

# S@PPORT

Entscheidungsgrundlagen für Auswahl, Installation und Betrieb von SAP\*-Lösungen

Sonderdruck aus Heft 03/2009 vom 27. Februar 2009

## DMS UND ERP TEAMPLAYER

Dokumentenmanagement und Standardsoftware wachsen immer mehr zusammen und bieten durch ihre tiefe Integration den Nutzern zahlreiche Vorteile. Idealziel ist die zentrale Ablage und Verwaltung aller mit einem Geschäftsprozess in Verbindung stehenden Dokumente unter einer einheitlichen Oberfläche.



# „WIR WERDEN DIE GEWINNER DER KRISE SEIN“

Das schwedische Unternehmen Projectplace hat sich auf webbasiertes Projektmanagement spezialisiert. Pelle Hjortblad, Geschäftsführer der Projectplace International AB, kommentiert aktuelle Entwicklungen im Bereich webbasierter Softwarelösungen und gibt einen generellen Ausblick auf den Markt für Software as a Service (SaaS) und wie sich aus seiner Sicht die weltweite Wirtschaftskrise auf die Zukunft webbasierter Softwarelösungen auswirken wird.

**S@PPORT:** Als Ihr Unternehmen 1998 in Stockholm gegründet wurde, waren Begriffe wie Server, Attachement oder Wireless-LAN für viele noch Fremdwörter. Wie kam man damals auf die Idee, ein Unternehmen zu gründen, das so etwas Kompliziertes wie Projektmanagement als Internetservice anbietet?

**Pelle Hjortblad:** Zu der Zeit arbeitete ich noch in der Geschäftsführung von Tele2, einem Telekommunikationsanbieter mit 24 Millionen Kunden. Die ersten Schritte von Projectplace habe ich damals nur als Externer erlebt. 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 Möglich-

keit gab, damit Dokumente zu verschicken. Das wurde damals noch per Post gemacht – auch wenn die entsprechenden Daten bereits auf CDs gebrannt wurden. Gleichzeitig konnte man erste Einflüsse der Globalisierung beobachten; die Zahl internationaler und verteilt arbeitender Teams nahm stark zu. Die Projectplace-Gründer wollten deshalb mit ihrer Software eine Plattform schaffen, die genau diesen Teams die Zusammenarbeit und vor allem den Dokumentenaustausch erleichterte. Im Hinterkopf hatten sie dabei vor allem die zahlreichen Projekte der Europäischen Union, die damals ins Leben gerufen wurden. Denn hier standen die Projektmitglieder oft vor einer großen Herausforderung: Entweder musste man die Firewall öffnen, um die auf dem Unternehmensserver gelagerten Dokumente, Aufgabengaben und vieles mehr zugänglich zu machen. Oder man musste sich damit abfinden, dass schnelle Entscheidungen unmöglich waren, da der Kommunikationsweg nicht beschleunigt werden konnte. Webbasierte Soft-

wareanwendungen waren damals und sind noch heute die einzige Lösung für diesen Spagat.

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

**Hjortblad:** Erstens Microsoft, zweites Microsoft und drittens Microsoft. Aufgrund dieser Dominanz gab es immer wieder Überlegungen, wie man es schaffen könnte, neben diesem Softwaregiganten weitere, ernst zu nehmende 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, um Projekte übersichtlicher

und damit erfolgreicher zu gestalten. Außerdem ging man schon damals davon aus, dass sich die hierarchischen Unternehmensorganigramme zugunsten einer Matrixstruktur verändern würden.

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

**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 Internethype. Zahlreiche Investoren strömten auf den Markt, allein mit dem Interesse in Internetunternehmen 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. Zentraleuropa war da weitaus zurückhaltender. Das liegt sicherlich im kulturellen Selbstverständnis der einzelnen Länder begründet – ist heute aber bei Weitem nicht mehr so ausgeprägt wie damals. Mittlerweile sind Webservices auch in den Niederlanden, Frankreich und Deutschland etabliert und werden wie selbstverständlich genutzt. Nur in südeuropäischen Ländern wie z.B. Italien oder Spanien denkt man auch heute noch konservativer. Alles in allem lässt sich aber sagen, dass sich die zahlreichen Internetangebote, so auch Projectplace, in Zentraleuropa etabliert haben und in der Anerkennung nicht mehr hinter klassischen Softwarelösungen zurückstehen.

