

Die Kleinen sind die Feinen

Wie beurteilen Schweizer Kunden ihre ERP-Anbieter? Eine schweizweite Studie von i2s in Zusammenarbeit mit IT Reseller und unserer Schwesterzeitschrift Infoweek geht der Frage auf den Grund.



Quelle und Copyright: i2s GmbH, Zürich 2004

Wie zufrieden sind Schweizer ERP-Anwender mit ihrem System?

VON ERIC SCHERER

Im Jahr 2003 wollten wir es wissen: Wie sieht die ERP-Realität in Schweizer Unternehmen aus? Welche Systeme werden eingesetzt? Wie zufrieden sind die Anwender mit ihrer Lösung? Was ursprünglich als lokale Suche nach ein paar statistischen Zahlen gestartet wurde, ist mittlerweile eine Initiative, die im gesamten deutschsprachigen Raum aufgegriffen wurde. In Deutschland wurde die Studie im Frühjahr 2004 ebenfalls durchgeführt, in Österreich ist sie für 2005 geplant.

In der Schweiz liegen nun die Ergebnisse der ersten Wiederholung vor, die nachfolgend vorgestellt und kom-

mentiert werden sollen. Mit 823 bewerteten Installationen konnte dabei die Datenbasis im Vergleich mit dem Vorjahr fast verdoppelt werden.

Einschätzungen bestätigt

Untersucht man die Ergebnisse des Jahres 2004, fällt vor allem auf, dass sich die Veränderungen zum Vorjahr in Grenzen halten. Einzelne Anbieter, die im Vorjahr unter den Erwartungen blieben, haben jedoch die Chance zu einer intensiven Auseinandersetzung mit den Ergebnissen genutzt und das Gespräch mit ihren Kunden gesucht. Zu nennen sind hier unter anderem PSI, die sicher noch einen Weg vor sich haben, oder auch Polynorm mit ihrem Produkt i/2. Gerade diese Ent-

wicklung zeigt, wie wichtig ein intensiver und offener Kontakt mit den eigenen Kunden für einen Systemanbieter ist. Hier haben es Anbieter, die ihre Produkte indirekt und über Partner vertreiben, sicher schwerer.

Allgemeine Zufriedenheit

Wie schon im Vorjahr sind die Anwender im Allgemeinen zufrieden mit der von ihnen eingesetzten Software. Besonders schlechte Bewertungen – so haben telefonische Nachfragen immer wieder ergeben – beruhen in aller Regel weniger auf dem System an sich, sondern liegen an einzelnen Massnahmen oder Unzulänglichkeiten seitens des Anbieters. So beklagten die befragten Anwender immer wieder

wechselnde Ansprechpartner und – wie im Fall von SAP – eine schlechte Kommunikationspolitik rund um Release-Wechsel und Lizenzkosten.

Kleine haben die Nase vorn

Erneut platzieren sich vor allem kleinere Systeme in den vorderen Rängen. Dieser Vorsprung der «Kleinen» konnte auch in Deutschland festgestellt werden – mit dem Unterschied, dass sich hier andere Namen wiederfanden. Kleine Anbieter arbeiten regional und nur selten in mehreren

Fortsetzung auf Seite 40

IT-SOFTWARE

Kunden-Self-Service

Das Otelfinger Softwarehaus Spider Network bringt mit dem «Touchpaper Serviceportal» eine Web-Applikation für den Kunden-Self-Service auf den Markt. Unternehmen können so ihren Kunden einen einfachen Zugang zu unternehmensrelevanten Informationen oder Wissensdatenbanken verschaffen. Es kann individuell bestimmt werden, welche Informationen erscheinen sollen und wem Zugang gewährt wird. Das Portal baut auf der .Net-Plattform auf und ist leicht in ERP-Systeme, Anwendungen von Drittanbietern oder in Webservices zu integrieren.

ERP von Geovision

Das deutsche Systemhaus Geovision hat die Version 9.0 seiner PPS (Produktionsplanung und -Steuerung) und ERP-Lösung Bios 2000 vorgestellt. Bios 2000 wurde um ein Vorgangs-Info-Center für eine übergreifende Projektsicht sowie ein SQL-Abfragetool erweitert. Die neuen Funktionen sind zielgruppengerecht auf kleine und mittelständische Fertigungsbetriebe zugeschnitten.

