



Udo Rettberg - Publizist / Journalist

CEO-Talk mit Hernán Scapusio Vinent von Agile Content

Die Zukunft ist digital

Als Gründer des spanischen Software-Unternehmens Agile Content hat Hernán Scapusio Vinent einen engen Bezug nicht nur zum Fußball und zu seinem Lieblingsclub FC Barcelona, sondern vor allem auch zur Schnittstelle zwischen Medien und Digitalisierung – und damit zum Wachstumsmarkt „big data“. Zwei sich aktuell verstärkende Trends spielen Agile Content für die Zukunft in die Hände: Das ist zum einen On-demand-TV – also Fernsehen und Video auf Abruf – und das sind zum anderen personalisierte TV- und Video-Inhalte.



Im Abflug von Madrid in Richtung Stuttgart.

Foto: Udo Rettberg

Auf dieser spannenden Ebene zwischen Medienfirmen und Telekommunikations-Unternehmen ist Agile Content mit eigenen Software-Anwendungen und ausgeklügelter IP (Intellectual Property) aktiv. Auf dieses geistige Eigentum baut das spanische Unternehmen in diesem wachsenden Markt maßgeschneiderter Inhalte, der nach Hernáns Angaben eine Größenordnung von rund 2 Mrd. €

weltweit aufweist. Bevor ich aber mit Hernán auf das weltbewegende Thema „big data“ komme, blicken wir kurz zurück auf das, was andere eine „Weltsensation“ nannten.

„Ja, ich bin wahnsinnig stolz und glücklich“, erklärt Hernán freudestrahlend. Außenstehende können diesen Gefühlsausbruch wahrscheinlich erst dann verstehen, wenn sie wissen, dass Hernán aus Barcelona kommt

und unser Treffen hier in Frankfurt am Morgen nach dem 6:1 Kantersieg des FC Barcelona gegen PSG - Paris St Germain stattfindet. Klar - Hernán ist Fan von Messi & Co. Er hat das Spiel seines Clubs am Vorabend am TV-Gerät verfolgt - live natürlich und mit allem in der Ära der Digitalisierung über TV verfügbaren Schnickschnack. Ich will allerdings die Freude meines Gegenübers nicht schmälern. Daher spreche ich ihn nicht darauf an, dass einige Schiedsrichter-Entscheidungen an diesem Abend „unglücklich“ zu sein schienen. Wieder einmal wurde bei diesem grandiosen Spiel am Vorabend meine Ansicht vom „Lügenspiel Fußball“ bestätigt. Obwohl – zugegeben – auch ich bin seit vielen Jahren nach zahlreichen Besuchen im weltberühmten Fußballstadion Camp Nou in Barcelona ein Barca-Fan.

Zurück zu Agile Content: TV- und Video-Inhalte werden immer stärker maßgeschneidert auf die Bedürfnisse der Zuschauer abgestellt.

„All das wird sich in den kommenden Jahren noch verstärken und sich zu einem Massenmarkt entwickeln“, ist der Agile-Gründer sicher. Ich denke dabei an meine Überzeugung, dass die Menschen im Zeitalter der „roboterisierten Arbeitswelt“ von morgen immer mehr Zeit für die (dann sicherlich nicht immer sinnvoll vorgenommene) Ausgestaltung ihrer Freizeit haben werden. Sport, Entertainment und möglicherweise auch Kunst und Kultur werden nach meiner Überzeugung in den kommenden Dekaden daher an Bedeutung gewinnen – genauso wie Computerspiele und das Thema eSports. Dann nämlich, wenn die Menschen nur noch vier oder gar zwei Tage in der Woche arbeiten, wie manche Fachleute (darunter auch der mexikanische Milliardär Carlos Slim Helú) erwarten. Kein Zweifel: Die Welt hat sich während der vergangenen Dekade verändert. Und dieser Prozess wird voraussichtlich noch an Tempo gewinnen.



Bildschirme hier, Bildschirme da – Information ist alles. Die Welt wird digital.

Foto: Udo Rettberg

Viele Menschen werden heute in der „Ära des Wahnsinns“ zur Verzweiflung getrieben. Und zwar nicht nur dadurch, dass DonJohn Trump von Washington aus inzwischen die Geschichte der USA aus Sicht der meisten Menschen mehr schlecht als recht leitet. Viele haben ihre Wohlfühl-Kuschelecke auch unter anderem deshalb verlassen müssen, weil neue Technologien die Welt dramatisch verändern, **1** - weil der „Kollege Roboter“ die

Arbeitswelt der Menschen und den Faktor Arbeit revolutioniert und möglicherweise auf Sicht völlig obsolet macht, **2** - weil Drohnen den Transport von Gütern und Menschen übernehmen, **3** - weil Kommunikation in der Wirtschaft kaum mehr von Auge zu Auge, sondern durch innovativste elektronische Geräte völlig losgelöst vom direkten menschlichen Kontakt in der Cloud stattfindet und **4** - weil die Digitalisierung im Allge-

meinen ein komplexes Verständnis und entsprechendes Handeln erfordert.

