



.05 Im Interview: Waltraud Schill, CEO lemon42

[Roland Kissling](#)

1|2|2008

Waltraud Schill ist geschäftsführende Gesellschafterin von lemon42, einem innovativen österreichischen CMS-Hersteller im B2B Bereich. Die stark technisch orientierte Firma konzentriert sich seit Jahren auf die sichere Abbildung von Geschäftsprozessen im Internet und hat mit einem Projekt in diesem Bereich auch den letzten Business Process Award der Computerwelt gewonnen.

CW: Haben Sie mehr mit Agenturen oder Anwendern direkt zu tun?

Schill: Deutlich mehr mit den Anwendern direkt. Wir sehen uns nicht als Agentur, obwohl wir manchmal für Kunden Agentur-Leistungen übernehmen, sondern als Softwarehersteller, der Lösungen berät und selbst implementiert. Das Kernteam der lemon42 kommt wie ich selbst ursprünglich aus der Infomatec AG, einem damals am Neuen Markt notierendem Software Hersteller, wo ich die Internet-Agentur aufgebaut und geleitet habe. Im Rahmen eines Management Buy-Outs habe ich mir dann einen Finanzinvestor gesucht und die lemon42 gegründet. Zusammen mit der Erano Software AG, einem Schweizer Application Server Hersteller, haben wir dann jene Produktfamilie entwickelt, die uns die Erstellung dynamischer Websites ermöglichte. Bei unserem cms42 haben wir von Anfang an auf Integration und Geschäftsprozess-Themen gesetzt. Natürlich sind alle anderen Themen auch drin: Content-Verwaltung, Rechte, Workflow, Bild- und Dokumentenverwaltung. Sukzessive haben wir dann Module dazu entwickelt wie z.B. unser ältestes, den „Newsletter“ oder unser jüngstes, die „Zwei-Faktor-Authentifizierung“.

Unsere Kernbranchen sind (Groß)handel und Industrie, die öffentliche Verwaltung und das Verlagswesen. Es geht dabei meist um B2B Vertriebsportale (= Webshops), elektronische Kataloge, E-Government, Dokumenten-, Projekt-Management und Crossmedia Lösungen. Wir arbeiten dabei ausschließlich mit unserer eigenen Technologie – allerdings können wir uns über Schnittstellen sehr gut an andere Systeme andocken, wie z.B. SAP.

Was sind derzeit die größten Herausforderungen Ihrer Kunden im Web-Bereich?

Unsere Kunden haben meist heterogene Systeme im Einsatz. Sie kommen auf uns zu, weil sie ihre Geschäftsprozesse mittels Internet softwaretechnisch abbilden und ihre Systeme zusammenführen wollen. Da bildet unsere Technologie die optimale Plattform. Heute wird das Schlagwort SOA häufig in diesem Kontext verwendet, früher nannte man diese

Lösungen auch EAI Enterprise Application Integration.

Im Kontext der Geschäftsprozessabbildung sehen wir auch besonderen Security-Bedarf. Wir haben hierfür ein eigenes Sicherheits-Modul entwickelt, eine Zwei-Faktor-Authentifizierung, die für erhöhten Schutz beim Login in Webapplikationen sorgt. Als „Token“ verwenden wir das Handy, die Passwörter sind quantenmechanisch erzeugte echte Zufallszahlen. Dieses Produkt werden wir in den nächsten Wochen der Fachpresse vorstellen. Zudem haben wir ein Vorpatent angemeldet für ein Sicherheitssystem der gesamten Web-Applikation ab dem Login. Diese „Application Firewall“ sitzt direkt an unserem Applikation-Server und überwacht Manipulationen am http-Request. Dieses Produkt setzen wir vorerst nur intern und bei wenigen ausgesuchten Kunden ein. Wir werden es voraussichtlich in einem Jahr auf den Markt bringen.

Generell kann man sagen, Anbieter von Standardsoftware tendieren dazu, zu umfangreich zu werden. Wir versuchen hingegen schlank zu bleiben, und modulartig dazu zu bauen.

Auf welche Web-Lösungen oder -Kampagnen der letzten Zeit sind Sie besonders stolz?

Auf eine unserer jüngsten Lösungen für die Firma eplus, einem Joint Venture von Europapier und LIBRO/PAGRO. eplus hat ca. 10.000 Artikel im SAP-System liegen. Im Webshop bestellen kleinere Unternehmenskunden, Großkunden erhalten einen nach eClass klassifizierten elektronischen Katalog, den sie dann in ihr eigenes ERP-System einspielen und so automatisch bestellen können. Wir holen die Daten also in Echtzeit ab und spielen sie wieder zurück. Über unsere Lösung werden mit zusätzlichen Interfaces auch die eplus Printkataloge erstellt, wie auch die CD-ROMs und Handy-Applikationen für den Vertrieb.

