

Pelle Hjortblad, CEO Projectplace International AB, über die Zukunft von SaaS:

## „Wir werden die Gewinner der Krise sein“

Projectplace ist europäischer Marktführer für webbasiertes Projektmanagement. Das schwedische Unternehmen ist seit über zehn Jahren im stark umkämpften Internet-Markt aktiv und hat so manchen Softwareanbieter kommen und gehen sehen. Pelle Hjortblad, Geschäftsführer der Projectplace International AB, kommentiert in CHEFBÜRO aktuelle Entwicklungen im Bereich webbasierter Software-Lösungen.

**Chefbüro:** Herr Hjortblad, als Ihr Unternehmen 1998 in Stockholm gegründet wurde, waren Begriffe wie Server, Attachment oder Wireless-LAN für die meisten noch Fremdwörter. Das Internet steckte in den Kinderschuhen und vertraut hat den neuen Techniken auch niemand. Wie kam man damals auf die Idee, ein Unternehmen zu gründen, das so etwas Kompliziertes wie Projektmanagement als Internet-Service anbietet?

**Pelle Hjortblad:** Als Magnus Ingvarsson, Peter Engstedt und Mathias Hällström Ende der 90er Jahre verkündeten, eine Plattform für Dokumentenmanagement und Teamarbeit auf Basis modernster Internet-Technik zu entwickeln, war ich vom Erfolg dieser Idee absolut überzeugt. Heute haben wir schon ganz vergessen, welche Dimension das hatte. Man muss sich daran erinnern, dass in den Jahren 97/98 zwar schon erste E-Mail-Programme existierten, es aber noch keine Möglichkeit gab, damit Dokumente zu verschicken. Die Projectplace-Gründer wollten deshalb mit ihrer Software eine Plattform schaffen, die Teams die Zusammenarbeit und vor allem den Dokumentenaustausch erleichterte. Damals wie heute standen Projektmitglieder oft vor einer großen Herausforderung:

Entweder musste man die Firewall öffnen, um die auf dem Unternehmensserver gelagerten Dokumente, Aufgaben uvm. zugänglich zu machen. Oder man musste sich damit abfinden, dass schnelle Entscheidungen unmöglich waren, da der Kommunikationsweg nicht beschleunigt werden konnte.

**Chefbüro:** Welche Unternehmen bestimmten damals den europäischen Softwaremarkt und setzten die entsprechenden Maßstäbe für die Zukunft in der IT?

**Pelle Hjortblad:** Erstens Microsoft, zweites Microsoft und drittens Microsoft. Aufgrund dieser Dominanz gab es immer wieder Überlegungen, wie man es schaffen könnte, neben diesem Software-Giganten weitere, ernstzunehmende Anbieter zu etablieren. Die einzige Schwachstelle von Microsoft war, dass man keine Möglichkeit hatte, Informationen aus dem „Microsoft-System“ außerhalb desselben auszutauschen. Denn lediglich IBM hatte mit Lotus Notes eine Software entwickelt, über die Dokumente und entsprechende Files verschickt werden konnten. Und genau diese Lücke wollte man mit Projectplace füllen. Gleichzeitig hatte man das Bestreben, die Internet-Technik zu nutzen,



Pelle Hjortblad, CEO Projectplace International AB:

**„Es geht darum, ‚intelligent‘ zu wachsen und nicht auf Teufel komm raus. Selbstverständlich muss man abseits von jeder Strategie aber flexibel bleiben und sich auf kurzfristige Anforderungen ...**

um Projekte übersichtlicher und damit erfolgreicher zu gestalten.

**Chefbüro:** Wie hat es Projectplace geschafft sich in Schweden, Skandinavien und mittlerweile ganz Europa zu etablieren?

**Pelle Hjortblad:** Wir waren und sind zunächst einmal ein schwedisches Unternehmen. Die Vorstellung, vor allem EU-Projekte mit dieser Plattform zu unterstützen, ist stellvertretend für die Tragweite dieser Idee. Schon kurze Zeit, nachdem Projectplace auf dem schwedischen Markt aktiv wurde, bekamen wir eine Anfrage aus Norwegen, ob man die Plattform auch dort anbieten könne. Und so kam es, dass wir schon 1999 großen Zuspruch auf dem skandinavischen Markt hatten. Wir erinnern uns: Zu dieser Zeit begann auch langsam der Internet-Hype. Zahlrei-

» Seite 15

**... in unserer schnelllebigen Zeit einstellen. Für Projectplace ist unsere Vision, dass wir uns zwar dem internationalen Wettbewerb stellen, sich unsere Expansionspläne aber zunächst auf die wichtigen lokalen Märkte in Europa beschränken.“**

» Fortsetzung von Seite 12

che Investoren strömten auf den Markt, allein mit dem Interesse, in Internet-Unternehmen zu investieren und diesen zu einem schnellen Wachstum zu verhelfen. Damals war der Himmel die Grenze und sonst nichts. Die Akzeptanz der Internetangebote war damals vor allem in Amerika und Skandinavien sehr hoch. Zentral-Europa war da weit aus zurückhaltender. Mittlerweile sind Webservices auch in dem Niederlanden, Frankreich und Deutschland etabliert und werden wie selbstverständlich genutzt. Nur in südeuropäischen Ländern wie beispielsweise Italien oder Spanien denkt man auch heute noch konservativer.

