



ACCANTUM BRINGT EIGENE WORKFLOW-LÖSUNG AUF DEN MARKT

# „DIE MUSIK SPIELT GANZ KLAR IN DEN PROZESSEN“

⇒ Hans Lemke:  
„Kein Fachhändler möchte von einem Hersteller abhängig sein. Wir wollen mit unseren Partnern Geschäft machen – nicht an ihnen...“



Die im bayrischen Rosenheim ansässige Software-Schmiede Accantum entwickelt seit knapp 20 Jahren Lösungen rund um das Dokumenten- und Workflowmanagement. Der Vertrieb in der DACH-Region läuft rein indirekt über ein Netz von knapp 60 Partnern, die nach allen Regeln der Kunst unterstützt werden. Geht es nach Firmengründer Hans Lemke, dann sollen die Partner möglichst viel Wertschöpfung über Dienstleistungen erzielen, während er die Aufgabe von Accantum primär darin sieht, technisch ausgereifte Softwarelösungen mit einem soliden Support bereitzustellen. Erst kürzlich hat man mit dem Rollout des komplett neu entwickelten [accantum] Workflow-Management-Systems begonnen, das die Archiv- und Dokumentenmanagement-Lösung ideal ergänzt.

**ACCANTUM** Hans Lemke bedient so gut wie keines der typischen Klischees von IT-Firmenchefs: Er braucht weder Statussymbole, noch will er den Software Markt aufrollen, oder gar die Welt verändern. Eitelkeiten scheinen ihm fremd. „Unsere Lösungen sind solide, ich bin aber nicht verliebt in sie.“ Im Gegenteil setzt der Firmengründer und geschäftsführende Gesellschafter von Accantum auf klassische Tugenden wie Qualität, Verlässlichkeit und eine gesunde Bodenhaftung. „Natürlich wollen wir wachsen“, so Lemke, „aber mit Augenmaß“. Ihm ist es weit lieber, mit einem kleinen, schlagkräftigen Team gute Software zu entwickeln, als rasant zu wachsen und sich damit zwangsläufig in administrativen Aufgaben zu verlieren. „Ich möchte mich nicht verzetteln. Wir sind gute Softwareentwickler, das ist unsere Kernkompetenz – alle weiteren Aufgaben überlasse ich lieber unseren Partnern.“

Das beginnt beim Vertrieb der [accantum] Softwarelösungen, gilt aber ebenso für das Cloud-Geschäft – hier setzt man in Rosenheim auf eine Kooperation mit Clou diax – oder den Archive Cube. Letzterer ist eine kompakte Komplettlösung für die digitale Archivierung, die es Unternehmen ermöglicht, ihre Dokumente ohne aufwändige Softwareinstallationen sofort zu archivieren – kostengünstig und gesetzeskonform. Hierbei liefert der deutsche Hersteller Tarox die Server, installiert die Software für das [accantum] Dokumenten-Management-System (DMS) vorab und kümmert sich um den technischen Support. Lemke: „Den Archive Cube haben wir speziell für wenig IT-affine Partner aus dem Kopierfachhandel entwickelt. Die meisten Kopierer-Fachhändler können sehr gut verkaufen – wenn es jedoch um Softwareinstallationen geht, kommen sie schnell an ihre Grenzen.“ Für zukünftige Partner, die neu ins DMS-Geschäft einsteigen wollen, eignet sich der Archive Cube insofern ideal, weil die Einstiegsschwelle deutlich niedriger ist als bei anderen DMS-Lösungen.

## LEBEN UND LEBEN LASSEN

Der Vertrieb der [accantum] Softwarelösungen läuft fast ausschließlich indirekt über ein Netz von aktuell knapp 60 Partnern in der gesamten DACH-Region. Verläss-

lichkeit wird auch hier großgeschrieben. „Leben und leben lassen“, lautet Lemkes Philosophie, der viel Wert auf langfristige Beziehungen zu den Partnern legt. Dass dies alles andere als eine leere Floskel ist, lässt sich auch mit Fakten belegen. So sind 90 % der Partner, mit denen die Bayern im Jahr 2000 gestartet sind, heute immer noch an Bord.

