

PLM

öffne dich!

PLM mal ganz anders. Martin Allemann¹⁾, Senior Vice President Global Operations, macht deutlich, dass Aras nicht nur beim Geschäftsmodell, sondern auch bei der Technologie Besonderes vorzuweisen hat.

Herr Allemann, wie positioniert sich Ihr Unternehmen im derzeit recht umtriebigen Markt der PLM-Systemanbieter?

Aras ist als reiner PLM-Anbieter zum Beispiel absolut CAD-neutral. Mit unseren Lösungen decken wir den gesamten Lifecycle der Produkte ab, von der ersten Produktidee bis hin zu Wartung und Recycling.

Können Sie dann überhaupt die notwendige Integrationstiefe zu CAD-Systemen bieten?

Auf jeden Fall. Hier arbeiten wir mit spezialisierten Partnerunternehmen zusammen, wie xPLM und Dr. Maier CSS, die bewährte Schnittstellen anbieten. xPLM zum Beispiel programmiert anerkannt gute Konnektoren auch für andere PLM-Anbieter wie Oracle/Agile.

Auf welche großen Installationen kann Ihr Unternehmen verweisen?

Lear, Xerox oder Motorola nutzen das System in globalen Installationen mit mehreren tausend Benutzern. In Europa ist es Freudenberg mit über 1 000 Nutzern, verteilt auf 20 Standorte.

Die Probe aufs Exempel scheint man damit längst bestanden zu haben...

Davon können Sie ausgehen! Seit mindestens 18 Monaten sind wir über diesen Punkt hinweg. Viele Kunden fangen

¹⁾ Martin Allemann zeichnete jahrelang zusammen mit Professor Martin Eigner für das operative Geschäft von Eigner + Partner verantwortlich und leitete bis kurz vor der Übernahme von Agile/Eigner durch Oracle bei Agile das Europageschäft. Seit 2008 ist Allemann bei der Aras Corporation mit Hauptsitz in Andover im US-amerikanischen Bundesstaat Massachusetts tätig.