VoIP und CRM im Bunde

Cisco bringt mit dem «CRM Communications Connector» ein Tool auf den Markt, das KMUs die Verwendung seiner VoIP-Technik (Voice over IP) in Kombination mit Microsofts CRM-Lösung erleichtern soll. Der Connector automatisiert verschiedene Funktionen, wie z.B. das Anzeigen von Kundeninformationen beim Call-Center-Mitarbeiter, sobald ein Anruf eingeht. Angepeilt werden Unternehmen mit 20 bis 1000 Mitarbeitern. Die Software ist für qualifizierte Cisco-Channel-Partner ab sofort kostenlos erhältlich.

Projekte steuern

Das deutsche Unternehmen 3pleP will mit seiner gleichnamigen Projekt-Suite im Schweizer Markt Fuss fassen. Als erster Schritt wurde das Projektführungssystem Hermes – beim Informatikstrategieorgan Bund im Einsatz – in die 3pleP-Projekt-Suite integriert. Mit 3pleP können Projektverantwortliche ihre Projekte nach dem Hermes-Projektführungsmodell führen und steuern. Implementierungspartner für die 3pleP-Projekt-Suite in der Schweiz ist die Zürcher Valiente GmbH

Fortsetzung von Seite 39

Die Kleinen ...

Ländern. Dafür sind sie kundennah und in aller Regel ausgesprochen flexibel, sowohl bei der Behandlung von Kundenwünschen als auch bei der Lösung von Problemen und Konflikten im Projekt.

Kampf um den KMU-Markt

Der «Sieg der Zwerge» gegen die grossen und globalen Anbieter hat im vergangenen Jahr zur einen oder anderen Kritik geführt: Wie kann man nur grosse, internationale Anbieter und kleine, regionale Anbieter in einen Topf werfen? In aller Regel haben die Kritiker die Kompetenz der potenziellen Kunden häufig unterschätzt: Grosse Anwenderfirmen sind in der Lage, die Ergebnisse der Studie selbständig zu interpretieren und sind sich schnell darüber im Klaren, dass man mit einem Anbieter, der auf Kleinunternehmen spezialisiert ist, kaum eine Lösung für ein Grossunternehmen realisieren kann. Anders sieht die Situation im klassischen KMU-Markt mit Unternehmen zwischen 50 und 250 Mitarbeitern aus. Hier drängen kleine und lokale Anbieter nach oben, während Grosse – etwa SAP und Microsoft – versuchen, ebenfalls in

diesem Segment Fuss zu fassen. Gerade dieses Mittelfeld ist heiss umkämpft und auch hier zeigt sich ein Bild abseits der (Gesamt-)Marktanteile und der Marketing-Budgets: Kleinere Anbieter tun sich leichter damit, ihre Kunden zufriedenzustellen. Festzustellen, dass Kunden-Zufriedenheit allein noch keine Marktanteile ausmacht, erübrigt sich. In Anbetracht der eher schwachen Ergebnisse der KMU-Initiativen verschiedener grosser Hersteller ist es jedoch dringend an der Zeit, dass sich auch Entwickler und Berater mit dem KMU-Markt auseinandersetzen. Image-Marketing allein wird den Markt ebenso wenig erobern helfen, wie allzu pauschal angekündigte Initiativen mit wenig Inhalt.

«Check-Out» einiger Anbieter

Interessant ist natürlich auch die Frage, wieso einige Anbieter fehlen. Hierbei mag es wohl verschiedene Gründe geben. So sind vor allem Anbieter aus dem unteren, linken Quadranten des Portfolios verschwunden. Zu nennen sind hier unter anderem iBaan und Axapta, die es wohl vorgezogen haben, sich nicht mehr der Bewertung durch ihre eigenen Kunden zu stellen. Insbesondere das Fehlen von Axapta ist schmerzlich, da das System durchaus über einen interessanten Kundenstamm und reale Wachstumschancen verfügt. Interessant ist aber auch die Abwesenheit

