

« Die IT kann viel vom Handball lernen »

Seit Anfang des Jahres ist Markus Vetterli CEO des Zürcher ISPs iWay. Das Unternehmen hatte er vor 25 Jahren mit seinem Vorgänger Matthias Oswald gegründet. Im Interview spricht er über seine Pläne für den ISP, warum er zwischenzeitlich abtrünnig wurde und über Cyberkriminelle, die 10 Bitcoin von iWay wollten. Interview: Coen Kaat

«Matthias Oswald überliess mir ein super Pferd. Ich muss nur dafür sorgen, dass es weitergaloppiert.»

Markus Vetterli, CEO, iWay

PERSÖNLICH

Markus Vetterli, Gründer und Geschäftsführer von iWay, ist in der Region Baden aufgewachsen. Nach der Schulzeit und der Lehre als Elektroniker studierte er in Brugg-Windisch Informatik. Seine berufliche Karriere startet er bei der UBS in Zürich im Bereich Network-Services. Dort lernte er Matthias Oswald kennen, mit dem er sich 1995 selbstständig machte und den Telekom-Provider iWay (vormals Interway Communication) gründete. 2001 verliess Vetterli iWay, um noch andere IT-Bereiche kennenzulernen. So war er bei Telekurs Services (heute Six) und der AC Wettingen (heute Bedag) angestellt. 2013 kehrte er für das Business Development zu iWay zurück, wo er anschliessend als Leiter Support & Projekte tätig war. Am 1. Januar 2021 übernahm Vetterli die Geschäftsleitung von Matthias Oswald. Markus Vetterli ist verheiratet, hat vier Kinder und lebt in Seon.

Quelle: iWay



Das vollständige Interview finden Sie online www.it-markt.ch

Sie spielten früher in der 1. Liga beim STV Baden Handball und trainierten bis vor Kurzem noch Junioren. Was kann die IT vom Handball lernen?

Markus Vetterli: Die IT kann sehr viel vom Handball lernen. Beispielsweise, dass man wirklich nur im Team erfolgreich ist. In der IT wie auch im Handball erreicht man alleine nichts. Jeder hat seine Aufgabe, und der Rest des Teams kann sich darauf verlassen. Fehlt nur eine Person – etwa wegen einer Zwei-Minuten-Strafe –, merkt man dies sofort. Ausserdem lernt man im Handball, sofort wieder aufzustehen, wenn man hinfällt – im Gegensatz zum Fussball (lacht). So eine Fehlerkultur ist auch in der IT sehr nützlich.

Was für Parallelen gibt es zwischen dem Führen einer Handball-Mannschaft und dem Führen eines Unternehmens?

Da gibt es viele Parallelen. Letztlich sind wir ja alles Menschen. Wer führen will – egal ob es sich um eine Mannschaft oder eine Firma handelt –, muss die Menschen führen. Dies geht nur, wenn man alle dazu bringt, dass sie an einem Strang ziehen. Hier ist eine gute Kommunikation entscheidend. Mein Rezept dafür lautet, stets ehrlich, aufrichtig und authentisch zu sein. Wer das nicht ist, führt vielleicht seine Firma, aber sicher nicht zum Erfolg.

Was nehmen Sie von Ihren Tagen als Handball-Coach mit zu Ihrer neuen Position als CEO? Gibt es etwa auch Zwei-Minuten-Strafen für unfolgsame Mitarbeiter?

Nein, das wäre wohl zu brutal (lacht). Was ich mitnehme, ist dieser Fokus auf eine ehrliche Kommunikation. Allerdings glaube ich nicht, dass ich dies vom Handball mitgenommen habe. Offen und ehrlich zu kommunizieren, ist in beiden Positionen einfach essenziell.

Anfang des Jahres haben Sie als CEO die Geschäftsleitung von Matthias Oswald übernommen. Was war Ihre bisher wohl wichtigste Entscheidung als CEO?

Da stellt sich natürlich die Frage, was wirklich wichtig ist. Ich bin jeden Tag mit Entscheidungen beschäftigt; welche die wichtigste sein wird, wird die Zukunft zeigen. Aus strategischer Sicht habe ich in den vergangenen Monaten bereits verschiedene wichtige Entscheidungen gefällt. Wir sind dabei, Angebote zu konsolidieren und auch neue auf den Markt bringen. Heute ist aber noch nicht der richtige Zeitpunkt, um diese publik zu machen.

Wie verlief der Führungswechsel von Oswald zu Ihnen?

Völlig problemlos. Oswald hatte ja schon Ende 2017 gesagt, als iWay durch SAK übernommen wurde, dass er den Job noch drei Jahre machen werde und danach zurücktrete. Das hatte den Vorteil, dass wir die Übergabe von langer Hand planen konnten.

Wie haben Sie sich auf Ihre neue Rolle vorbereitet?