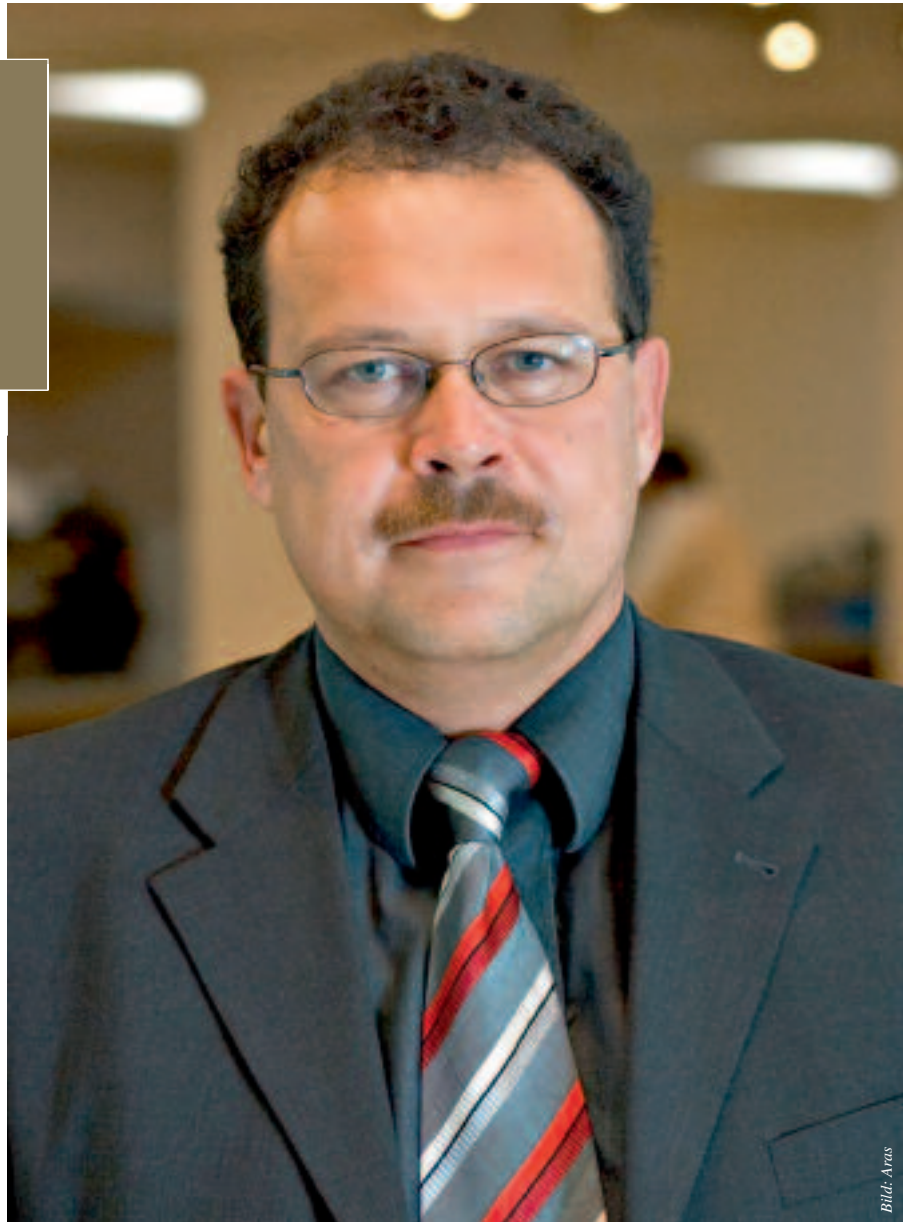


Bild: Aras

mit unserer Lösung an, indem sie ihre bestehende PLM-Installation vervollständigen, um in einem zweiten Schritt dann das, was sie auf Teamcenter oder Windchill aufgebaut haben, durch Aras Innovator zu ersetzen.

Was unterscheidet Aras Innovator in seinem Funktionsumfang von den anderen PLM-Lösungen?

Aras ist eine ausschließlich SOA-basierte Webapplikation ohne Kompromisse – der Client ist Microsoft Internet Explorer. Dies hat sehr viele Vorteile. Es hat aber auch einen Nachteil: Wir sind auf den Microsoft Technology-Stack fokussiert. Es werden also keine anderen Plattformen unterstützt.

Für den Anwender, der Microsoft-Technologie unternehmensweit im Einsatz hat, ist das natürlich sehr praktisch.

Allerdings: nur die Microsoft-Welt zu unterstützen, klingt ein wenig langweilig.

Wenn Sie so wollen. In der Tat arbeiten wir mit Microsoft sehr eng zusammen, etwa im Bereich SharePoint-Technologie.

Andererseits ist Aras eine Open-Source-Lösung, was freilich nicht mit „kostenlos“ verwechselt werden darf. Erläutern Sie bitte das zugrunde liegende Geschäftsmodell.

Open Source ist ja in vielfacher Hinsicht in aller Munde. Wir zumindest gehören nicht zu der konventionellen Open-Source-Gemeinde, die sich beispielsweise um Linux und das Gnu-Lizenzschema herum formiert hat. Wir verstehen uns als ein Anbieter von „enterprise open source“, das heißt, ein real existie-

rendes Unternehmen stellt für seine Kunden Lösungen bereit, wobei wir das sogenannte Open-Source-Distributionsmodell verwenden: Die Lösung kann ohne Lizenzkosten heruntergeladen, installiert und betrieben werden.

Wie verdient dann Ihr Unternehmen damit Geld?

Wir bieten unseren Kunden Subskriptionsverträge optional an. Das typische Szenario ist, dass sich ein Kunde die Software herunterlädt und sich mit seinen Möglichkeiten vertraut macht. Er erreicht dann irgendwann den Punkt, an dem er mit uns spricht und einen Subskriptionsvertrag abschließt.

Welche Vereinbarung wird mit diesem Vertrag getroffen?

Der Subskriptionsvertrag umfasst drei Hauptkomponenten. Einerseits die konventionelle Software-Wartung, also Upgrades und Hotfixes und kürzere Release-Zyklen im Vergleich zu dem, was wir über den freien Download zur Verfügung stellen. Darüber hinaus hat der Kunde Zugriff auf Community Solutions, die exklusiv für Subscriber reserviert sind, zum Beispiel CAD-Integrationen. Und der dritte ganz große Vorteil ist, dass wir den gesamten Upgrade-Service durchführen. Dies bedeutet, wir halten die Installation unserer Kunden immer auf den letzten Stand.

Ist Ihr Ansatz im Vergleich zu dem, was sonst auf dem PLM-Markt geboten wird, günstiger?

Unser Subskriptionspreis liegt zwar etwas über den sonst üblichen Software-Wartungsangeboten; dadurch, dass bei uns die Software-Lizenzkosten wegfallen, ist die Total Cost of Ownership von Aras Innovator aber wesentlich günstiger.

Gibt es Branchen, in denen Aras verstärkt vertreten ist?

In der Tat. Primär sind wir in der Fertigungsindustrie mit relativ komplexen Produkten und Prozessen vertreten. In der Automobilindustrie, der Flugzeug- und Rüstungsindustrie, der Medizintechnik oder der Elektronikbranche fühlen wir uns am wohlsten. Das spiegelt sich in unserer Kundenbasis wider.

Das klingt danach, dass sich Aras durchaus als Wettbewerber gegenüber den Großen wie Teamcenter oder Windchill betrachtet.

Aber ja doch! Schauen Sie sich nur unsere letzten durchgeführten Projekte an: bei Kodak CareStream Health zum Beispiel haben wir MatrixOne ersetzt. Wir sprechen hier von mehreren tausend

Benutzern. Bei Xerox oder Textron haben wir ebenfalls große Legacy-PLM-Installationen abgelöst oder ergänzt.