**S@PPORT:** Das hört sich alles sehr positiv an. Aber es gibt auch heute noch zahlreiche Vorbehalte gegenüber dem Internet. Nicht nur in Deutschland spielt das Thema „Datensicherheit“ eine große Rolle. Wie hat sich das auf Projectplace ausgewirkt und wie sehen Sie die Situation heute?

**Hjortblad:** Ich sehe hier zwei entscheidende Parameter. Erstens, es ist wichtig eine starke Marke zu schaffen, der man Vertrauen schenken kann. Wenn man das erreicht hat, tritt der Effekt ein, dass die Menschen der Marke vertrauen, ohne dass sie eigentlich mehr darüber wissen als vorher. So verlieren auf einmal die Sicherheitsaspekte an Bedeutung. Außerdem ist der enge Kontakt zum Kunden sehr wichtig, das Face-to-Face-Gespräch.

Durch die Glaubwürdigkeit der Personen, die ein Unternehmen repräsentieren, profitiert auch das Unternehmen selbst. Der Kunde ist also – wenn man so will – automatisch vom Produkt überzeugt, wenn der Ansprechpartner entsprechend seriös ist. Leider gilt diese Logik auch in die andere Richtung, das heißt, wenn in einem Marktsegment Unternehmen aktiv sind, die das Vertrauen missbrauchen, überträgt sich dieser Eindruck ganz schnell auf eine ganze Branche. Das mussten wir 2000/2001 erleben, als die Internetblase platzte. Ein zweiter, wichtiger Parameter war der Aspekt der Verfügbarkeit eines Systems und die Datensicherheit. Auch hier gab und gibt es schwarze Schafe. Insgesamt kann man aber feststellen, dass sich die Unternehmen, die seit Jahren im Internetmarkt angesiedelt sind, heutzutage etabliert haben. Sie haben sich die entsprechende Glaubwürdigkeit erarbeitet und das Vertrauen der Kunden nicht enttäuscht – allein wenn man die Akzeptanz von Microsoft sieht. Der Einsatz der zahlreichen Microsoft-Programme ist heute absolut normal und alltäglich. Auch das schafft Vertrauen.

**S@PPORT:** Würden Sie sagen, dass insbesondere das Online-Banking die Akzeptanz businessorientierter Internetanbieter unterstützt hat?

**Hjortblad:** Dem würde ich absolut zustimmen. Allein wenn ich sehe, wie die Situation hier in Schweden ist. Hier nutzen über 90 Prozent der Menschen die Möglichkeiten des Online-Bankings. Und die, die es nicht machen, sind sicherlich älter als 75 Jahre. Bei uns kommt gewiss noch eine geografische Besonderheit dazu, denn

auf 450.000 km<sup>2</sup> leben in Schweden knapp 9 Millionen Einwohner. Da kann man sich vorstellen, wie weit oft der Weg zur nächsten Bank ist. Das hat für die Akzeptanz des Online-Bankings natürlich eine wichtige Rolle gespielt. Und wer darauf vertraut, sein Geld auf Basis modernster Internettechnik zu transferieren, der hat sicherlich überhaupt keine Probleme damit, andere Daten auf demselben Weg auszutauschen. Nachdem sich Online-Banking aber nicht nur in Schweden, sondern auch in dicht besiedelten Staaten wie beispielsweise Deutschland etabliert hat, wird auch in diesen Ländern die Angst vor der Internettechnik der Überzeugung ihrer Leistungskraft weichen.

**S@PPORT:** Beim Stichwort Angst kommt man in diesen Tagen um die weltweite Rezession nicht herum. Wie sehen Sie die Zukunft im SaaS-Markt – eher rosarot oder kohlrabenschwarz?