Anders als viele Wettbewerber legt man in Rosenheim keinen Wert darauf, zusätzlich mit der Installation und dem Anpassen der Software an Kundenwünsche noch Geld zu verdienen. Das überlässt man lieber den Partnern. Hans Lemke: „Mir ist es wichtig, dass unsere Partner nicht nur mit den Lizenzen Geld verdienen, sondern selbst möglichst viele Dienstleistungen erbringen und darüber Wertschöpfung generieren. Wir wollen nicht nur, dass unsere Partner dieses Geschäft machen – wir setzen dies voraus!“ Das klappt nach seiner Erfahrung am besten, wenn die Partner motiviert sind, und das sind sie am ehesten, wenn sie gutes Geld verdienen. Je eigenständiger die Partner agieren, desto erfolgreicher sind sie – ist Lemke überzeugt. Denn: „Kein Fachhändler möchte von einem Hersteller abhängig sein. Wir wollen mit unseren Partnern Geschäft machen – nicht an ihnen...“

## GUTE SOFTWARE BRAUCHT IHRE ZEIT

Das Partnerkonzept von Accantum differenziert zwischen vier Kategorien:

Die Sales Partner konzentrieren sich rein auf den Vertrieb der Lösungen, den Support übernimmt ein anderer [accantum] Partner.

Die Business Partner nehmen die [accantum] Lösungen in ihr Portfolio auf und schulen jeweils einen Vertriebsmitarbeiter und Techniker darauf.

Die Premium Partner haben einen klaren Fokus auf der Vermarktung der [accantum] Softwarelösungen. Sie bilden mehrere Mitarbeiter aus Vertrieb und Technik dafür aus.

Die Solution Partner nutzen die offene API-Programmierschnittstelle, um ihre eigenen Lösungen rund um das [accantum] DMS- und Workflowmanagement zu entwickeln.

Zertifizierte Partner zahlen eine überschaubare Jahresgebühr (< 1.000 Euro) und bekommen dafür im Gegenzug vielfältige

Unterstützung: Das beginnt bei kostenlosen Schulungen und geht über NFR-Lizenzen und Demoversionen sowie die jährliche Partnertagung bis hin zu einem teils kostenlosen technischen Support. Auch diesbezüglich setzt man in Rosenheim auf Qualität. „Unser Support ist rein deutsch und sitzt in Rosenheim – nicht auf den Philippinen...“

„Dokumentenmanagement wird es noch 10–15 Jahre geben, es geht aber jetzt schon klar in Richtung Workflows. Die Musik spielt ganz klar in den Prozessen.“



Das gilt auch für die Programmierung der Software. Man sei einmal ‚fremdgegangen‘ und habe auf externe Programmierer zurückgegriffen. Das Ergebnis war derart unbefriedigend, dass man seitdem alles komplett selbst inhouse entwickelt. Lemke: „Wir machen natürlich auch Fehler, aber wir versuchen daraus zu lernen.“ Zwei seiner elementaren Lektionen lauten: Den Kunden im Vorfeld eines neuen Releases nicht zu viel zu versprechen und die Entwickler nicht zu sehr unter Druck zu setzen. „Gute Software braucht einfach ihre Zeit.“ Auch die Wünsche der Partner werden bei der Weiterentwicklung der Software berücksichtigt: So gehen 70 % der Entwicklungs-Ressourcen in die Neuentwicklung der [accantum] Software, 30 % fließen in die Umsetzung von Partnerwünschen, die diese über das Partner-Portal kundtun können.

## AM MEISTEN POTENZIAL LIEGT IM WORKFLOWMANAGEMENT

Die Ursprünge von Accantum liegen in der individuellen Softwareentwicklung für Unternehmen, erst 2005 startete man mit der Entwicklung des ersten eigenen Produkts für die digitale Archivierung von Dokumenten. Dieses hat man dann zum [accantum] DMS weiterentwickelt, das 2008 auf den Markt kam. Dabei folgte Lemke mit seinem Team von Anfang an einer klaren Vision: Die Software sollte rein browserbasiert arbeiten, vor allem kleine und mittelständische Kunden adressieren und ohne großen Schulungsaufwand genutzt bzw. vermarktet werden können. Lemke: „Unsere Software soll preiswert aber nicht billig sein.“ Diese Charakteristika ziehen sich bis heute wie ein roter Faden durch die Produktentwicklung.