Auch der Fakt, dass Automobile heute ohne Fahrer auf den Straßen der Welt unterwegs sind und so möglicherweise die Unfallzahlen sinken werden, zeigt nicht nur die veränderte Situation, sondern auch die daraus resultierenden großen Gefahren. So müssen viele Menschen möglicherweise irgendwann erkennen, dass sie eigentlich völlig überflüssig auf dieser Welt sind. In Zukunft werden wohl eher Spezialisten und gut ausgebildete Fachleute gefragt – die Lücke zwischen klug und dumm sowie zwischen arm und reich wird noch größer. Nun: Hernáns unternehmerischer Ansatz geht nicht ganz so weit. Auf alle Fälle ist er überzeugt davon, dass „sich die Medienwelt und die Kommunikation von morgen dramatisch verändern werden.“ Das erfordert eine hohe Flexibilität auf Seiten der Menschen.

Auf diesem vielschichtigen TV- und Video-Wachstumsmarkt will Agile Content als europäisches Software-Unternehmen mitmischen. Dabei zielt ein Teil des Geschäftsmodells von Agile Content darauf ab, mit Medien- und Telekom-Unternehmen gemeinsam generierte Umsätze zu teilen. Vor dem Ende dieses Jahrzehnts wird der Bereich Online-TV wohl das normale herkömmliche TV-Angebot übertreffen – das wird die Verbreitung maßgeschneiderter TV- und Video-Inhalte (und damit selbstverständlich auch der in die Prozesse eingebundenen lukrativen Werbung) auf unterschiedlichen technischen Geräten verstärken. Dementsprechend werden sich die Möglichkeiten für alle hier beteiligten Unternehmen drastisch verschieben.

Einige Daten zu Agile Content: Das Unternehmen hat den organischen Umsatz im Zeitraum der Jahre 2012 bis 2015 von rund 2 Mio. € auf 8,3 Mio. € gesteigert. Im Jahr 2016 wurde dann das Unternehmen OTTN übernommen, um weiteres Wachstum generieren

zu können. Mit einem Team von 140 Software-Spezialisten in 10 Ländern und Entwicklungszentren in Barcelona, Helsinki sowie Sao Paulo erscheint das Unternehmen gut aufgestellt. Agile Continent will seinen Teil vom wachsenden Kuchen auf diesem Zukunftsmarkt abhaben, wie deren CEO erklärt.

Dabei sollen alle Chancen der Internationalisierung genutzt werden – bereits heute generiert das spanische Unternehmen mehr als 70 % seiner Umsätze im Ausland. Große Medien- und Telekomunternehmen sind die wichtigsten Kunden von Agile. Spaniens Telefonica steht dabei ganz weit vorne. Die Kundenliste umfasst zudem CNN, Sky, Telmex, Claro, Bloomberg, rtve, Amazon Sat, Grupo RBS und Aftonbladet. Allerdings muss in diesem Zusammenhang auch festgestellt werden, dass die Zusammenarbeit mit großen Kunden durchaus nicht ungefährlich ist, sondern Risiken in sich birgt; denn wenn Großkunden „abspringen“, kann sich das negativ auf die Zahlenwerke auswirken.

Die Aktie der Spanier ist nach dem IPO im November 2015 an Spaniens Börse in Madrid – und zwar am BME Alternative Market – unter der ISIN: ES0105102000 notiert. Der aktuelle Kurs liegt bei 1,65 €. Die Börsenpläne sind ehrgeizig; denn Agile Content steht kurz vor der Einführung der Aktie an der Stuttgarter Börse. Im Gespräch lässt der Agile-CEO dann mit Blick auf die globalen Pläne mehr oder weniger beiläufig auch das Wort „Nasdaq“ fallen – quasi als ein „Börsen-Fernziel“ für sein Unternehmen. Um die hochgesteckten Wachstumsziele erreichen zu können, will Hernán Scapusio frisches Eigen- oder Fremdkapital einsammeln. Das Unternehmen verfügt bereits heute über eine interessante internationale Aktionärsstruktur, darunter befinden sich auch zahlreiche finanzstarke mexikanische Anteilseigner. So zählen die Salinas Group, die Catalan Bank und Fides zu den Großaktionären. Das Management ist im Besitz von mehr als 30 % der Aktien.