War es Ihr Geschäftsmodell, was diese Firmen überzeugt hatte, oder war es etwas anderes?

Ganz eindeutig war unsere Technologie das Ausschlaggebende. Wir sollten noch über etwas sprechen, was noch gar nicht zur Sprache kam: unser Ansatz „model-based enterprise SOA“.

Was soll das sein?

Unser PLM-System definiert sich selbst und geht davon aus, angepasst zu werden.

Sie lehnen also PLM out-of-the-Box ab.

Das ist unsere feste Überzeugung. Wir waren immer der Meinung, dass ein PLM-System signifikant an die Prozesse des Kunden angepasst werden muss. Bei anderen PLM-Systemen muss zunächst das Datenmodell definiert werden, der Software-Code läuft dann damit. Das bedeutet, dass bei jeder Änderung im Datenmodell auch der Code geändert und dies an die Anwender weitergegeben werden muss. Das bedeutet einen immensen Aufwand!

Und wie muss man sich das bei Aras Innovator vorstellen?

Die Funktionen, also die Programme, sind bei uns der Standard, und das Flexible ist das Datenmodell. Zum Beispiel gibt es die Funktion „Versionierung“, der es egal ist, mit welchem Datenmodell sie läuft. Nur durch diesen Ansatz können wir den Upgrade-Service in unseren Subskriptionspreis einschließen.

Wie funktioniert das Upgrade genau?

Der Kunde übermittelt uns hierzu sein Datenmodell, wir konvertieren es, der Kunde kann es in seine Installation einspielen und hat damit die neuen Versionen. Wir tragen die Verantwortung, dass seine Anwendung damit einwandfrei läuft. So etwas funktioniert nur mit einem modellbasierten Ansatz wie dem unsrigen. In einem konventionellen Model-driven-Ansatz ist dies nicht möglich, weil der Aufwand für das Upgrade im Vorfeld nicht abschätzbar ist.

Aras weist ja keine Umsätze aus. Können Sie uns dennoch einige Zahlen nennen, damit wir ein Gefühl für die Bedeutung Ihres Unternehmens bekommen?

Wir messen unser Geschäftsmodell in vier Stufen. Zunächst gibt es die Aras Site Visits: Surfer konsultieren unsere Homepage und hinterlassen ihre Spuren. Das sind etwa 20 000 pro Monat.

Weiter können wir natürlich messen, wie viele Aras-Lizenzen heruntergeladen werden. Dies lässt sich leicht nachprüfen, weil ein Lizenzschlüssel beantragt werden muss. Das sind immerhin etwa 500 pro Monat.

Sie gewinnen also 500 Kunden pro Monat, ohne allerdings daran einen Cent zu verdienen.

Richtig. Das ist eben Open Source Distribution. Für uns bedeutet dies aber eine Pipeline für den Vertrieb. Das Geschäft von Aras basiert ausschließlich auf dem Pull-Prinzip.

Wie viel von der genannten Rate ist dann für Sie geschäftlich relevant?

20 bis 25 Prozent. Im weiteren Verlauf ergeben sich daraus monatlich etwa sechs neue Kunden...

...also jemand, der bei Ihnen Geld lässt.

Genau. Die meisten Erlöse werden über unser Franchise-Konzept erzielt, also in Form von Training, Consulting und so weiter bei einem unserer Partner. Davon zu unterscheiden ist die Klasse der „Subscriber“. Von den sechs Kunden pro Monat gehen zwei bei uns unter Subskription. Damit verdient dann Aras selbst sein Geld.

Unter anderem bedeutet dies, dass, wenn der „Kunde“ mit Ihnen zum ersten Mal Kontakt aufnimmt, er bereits die Lösung installiert hat.

Exakt. Der Kunde ruft uns an und sagt, dass er Aras Innovator interessant findet, und will Hilfe. Wir müssen ihn nicht mehr davon überzeugen, sich unsere Lösung genauer anzusehen.

Klingt clever. Immerhin ist die sogenannte Cost of Revenue bei diesem Geschäftsmodell gering.

Leicht einsichtig, dass unsere Umsatzzahlen einen falschen Eindruck vermitteln könnten.

Verraten Sie uns dennoch den Umsatz?

Drücken wir es so aus: Aras selbst hat rund 60 Mitarbeiter, wobei 80 Prozent davon in der Entwicklung beschäftigt sind, der Rest im Marketing und eben nicht im teuren Vertrieb. Konkrete Zahlen will ich Ihnen, wie gesagt, nicht nennen, aber nur so viel: Wir sind im ersten Halbjahr 2010 um mehr als 200 Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Überhaupt sind wir in den letzten drei Jahren stetig gewachsen. Wir sind Cashflow-positiv und: es geht uns gut.

Vielen Dank für die Unterredung!

Interview: BERNHARD D. VALNION