventen technischer Studiengänge liefern genügend Personal, um noch über Jahre rasant weiterzuwachsen.

DIE CHINESISCHE GEFAHR. Doch um ihren Aufstieg langfristig fortsetzen zu können, müssen die Unternehmen ihre Abhängigkeit von englischsprachigen

Kunden senken und sich von einfachen Auftragsprogrammierern in Auftragsabwickler gesamter Geschäftsprozesse verwandeln, sagen Experten. Sollten sie ihre Angebote qualitativ nicht verbessern können, werden westliche Softwarekonzerne und die konzerneigenen IT-Abteilungen eine «verlockende Alternative» bleiben, unken die IT-Analysten der Investmentbank Dresdner Kleinwort Wasserstein. Ausserdem schrumpft Indiens Preisvorteil durch steigende Löhne und eine Aufwertung der Landeswährung, während sich gleichzeitig China als noch billigere Programmierstube anbietet.

JAPANISCH FÜR INDER. Die Inder nehmen die Herausforderung an. Seit Anfang dieses Jahrtausends umwerben sie gezielt nicht englischsprachige Kundschaft. Wipro beispielsweise lässt jährlich Hunderte Inder daheim monatelang Japanisch pauken, damit sich die japanische Kundschaft wohlfühlt, erzählt Wipro-Mann Rao. Die Strategie hat Erfolg, sagt Nasscom-Präsident Som Mittal. «Es gelingt der Industrie, zu wachsen und sich geografisch zu diversifizieren.»

Gleichzeitig stürzen sich die Softwarekonzerne auf den explodierenden Markt für die Ausgliederung von gesamten Geschäftsprozessen (im Fachjargon BPO, Business Process Outsour-

cing, siehe Artikel unten). Laut einer Nasscom-Studie kontrollieren indische Unternehmen weltweit zehn Prozent des jungen Geschäftsfelds. In den kommenden fünf Jahren wollen sie ihren Umsatz aus BPO auf fünfzig Milliarden Dollar verfunffachen.

CHANCE CHINA. Dabei sehen sie China weniger als Konkurrenz denn als riesige Chance. «Es findet derzeit eine Abgrenzung der Arbeiten statt, die China und die Indien machen können», sagt Rao. Einfache Arbeiten in China, komplexe Aufgaben, Unternehmenssoftware und umfassende Allianzen, die von der Entwicklung bis zum Vertrieb alle Stufen der Produktion umfassen, in Indien, so sieht er die Arbeitsteilung.

Vielmehr wittert Rao in China Expansionspotenzial. Derzeit hilft Wipro nur seinen internationalen Grosskunden bei deren China-Abenteuern. «Aber wir sehen China auch als Know-how-Quelle, um Entwicklungszentren zu gründen, und später als Kunden», sagt Rao. Die Zahl der Wipro-Mitarbeiter, die in China und Indien an China-Projekten sitzen, soll in nur zwei Jahren von derzeit 400 auf 2000 erhöht werden. Indiens Softwareindustrie sieht weiter goldenen Zeiten entgegen.

Alle Artikel der baz Serie zu Indien finden sich im Internet:

> www.baz.ch/go/india

INDIENS GRÖSSTE SOFTWAREFIRMEN

	Umsatz (in Dollar)	Mitarbeiter
Tata Consultancy Services Ltd.	4,3 Mrd.	108 000
Wipro Technologies Ltd.	3,5 Mrd.	75 000
Infosys Ltd.	3,1 Mrd.	88 000
Satyam Computer Services Ltd.	2,1 Mrd.	49 200
HCL Technologies Ltd.	1,4 Mrd.	42 000

Von Speiseöl zu Software

WACHSTUM. Wipro Technologies Ltd. ist der zweitgrösste indische Informationstechnologie-Konzern. Gegründet wurde das Unternehmen bereits 1945 als Hersteller von Speiseölen. Der Name Wipro ist denn auch ein Akronym für «Western India Vegetable Products». Das Unternehmen wird seit 1966 von Azim Premji geleitet. Wipro ist an der Börse von Bombay und der New York Stock Exchange (NYSE) kotiert. mic

Wipros Welt ist flach

Indien wird zum Back-Office der Welt

CHRISTIAN MIHATSCH

Neue Technologien verändern bestehende Arbeitsabläufe und ermöglichen neue Formen der Arbeitsteilung. Indien profitiert besonders von dieser Entwicklung.

Der Austausch von Gütern und Dienstleistungen ist nichts anderes als eine Form der Arbeitsteilung. So braucht der Bäcker nicht tagein, tagaus Brot zu essen und der Metzger sich nicht allein von Fleisch zu ernähren.