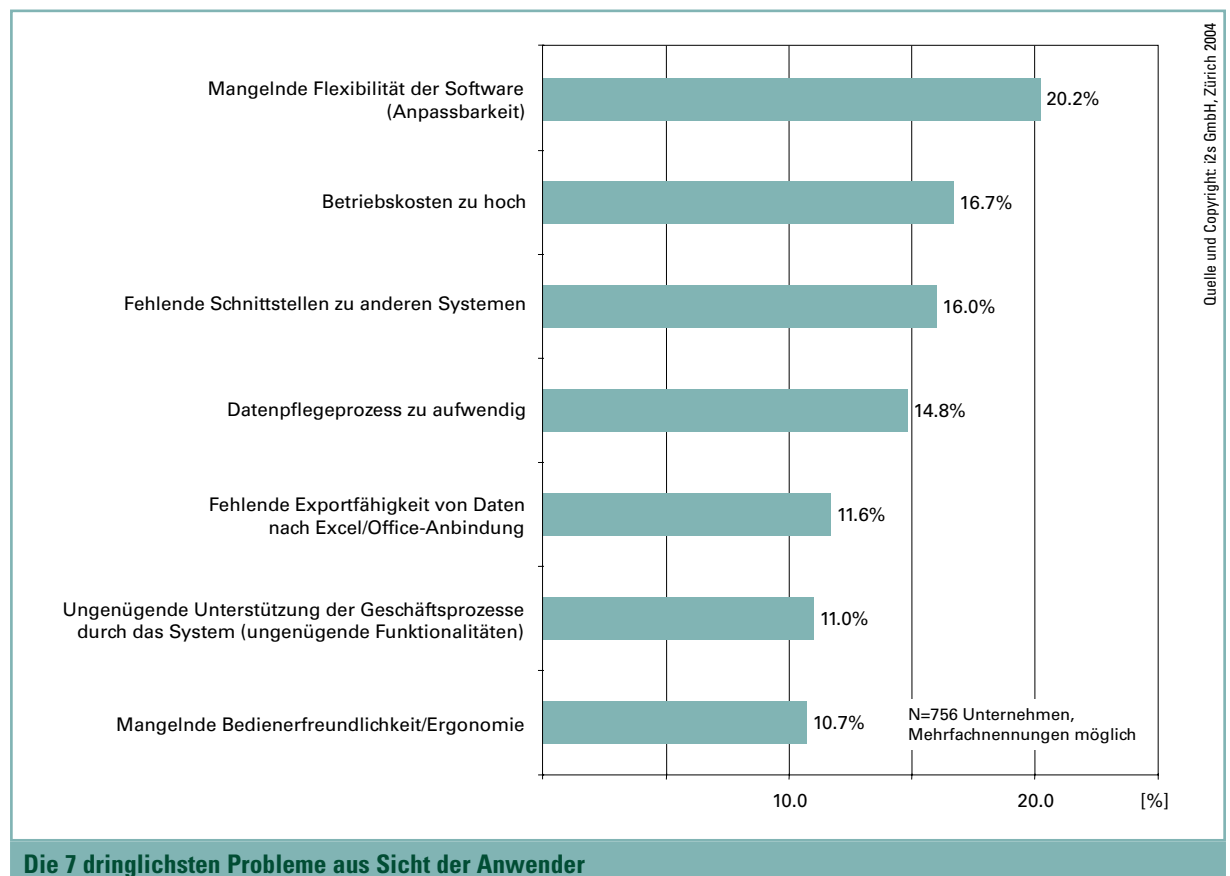
der beiden, in einen ungleichen Übernahmekampf eingebundenen, SAP-Konkurrenten Peoplesoft und Oracle. Die Gründe hierfür mögen sich von Fall zu Fall unterscheiden. Was bleibt ist die Frage, ob diese Anbieter überhaupt über eine Schweizer Kundenbasis verfügen.

Flexibilität gewinnt an Bedeutung

Flexibilität und Anpassbarkeit sind aus Sicht der Anwender die dringlichsten Probleme beim Betrieb von ERP-Systemen. Dabei sollte jedoch nicht vergessen werden, dass Flexibilität nicht per se eine Eigenschaft einer angebotenen Software ist, wie dies einige Hersteller gerne suggerieren, sondern sich sowohl aus technischen Aspekten, etwa der Programmarchitektur und -logik, als auch konzeptionellen Fragen, etwa der «robusten» Gestaltung von Prozessen, zusammensetzt. Auch hier ist der Unterschied zwischen Marketingaussagen und der Realität der betrieblichen Praxis zum Teil eklatant.