**Hjortblad:** Ich bin von meiner Grundveranlagung her ein Optimist. Und meine positive Einstellung wird – zumindest was den SaaS-Markt betrifft – von führenden Marktforschungsinstituten wie z.B. 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 die 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



**Pelle Hjortblad:**

„Moderne Kommunikationstechniken und -gewohnheiten werden sich immer mehr durchsetzen.“

Kunde erhält die maximale Lösung zu einem attraktiven Preis und flexiblen Konditionen, das heißt, es entstehen 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 Personennahverkehrs sehr treffend: Hier verwenden zahlreiche Menschen auch das gleiche Transportmittel und zahlen dafür einen festen Monatspreis – unabhängig davon, wie oft oder intensiv sie den öffentlichen Nahverkehr nutzen. Sie haben konkrete Rahmenbedingungen, z.B. den Fahrplan, an den sie sich halten müssen. Auf die Zielerreichung können Sie sich verlassen und gleichzeitig bleiben die Kosten transparent und sind jederzeit steuerbar. In Stockholm hat es in diesem Monat eine Untersuchungs- →

---

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 viel diskutierte Thema „Umweltschutz“ ins Spiel bringt, finden sich kaum noch Argumente, die dagegensprechen. Weder gegen den Bus noch gegen SaaS.

**S@PPORT:** Ich möchte noch einmal allgemein auf den IT-Markt zurückkommen. Welchen Herausforderungen sieht sich Ihrer Meinung nach ein Unternehmen gegenüber, das sich heutzutage weltweit etablieren will?

**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 Be-

trieb 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 unsere 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.

**S@PPORT:** Wenn Sie einen Blick in die Zukunft wagen – was glauben Sie, wie der Büroalltag in zehn Jahren aussieht? Welche Rolle wird die IT dann spielen und wel-

che Strukturen erwarten Sie?

**Hjortblad:** Pragmatisch betrachtet würde ich folgendes sagen: Moderne Kommunikationstechniken und -gewohnheiten werden sich immer mehr durchsetzen. Das Zusammenführen und Selektieren von Informationen gewinnt an Bedeutung und begrenzende Komponenten wie Zeit- und Raum werden zunehmend überwunden. Auf einer übergeordneten Ebene würde ich generell meinen, dass Entwicklungen aus dem Consumer-Markt immer stärker den B2B-Bereich beeinflussen werden. Nehmen wir z.B. Entwicklungen wie „YouTube“ oder „MySpace“. Hier sieht man, welche Rolle soziale Netzwerke heutzutage spielen. Via Internet tauscht man sich über persönliche Dinge und Erlebnisse aus. Man kann also sagen, Transparenz, Realtime-Fähigkeit und Präzision sind Merkmale sozialer Netzwerke, so wie sie sich heute entwickeln. Langfristig werden sich diese Merkmale auch im Businessalltag wiederfinden lassen. Informationen

werden gesammelt und geteilt – das Wikipedia-Prinzip sozusagen. Ähnlich wie bei Wikipedia geht es darum, Plattformen zu schaffen, auf denen man sich innerhalb einer Interessengruppe weltweit austauschen kann. Blogs sind hier ein zeitgemäßes Beispiel. Auf Projectplace haben wir deshalb schon Anfang 2008 einen professionellen Blog zum Thema Projektmanagement eingeführt. Aber zurück zu meiner allgemeinen Prognose: Der Mensch ist ja im Gegensatz zum Tier ein soziales Wesen. Er ist lernfähig und hilfsbereit. In Kombination mit moderner Internettechnik, die nahezu in Lichtgeschwindigkeit funktioniert, wird dies in Zukunft dazu führen, dass wir unser Wissen immer mehr mit anderen teilen und gleichzeitig von deren Know-how profitieren. Das wird unser Arbeiten, Denken und Leben in seiner Grundstruktur beeinflussen und verändern. (ap) @

---

**Projectplace**

Tel.: (069) 380 7000 00

E-Mail: [info@projectplace.de](mailto:info@projectplace.de)

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

---