Wer was wo herstellt, ändert sich dabei ständig. Insbe-

sondere der technische Fortschritt ermöglicht es, Arbeitsabläufe immer weiter zu verbessern. Im Laufe dieses Prozesses spezialisieren sich die beteiligten Unternehmen zunehmend. Für einen Autohersteller mag etwa Motorenentwicklung und -bau das Kerngeschäft sein. Folglich wird er beispielsweise die Personaladministration zu einem anderen, spezialisierten Unternehmen auslagern.

Dieser Vorgang, das Auslagern von Geschäftsprozessen,

nennt sich im Managementjargon «Business Process Outsourcing», kurz BPO. Der grösste Teil des Outsourcings erfolgt im eigenen Land. Vom weltweiten BPO-Umsatz von 120 bis 150 Milliarden Dollar entfallen nur zehn Prozent auf das sogenannte Off-Shore BPO.

MARKTFÜHRER. In diesem Marktsegment der BPO-Industrie ist Indien absolut führend, mit einem Marktanteil von über sechzig Prozent. Indien

wird zum «Back Office» des Planeten, wo die Buchhaltung gemacht wird, Kundenanfragen in Callcenters beantwortet werden, aber auch Röntgenbilder ausgewertet werden. Indiens grosser Vorteil, ein gut ausgebildetes, englischsprachiges und (noch) relativ günstiges Reservoir an potenziellen Mitarbeitern, kommt hier voll zum Tragen.

Thomas L. Friedmann, Autor des Buches «Die Welt ist flach – eine kleine Geschichte des 21. Jahrhunderts», liess

sich denn auch von den Softwarekonzernen Wipro und Infosys (siehe Tabelle oben) in Bangalore inspirieren: Durch Technologie und freie Märkte werden die Mauern zwischen den Ländern eingeebnet und Distanzen unerheblich. So unterhalten Grossunternehmen Entwicklungszentren in mehreren Zeitzonen, um 24 Stunden am Tag an wichtigen Projekten arbeiten zu können. Infosys hat das Konzept gar zu seinem Wahlspruch erhoben: Think Flat.

indisches tagebuch



Corinne Dietiker (25) berichtet für die baz von ihrer Studienreise nach Indien.

Herausforderung Kleiderwahl

Zu einer Reise in fremde Kulturen gehört gute Vorbereitung. Mit dem Studieren von Reiseliteratur ist es jedoch nicht getan. Durch die Teilnahme am Seminar Focus India wird mir jedoch zum Glück viel Administratives von dem Projektteam abgenommen. Sowohl der Gang zum Reisebüro für die Buchung der Flüge und Hotels als auch der zur Botschaft für ein Visum bleiben mir erspart. Dies ist für mich der entscheidende Vorteil von organisierten Gruppenreisen. Trotzdem ist da beispielsweise noch die Impfung. Ein unangenehmes Prozedere, aber gerade rechtzeitig lasse ich mich noch vor den zum Teil gefährlichen Krankheiten schützen.

PACKLISTE. Zwei Tage vor Abflug wird ein letztes Treffen des Projektteams mit den Teilnehmern abgehalten. Letzte Informationen werden ausgetauscht; das definitive Programm der Reise steht. Neben einem Rucksackrolley, einem Geschenk



von IBM, erhält jeder Teilnehmer auch eine Packliste. Für diese Reise ist vor allem die richtige Kleiderwahl eine Herausforderung. Als Mitglied der Schweizer Delegation nehme ich zum einen schicke Kleidung mit, die sowohl hohen Temperaturen wie auch Klimaanlage gerecht wird. Auf der anderen Seite ist als Touristin eher praktische Kleidung angebracht. Für mich ist dies natürlich auch ein willkommener Anlass, meinem liebsten Hobby nachzukommen und die Schweizer Wirtschaft kurz vor dem Abflug noch ein wenig anzukurbeln: shoppen. Vorfreude ist ja bekanntlich die schönste Freude. Und mit jedem Haken auf meiner Packliste steigt diese und das Reiseieber.

ANZEIGE



ANDERE BANKEN SIND GLOBAL. WIR SIND SCHWEIZERISCH.

Gut schweizerisch und das seit 100 Jahren. In Basel, Genève, Lausanne, Locarno, Lugano, Neuchâtel und Zürich betreuen 300 ausgewiesene Fachleute unsere Privat- und Geschäftskunden in allen Fragen der Vermögensverwaltung und im Kreditgeschäft.

Wenn Sie mehr darüber wissen möchten, rufen Sie uns an.

Basel: T +41 61 264 16 10
Zürich: T +41 44 225 22 10

Genève: T +41 22 839 35 20
Lausanne: T +41 21 614 03 62
Neuchâtel: T +41 32 723 58 88

Locarno: T +41 91 759 10 18
Lugano: T +41 91 911 63 00

CIC BANQUE CIC | SUISSE |

Die Bank der Privat- und Geschäftskunden

www.cic.ch