Ich war schon seit einiger Zeit Oswalds Stellvertreter und so auch sein Sparringspartner. Daher hatte er schon vor dem Wechsel gewisse Aufgaben an mich delegiert. Ausserdem war er noch während dreier Monate angestellt, nachdem ich die Leitung übernommen hatte. Dies garantierte eine wirklich saubere Übergabe. Wir profitierten natürlich davon, dass wir keinen externen Nachfolger suchen mussten. Ich kannte das Unternehmen und die Prozesse bereits sehr gut. Oswald überliess mir ein super Pferd. Ich muss nur dafür sorgen, dass es weitergaloppiert.

Sie gründeten iWay vor über 25 Jahren zusammen mit Oswald. Er wurde CEO, Sie gingen zu anderen Unternehmen darunter Six und Bedag. Warum?

Darin sieht man wohl den Unterschied zwischen mir und Oswald. Ich war vielleicht noch etwas ungestüm. Die Gründung war sehr erfolgreich und eigentlich gefiel mir die Arbeit hier immer sehr gut. Aber nach etwa sechs Jahren wollte ich die Welt sehen und erfahren, wie es bei anderen Unternehmen und in anderen Bereichen aussieht. Daraufhin war ich zwölf Jahre abtrünnig (lacht).

War es schwierig, wieder zurück zu iWay zu kommen?

Nein, erstens trennten wir uns freundschaftlich und zweitens blieben Oswald und ich stets in Kontakt. Während wir iWay gründeten, bauten wir nämlich auch Reihenhäuser nebeneinander. Wir waren fast 20 Jahre lang Nachbarn. So konnte ich problemlos zurückkehren. Und ich bin auch davon überzeugt, dass iWay heute davon profitiert.

Wie genau profitiert die Firma davon?

Weil ich in den vergangenen 25 Jahren nicht nur gesehen habe, wie iWay etwas anpackt, sondern auch, wie andere Unternehmen damit umgehen würden. Als ich zurückkam, war Oswald stets interessiert zu hören, wie es bei anderen Firmen läuft.



«Zu iWay zurückzukehren war die beste Entscheidung, die ich jemals getroffen habe.»

Markus Vetterli, CEO, iWay

Was war der Grund, weswegen Sie wieder zurück zu iWay kamen?

Wie es so oft der Fall ist, spielten auch da mehrere Zufälle eine Rolle. Ich war etwa zu dem Zeitpunkt für Bedag tätig – obwohl ich dort nie angeheuert hatte. Eigentlich arbeitete ich für AC Service in Wettingen. Die Firma und somit auch ich selbst wurden aber durch Bedag übernommen. Ich stieg zwar bis ins Management auf, so wirklich wohl fühlte ich mich bei Bedag aber nie. Darüber sprach ich auch einmal mit Matthias Oswald, als wir eine Pizza essen gingen. Wie der Zufall es wollte, spielte er zu dem Zeitpunkt mit dem Gedanken, jemanden fürs Business Development einzustellen. So kam ich zurück zu iWay. Und ich muss sagen, das war die beste Entscheidung, die ich jemals getroffen habe! Denn hier fühle ich mich wirklich wohl.

Was ist es denn, was Ihnen hier so gefällt?

Im Herzen sind wir alle Techies mit Macher-Charakter. Das steckt in unserer DNA. Jeder, der etwas erreichen will, kann bei iWay etwas erreichen. Dafür muss er aber selbst anpacken und sich die Hände ein wenig schmutzig machen. Bei uns kann man die Arbeit nicht einfach auf andere abschieben. Genau die Haltung hat die Firma grossgemacht.

Wie sieht Ihr Plan für iWay aus?

Ich strebe weiterhin ein moderates Wachstum an. Das entspricht auch den Vorgaben des Verwaltungsrats. Einerseits wollen wir in den bestehenden Märkten wachsen – also mit unseren Kernprodukten Internet Access, Telefonie und TV. Letzteres vor allem im B2C-Bereich. Darüber hinaus möchten wir aber auch in neue Märkte hineinwachsen.

Wie wollen Sie dieses Wachstum erreichen?

Indem wir intensiver Marketing betreiben. Bislang lebten wir primär von Mundpropaganda. Echtes Marketing machen wir erst seit ein paar Jahren. Für das zweite Halbjahr ist bereits eine neue Kampagne geplant. Da liegt der Fokus übrigens darauf, dass wir, wie vorhin erwähnt, im Herzen Techies sind. Im B2B-Bereich wollen wir unsere Partner zudem weiterhin unterstützen, indem wir die Produkte auf den Markt bringen, die derzeit gefragt sind. So geben wir unseren Partnern die Möglichkeit, in diesen Märkten zu wachsen.

Wie wichtig ist der Channel für die Umsetzung Ihrer Pläne?

Unsere Partner generieren 52 Prozent unseres Umsatzes, dieser verteilt sich sowohl im B2B wie mittlerweile auch im B2C. Der Channel ist also sehr wichtig für uns – vor allem im B2B-Umfeld. Wir haben nicht dieselbe Kundennähe wie etwa ein Systemintegrator, der beim Kunden vor Ort ist. Wir wollen unseren Partnern darum gar nicht ins Gärtchen treten. Stattdessen geben wir ihnen einen Baukasten, mit dem sie die richtigen Lösungen für ihre Kunden bauen können.