Auch beim Felgen-Produzenten ALCAR HOLDING haben wir den Verkaufsprozess ins Web gebracht. Früher gab es eine Vielzahl an Mitarbeitern, die zweimal im Jahr zum saisonbedingten Räderwechsel die Bestellungen telefonisch oder per Fax entgegen nehmen mußten. Heute laufen bereits dreißig Prozent des Bestellumsatzes direkt über unseren Webshop. Über eine Adhoc-EDI Schnittstelle können Großhändler und Generalimporteure den ALCAR Shop, die ALCAR Produkte in ihren eigenen Webshop bzw. in die eigene Website integrieren. In manchen Ländern, v.a. in Osteuropa, beträgt der damit generierte Umsatz sogar schon 80 Prozent. Man sieht, dass diese Lösungen von den Kunden angenommen werden, weil sie effizient sind, fehlerfrei und benutzerfreundlich. Mit dieser Lösung haben wir übrigens den letzten Business Process Award der Computerwelt gewonnen.

Wie ist die Entscheidungs-Struktur bei den meisten Ihrer Kunden. Reden Sie da mit Agenturen, Geschäftsführern, Fachleuten aus verschiedenen Bereichen oder mit dezidierten Web-Verantwortlichen?

Hauptsächlich mit dem EDV-Leiter, dann auch mit dem Marketing- oder Vertriebsleiter. Bei BPM Themen sind es immer EDV- und Vertriebsleiter. Bei klassischen WCM (Web Content Management) Themen ist es meistens der Marketing-Leiter. Manchmal kommt auch der Geschäftsführer oder der

Vorstand, aber zu diesem Zeitpunkt ist die Entscheidung meistens schon gefallen. Reine Web-Beauftragte begegnen uns zumeist als Redakteure, die Inhalte bereitstellen, schulen, etc.

Sie sind ein erfolgreicher, aber lokaler CMS-Anbieter – wie stellen Sie sich die Zukunft Ihrer Software vor?

Bei unseren Kunden stoßen wir oft auf große heterogene EDV-Systeme, mitunter Unix Derivate, AIX Umgebungen und Ähnliches. Die meisten CMS Anbieter steigen da aus. Wir haben zwar im ECM/WCM Bereich begonnen, weil es da auch Standards und immer wieder benötigte Funktionalitäten gibt, sind dabei aber nie in die Marketing- und Suchmaschinenwelt abgedriftet, sondern haben uns immer auf unsere Kernkompetenz spezialisiert. Wir sind Techniker, die in erster Linie an technischen Lösungen interessiert sind – und entwickeln immer wieder neue Dinge aus eigenem Antrieb, einfach weil wir deren Bedarf erkennen und an unsere Lösung dazu glauben.

Im Wesentlichen haben sich da zwei bis drei Anwendungen heraus kristallisiert. Zum einen der Vertriebsprozess mit Shops im B2B Bereich, zum anderen der Bereich Cross Media, wo Website, Webshop, Printkatalog, elektronischer Katalog BMECAT, CD-ROM, PDA/Handy aus demselben Datenbestand erzeugt werden. Oder auch Individualsoftware, wie z.B. ein komplexer Produkt- oder Angebots-Konfigurator.

Wie Sie sehen, ist das ein relativ breites Spektrum, diese Lösungen muss man zuerst auch mal glaubhaft beraten können, ehe man sie softwaretechnisch implementieren kann. Aus diesem Grund die vorhin erwähnte Partnerstrategie, hier nur mit großen Partnern zu kooperieren. Ich möchte hier noch nicht allzu viel verraten, aber wir werden 2008 hier einen großen international tätigen Konzern als neuen lemon42 Partner vorstellen dürfen, mit dem wir die cms42 Produktfamilie deutlich über die österr. Landesgrenzen hinaustragen werden.

Alle Welt spricht derzeit von Web 2.0 – wie sehen sie die Realität in der österreichischen Praxis?

Mir scheint, den vermeintlichen Hype um Second Life und Co. versucht man seit geraumer Zeit mit besonders viel Werbung zu legitimieren. Wir selbst haben damit erfreulicherweise gar nichts zu tun. Aus meiner Sicht ist Web 2.0 in Österreich kaum existent, in der B2B Welt kenne ich kein einziges Beispiel, das es lohnen würde, dieses häufiger zu konsumieren. Ich muss allerdings dazu sagen, dass ich ein Bücher-Mensch bin und der beinahe exhibitionistischen Blog-Welt so gar nichts abgewinnen kann. Aus meiner Sicht wird ohnehin schon zuviel Informationsmüll im Web abgeladen, aber solange ich diesen nicht lesen muss und die Suchmaschinenanbieter an effizienteren Suchalgorithmen arbeiten, ist das für mich OK.

Wie beurteilen Sie die Rolle von Open Source Software gegenüber proprietärer in letzter Zeit?

In Bereich der Geschäftsprozessabbildung ist OS (mit Ausnahme von mysql) kein Thema. Da ist es uns auch nie begegnet. Nachteile von OS sind zum einen physikalische Grenzen, wie auch, dass es keinen Anbieter gibt. auf dessen vernünftige Release Politik

und Support man sich verlassen kann. Wenn morgen Typo3 in ein neues interessanteres System weiter entwickelt wird, dann wird die OS-Community dorthin abschwirren. Und was machen Sie dann? Auch im reinen Web-Bereich begegnet uns Open Source derzeit mit fallender Tendenz. Wenn man sich unterm Strich die Total Cost of Ownership (TCO) ansieht, liegt man bei OS häufig sogar über den Kosten von lizenzpflichtiger Software. Das alles mögen Gründe dafür sein, dass das Interesse an OS abnimmt.

Die Langfassung des Interviews finden Sie auf www.website-manager.net