Weitere Ergebnisse

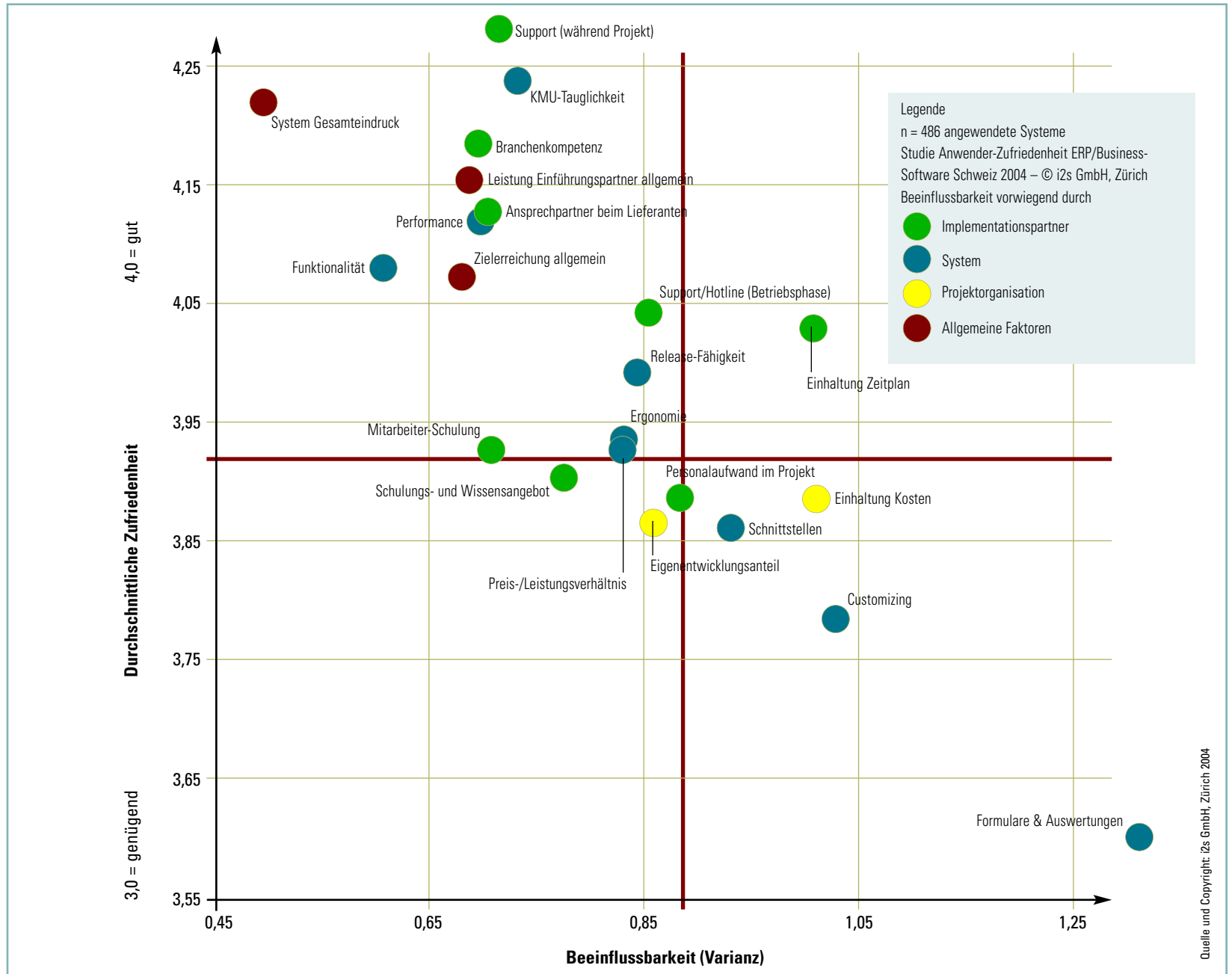
Die Ergebnisse der Untersuchung liegen in Form eines ausführlichen Berichtes (Umfang ca. 100 Seiten) vor. Dieser kann über die Webadresse www.changebox.info/erpstudie bestellt werden (275 Franken als PDF-File, 350 Franken als Print-Version, Preise jeweils zzgl. Mehrwertsteuer).



Die 7 dringlichsten Probleme aus Sicht der Anwender

Kundenzufriedenheit – die unbekannte Grösse

Wie erreicht man Kundenzufriedenheit – oder was ERP-Anbieter von Bahnhöfen lernen können.