**Chefbüro: Welchen Herausforderungen sieht sich Ihrer Meinung nach ein Unternehmen gegenüber, das sich heutzutage weltweit etablieren will?**

**Pelle Hjortblad:** Es muss vor allem überlegt und strategisch vorgehen. Dabei ist es wichtig, dass man sein Kerngeschäft nicht aus dem Auge verliert. Projectplace ist zum Beispiel ein Unternehmen, das seit Jahren mit dem Betrieb einer webbasierten Projektmanagement- und Collaboration Plattform Gewinne erwirtschaftet. Das ist gut und soll auch so bleiben. Deshalb überlegen wir uns immer sehr gut, in welche Entwicklungen wir unsere Energien stecken und in welche Bereiche investiert werden soll. Es geht darum, „intelligent“ zu wachsen und nicht auf Teufel komm raus. Selbstverständlich muss man abseits von jeder Strategie aber flexibel bleiben und sich auf kurzfristige Anforderungen in unserer schnelllebigen Zeit einstellen. Für Projectplace ist un-



sere Vision, dass wir uns zwar dem internationalen Wettbewerb stellen, sich unsere Expansionspläne aber zunächst auf die wichtigen lokalen Märkte in Europa beschränken. Den amerikanischen Markt und Asien können wir sicherlich auch in einigen Jahren noch von unserem Angebot überzeugen.

**Chefbüro: Wir stehen in diesen Wochen mitten in wirtschaftlich turbulenten Zeiten. Wie sehen Sie die Zukunft im SaaS-Markt?**

**Pelle Hjortblad:** Ich bin von meiner Grundveranlagung her ein Optimist. Und meine positive Einstellung wird - zumindest was den SaaS-Markt betrifft - von führenden Marktforschungsinstituten wie beispielsweise Gartner geteilt. Gerade erst habe ich in einer Studie gelesen, dass man davon ausgeht, dass der SaaS-Markt 2009 auf dem Niveau von 2008 bleiben oder sogar minimal wachsen wird. Die Gründe für diese Prognosen liegen auf der Hand: SaaS-Anwendungen sind preisgünstig, einfach, flexibel und absolut effizient; lauter Eigenschaften, die in Zeiten einer Krise noch wichtiger sind als sonst. SaaS-Unternehmen werden die Gewinner dieser Wirtschaftskrise sein, denn sie reduzieren das Investitionsrisiko und die Investitionssumme enorm. Der Kunde erhält die maximale Lösung zu einem attraktiven Preis und flexiblen Konditionen, es entstehen

also keine Verbindlichkeiten - das ist in Krisenzeiten ein wichtiger Aspekt. Möchte man die Funktionsweise von SaaS und die damit verbundenen Vorteile bildlich darstellen, finde ich die Metapher des Öffentlichen Personen Nahverkehrs (ÖPNV) sehr treffend: Hier verwenden zahlreiche Menschen auch das gleiche Transportmittel und zahlen dafür einen festen Monatspreis - unabhängig davon, wie oft oder intensiv sie den öffentlich Nahverkehr nutzen. Sie haben konkrete Rahmenbedingungen, zum Beispiel den Fahrplan, an den sie sich halten müssen, können sich darauf verlassen, das Ziel zu erreichen und gleichzeitig bleiben die Kosten transparent und sind jederzeit steuerbar. In Stockholm hat es in diesem Monat eine Untersuchung zum Nutzungsverhalten des ÖPNV gegeben. Dabei wurde festgestellt, dass immer mehr Menschen auf Bus und Bahn umsteigen und dabei vor allem auf die obengenannten Gründe verweisen. Allein im November konnte man einen Anstieg von 10 Prozent feststellen. Ich würde mich durchaus trauen, diese Aspekte auf die moderne SaaS-Technik zu übertragen. Wenn man dabei sogar soweit geht und das vielschichtige Thema „Umweltschutz“ ins Spiel bringt, finden sich kaum noch Argumente, die dagegen sprechen. Weder gegen den Bus noch gegen SaaS.

[www.projectplace.de](http://www.projectplace.de)