2015 folgte mit dem Release der Version 6 des [accantum] DMS der nächste Meilenstein: Die komplett neu entwickelte Version wurde um zahlreiche Funktionalitäten ergänzt und deckt jetzt alle wichtigen Anforderungen an ein modernes Dokumentenmanagement ab. Sie ist branchenneutral, lässt sich intuitiv bedienen und mit zahlreichen nützlichen Automatismen – unter anderem einem effektiven Capturing-Modul zum automatischen Auslesen der Dokumente – bestückt, das in jeder Lizenz kostenfrei enthalten ist.

↑ Zur digitalen Archivierung und der [accantum] DMS-Lösung kam jetzt vor wenigen Monaten auch eine eigene Workflow-Lösung dazu.



⇒ Den Archive Cube – eine kompakte Komplettlösung zum Einstieg in die digitale Archivierung – hat man in Rosenheim speziell für wenig IT-affine Partner aus dem Kopier-Fachhandel entwickelt.



Gerade erst vier Monate ist es her, als die Rosenheimer ihr Workflowmanagement auf den Markt brachten. Bereits 2015 hatte man sich entschieden, nach dem Release der Version 6 des [accantum] DMS auch ein eigenes Workflowmanagement-System (WMS) zu entwickeln. „Dokumentenmanagement wird es noch 10–15 Jahre geben, es geht aber jetzt schon eindeutig in Richtung Workflows. Die Musik spielt ganz klar in den Prozessen.“ Hier sieht man mittelfristig den größten Bedarf in Unternehmen und damit am meisten Potenzial für sich und seine Partner. Man hat das [accantum] WMS bewusst als völlig eigenständiges Produkt entwickelt, das mit allen gängigen DMS-Lösungen zusammenarbeiten kann. Natürlich ist die Software optimal mit dem [accantum] DMS verzahnt. Selbstverständlich kann auch auf Drittsysteme (z. B. CRM- oder ERP-Systeme) für die dynamische Workflowsteuerung zugegriffen werden.

„Mir ist es wichtig, dass unsere Partner nicht nur mit den Lizenzen Geld verdienen, sondern selbst möglichst viele Dienstleistungen erbringen und darüber Wertschöpfung generieren. Wir wollen nicht nur, dass unsere Partner dieses Geschäft machen – wir setzen dies voraus!“

Die Bayern bieten ihre Lösungen sowohl on premise als auch Cloud-basiert über ein SaaS-Modell an. Man wolle den Partnern und Kunden keine Vorgaben machen – sie sollten vielmehr selbst entscheiden, was ihnen lieber ist. In Rosenheim nutzt man die eigene Software in beiden Varianten – abhängig von der Anwendung. Anders als manch ein Mitbewerber sieht Lemke die Zukunft der DMS-Branche nicht primär in der Wolke: „Ich gehe davon aus, dass wir im Markt mittelfristig eine Koexistenz von on premise- und Cloud-Installationen haben werden.“

## PROBIEREN STATT LAMENTIEREN

Bedauerlich findet es Lemke, dass die DMS-Branche nach dem Aus für die Cebit keine zentrale Messeplattform mehr hat. Weil Lamentieren aber bekanntlich nicht weiterhilft, hat man in Rosenheim jetzt selbst die Initiative ergriffen und ein eigenes Veranstaltungsformat aus der Taufe gehoben: Die sog. ‚Digitours‘ sollen gezielt Unternehmen ansprechen und ihnen die Chancen

aber auch Risiken der Digitalisierung aufzeigen. Die Veranstaltungen werden gemeinschaftlich von Accantum mit Partnern organisiert.

In der ersten Staffel, die in den letzten Wochen lief, lag der regionale Fokus auf Südostbayern mit Treffen in Rosenheim (in Kooperation mit FFG Seibt), München und Augsburg (jeweils printvision/pvup), Regensburg (offITs) sowie Kirchweidach (FoxIT). Für 2020 plant Lemke bereits den Export der Digitours über die bayrischen Landesgrenzen hinaus: „Ich bin überzeugt, dass sich der Aufwand lohnt, und unsere Partner über die Digitours neue Kunden gewinnen werden.“ |ho|