« Jede Bedrohung gilt es ernst zu nehmen, aber man soll nie ein Lösegeld zahlen! »

Markus Vetterli, CEO, iWay

Was können die Partner von Ihnen als neuen iWay-CEO erwarten?

Heute wie auch in der Zukunft wird iWay voll hinter dem Channel stehen. Ich will die Zusammenarbeit sogar noch weiter ausbauen. Ich denke etwa daran, mehr Leads an die Partner weiterzureichen – insbesondere wieder im B2B-Umfeld. Da würde ich lieber noch stärker über unsere Channelpartner agieren.

Anfang April sprach iWay während einer Infoveranstaltung auch über eine Cyberattacke. Was ist da genau passiert?

Wir wurden im Spätsommer 2020 angegriffen. Zugleich erhielten wir auch ein Schreiben, in dem wir aufgefordert wurden, 10 Bitcoin zu zahlen. Die parallel laufende DDoS-Attacke dauerte nur eine Viertelstunde und sollte bloss zeigen, dass die Erpresser es ernst meinen. Angesichts der Drohung nahmen wir sie auch ernst.

Womit drohten die Kriminellen?

Das war schon heftig. Sie sagten, wenn wir nicht zahlen, würden sie eine 10 Terabit starke DDoS-Attacke lancieren. So ein Angriff hätte auch die grössten Provider in der Schweiz ins Wanken gebracht. Bei DDoS-Attacken geht es allerdings nicht darum, Daten zu stehlen. Stattdessen versuchen die Cyberkriminellen, durch eine Überbelastung zu erreichen, dass gewisse Dienste nicht mehr erreichbar sind. Unsere Kundendaten waren also nie in Gefahr.

Und was geschah danach?

Zunächst passierte nichts. Vergangenen Januar erreichte uns dann ein zweiter Drohbrief. Danach griffen die Cyber-

kriminellen gezielt während über sieben Stunden unsere Webserver an. Für einen DDoS-Angriff ist das wirklich sehr lange.

Wie gingen Sie mit der Attacke um?

Wir kontaktierten unter anderem das Nationale Zentrum für Cybersicherheit (NCSC). Zu dem Zeitpunkt hatten wir schon lange Sicherheitsmechanismen implementiert – darunter etwa eine automatisierte DDoS-Abwehr mittels Blackholing. Unsere Infrastruktur war also gut geschützt und lediglich ein paar wenige Webservices waren teilweise nicht erreichbar. Wir hatten übrigens schon bei der ersten Attacke im Jahr 2020 eine gute Abwehr. Die war damals allerdings noch nicht so weitreichend automatisiert, wie dies heute der Fall ist. Jetzt haben wir eine DDoS-Abwehr, die wirklich State-of-the-Art ist.

Konnten Sie beziehungsweise das NCSC herausfinden, wer dahintersteckte?

Wir gehen davon aus, dass die Attacke aus Russland kam. Ganz genau wissen wir es aber nicht. Die Erpresser sagten uns, dass sie Teil der bekannten russischen Hackerorganisation Fancy Bear seien. Vielleicht nutzten sie aber nur diesen Namen, um uns einzuschüchtern. Aufgrund der heftigen, über siebenstündigen Attacke halten wir es allerdings durchaus für möglich, dass es tatsächlich Fancy Bear war.

Was raten Sie Unternehmen, die sich in derselben Situation befinden?

Wichtig ist, dass man offen kommuniziert und den Kunden die Situation erklärt. Je mehr man versucht, so eine Attacke unter den Teppich zu kehren, desto mehr haben die Angreifer das Gefühl, dass da etwas zu holen ist. Jede Bedrohung gilt es ernst zu nehmen, aber man soll nie zahlen! Auch dann nicht, wenn die Erpresser einen Rabatt offerieren.

Einen Rabatt?

Ja, im zweiten Drohbrief schrieben sie, dass wir nicht mehr 10, sondern nur noch 2 Bitcoin zahlen müssten. Danach würden wir nie wieder etwas von ihnen hören. Was ich übrigens noch recht lustig fand: In dem süffisanten Brief erwähnten sie auch, dass sie eigentlich keine Kriminellen seien – sie wollten nur Geld verdienen (lacht).

Wie lautet Ihre persönliche Botschaft an den Channel?

Wir wollen weiterhin wachsen – und zwar zusammen mit unseren Partnern. Darum stehen wir heute und auch morgen voll hinter dem Channel. Um zu wachsen, müssen unsere Partner aber neugierig sein und auch mal etwas Neues ausprobieren. Idealerweise nehmen sie den Baukasten an Lösungen, den wir bereitstellen, und veredeln diese, statt sie einfach nur zu kopieren. Denn so macht man sich einzigartig und unvergleichbar auf dem Markt.