

Weniger Planung, mehr Output

– Das RE.A.L.-Modell

Die Agentur sitegeist aus Hamburg verfolgt ein eher ungewöhnliches Modell: Klassische Kostenvoranschläge werden in der Regel nicht mehr erstellt. Ebenso verzichtet sitegeist auf den weiteren „Waste“, wie Lastenheft, Verträge, Verhandlungen. So spart die Agentur laut Chef Sven Ditz 30 bis 40 Prozent pro Projekt. Und das macht sich natürlich auch im Geldbeutel seiner Kunden bemerkbar.



Geschäftsführer Sven Ditz

„Wir haben uns gesagt, wir lassen den ganzen Firlefanz einfach weg. Ich halte es für eine Zeitverschwendung im Detail darüber zu verhandeln, ob eine Position 100 Euro mehr oder weniger kosten sollte.“ Von sitegeist erhält der Kunde stattdessen nur eine „RawEstimation“, z. B. 30 Module für Betrag X in vier Monaten. Dieses Modell nennt Ditz „RE.A.L.“ (Raw Estimates, Agile, Lean). Der Sinneswandel kam aber nicht von ungefähr; schließlich gibt es sitegeist bereits seit 20 Jahren. Vor zwei Jahren beschäftigte sich das 43 Mann starke Team dann intensiv mit Kanban und setzte gleichzeitig eine neue Agentursoftware ein. Das deckte auf, an welchen Stellen zu viel Geld hängen blieb: Kalkulation, Vorverhandlung, Nachverhandlung, Lasten- und Pflichtenhefte.

KVA – eine Scheinwirklichkeit?

Sven Ditz ist sich sicher: „Man belügt sich mit klassisch ausgearbeiteten Kostenvoranschlägen selbst. Manche Dinge sind einfach unkalkulierbar.“ Daher setzt sitegeist auf eine besonders enge Zusammenarbeit mit seinen Kunden. Zum Beispiel wird dabei etappenweise umgesetzt und dann zusammen ein Review vereinbart. „Deliver fast, often and early!“ Dabei stellen beide Seiten oft fest, dass viele Dinge, die am Anfang unglaublich wichtig schienen, für das Gesamtprojekt nicht mehr entscheidend sind. So sparen die Kunden Geld oder können es an anderer Stelle in das Projekt fließen lassen. „Es geht uns nicht um den maximalen Umsatz, sondern den sinnvollen Einsatz von

Geld und Ressourcen. Wir sind an einer echten Projektbegleitung interessiert, bei der wir den Kunden Step by Step ans Ziel bringen und zusammen immer wieder überprüfen, was wirklich noch notwendig ist, um dieses Ziel zu erreichen.“

Auf eigenes Risiko

Bei skeptischen Kunden wendet sitegeist das Prinzip einfach „real“ an: Zum KVA-Termin wird statt des Angebots ein Prototyp oder auch gleich das fertige Ergebnis mitgebracht, welches sitegeist auf eigenes Risiko erstellt hat. „Wir gehen in Vorleistung. Der Kunde zahlt nur, wenn ihm das Ergebnis gefällt. In den meisten Fällen sind die Kunden so begeistert, dass sie das Ding gleich kaufen. Sie sehen so live, wie viel schneller und effektiver Projekte laufen können, wenn man die ganze Business-Folklore einfach mal weglässt.“ Sven Ditz und sein Team sind erstaunt über die große Akzeptanz bei den Kunden. Etwa 90 Prozent aller Projekte laufen derzeit ganz „RE.A.L.“, ohne Kostenvoranschlag oder Detailkonzept.

„Für uns ist RE.A.L. die dauerhafte Frage: Wie ‚lean‘ kann ich das eigentliche Ziel erreichen? Und: Welcher nächste Schritt fügt dem Projekt den höchsten Nutzen zu? Wir sind sehr froh, dass wir diesen Schritt gewagt haben, denn es zahlt sich absolut aus.“ Und warum verrät Sven Ditz sein Erfolgsrezept dann den Mitbewerbern? „Es stimmt einfach: Teilen schadet dir nicht, sondern es bringt dich immer voran. Der Open Source Gedanke wird bei uns hochgehalten und gelebt.“

Agentur und Kunde müssen zusammen passen

Und wie ist das, wenn ein Kunde sich überhaupt nicht auf das Modell einlassen will? „Klassische ‚Wasserfall-Projekte‘ sind für uns kein KO-Kriterium. Passt der Kunde zu uns, dann können wir seine Projekte auch gern ‚Old-School‘ handhaben. Wenn er unbedingt 1/3 mehr Zeit und Geld aufwenden möchte ... Es ist ja sein Geld. Bisher haben wir allerdings noch jeden Kunden spätestens nach neun Monaten von unserem agilen Modell überzeugen können.“