Quelle und Copyright: i2s GmbH, Zürich 2004

Zufriedenheitsaspekte im Detail: Was Hersteller und Integrioren beeinflussen können.

■ VON ERIC SCHERER

Kundenzufriedenheit ist eine subjektive Grösse. Dieselbe Feststellung gilt aber auch für das ERP-Geschäft an sich: Der ERP-Markt ist subjektiv. Entscheidungen fallen nach unterschiedlichsten Kriterien. Klassische Leistungsmerkmale von Anbietern, etwa ein grosser Funktionsumfang, ein grosser Kundenstamm oder eine moderne Technologie allein bringen für die Zukunft keine gesicherten Markt-

anteile. Der ERP-Markt ist ein emotionaler Markt – ein Umstand, den das Marketing des in solchen Dingen klaren Vordenkers SAP schon lange entdeckt hat. Doch auch wenn die Kundenzufriedenheit eine subjektive und emotionale Grösse ist und als solche nur einen Teil des Markterfolgs darstellt, ist es sinnvoll, darüber nachzudenken, wie Anbieter eine höhere Kundenzufriedenheit und damit zumindest eine bessere Bindung der Bestandskunden erreichen können.

Zufriedenheit benötigt Reflexion

Mit der im Jahr 2003 von der i2s durchgeführten Studie wurde erstmals die Zufriedenheit mit eingesetzten ERP-Systemen aus Sicht der Anwender erfasst. Das Ergebnis war dabei auf erster Ebene eine Bewertung der unterschiedlichen Systeme am Schweizer Markt aus Sicht der Anwender. Auf zweiter Ebene wurde der Begriff «Zufriedenheit» jedoch in mehr als zwanzig verschiedene Einzelaspekte zerlegt. Bei näherer Be-

trachtung ergibt sich ein weit differenzierteres Bild. Mit Ausnahme der Aspekte «Formulare und Auswertungen», «Schnittstellen» und «Customizing» werden die systembezogenen Aspekte durchwegs relativ positiv bewertet. Untersucht man hier die einzelnen Aspekte noch etwas stärker nach der Frage, in wie weit ein einzel-

Fortsetzung auf Seite 45

Fortsetzung von Seite 42

Kundenzufriedenheit ...

ner Aspekt überhaupt «extern», d.h. durch den Implementationspartner oder die Projektorganisation beeinflusst werden kann, differenziert sich das Bild weiter: Kundenzufriedenheit ist eine komplexe Grösse. Eine genaue und reflektierte Betrachtung der einzelnen Aspekte und insbesondere deren Bewertung im Vergleich zu Konkurrenten erlaubt es einem Anbieter, ein Massnahmenprogramm auszuarbeiten, um die Kundenzufriedenheit zu verbessern.

Offener Kundenkontakt

Kundenzufriedenheit setzt einen intensiven und offenen Kontakt zum Kunden voraus. Müsste man sich als Anbieter auf nur eine einzige Massnahme beschränken, stünde eine Ver-

besserung des Account-Managements, d.h. des Ansprechpartners des Lieferanten beim Kunden, an erster Stelle. Zwar wird in den Studien der i2s das «Account-Management» immer wieder mit guten Noten bewertet, eine Korrelationsanalyse der einzelnen Ergebnisse zeigt jedoch immer wieder, dass gerade das Account-Management den grössten Hebel besitzt, um die allgemeinen Zufriedenheitsaspekte zu beeinflussen. Wie gut das möglich ist, zeigt auch das Ergebnis der diesjährigen Studie im Vergleich zum Vorjahr: einige Anbieter haben sich intensiv mit den Ergebnissen der letztjährigen Studie auseinandergesetzt und diese mit ihren Kunden im Rahmen von Kundenforen oder bilateralen Besprechungen durchgearbeitet und entsprechende Massnahmen eingeleitet. Aus Sicht der Kunden wurde bereits die Bereitschaft zu einer offenen Auseinandersetzung positiv aufgenommen, da die Kunden sich hier



DIE KÖPFE HINTER DER STUDIE

Die Studie wurde von der Zürcher Beratungs- und Research-Firma Intelligent Systems Solutions – kurz i2s genannt – in Zusammenarbeit mit den IT-Fachpublikationen der Compress Information Group erstellt. Die i2s beschäftigt sich seit vielen Jahren mit dem Standardsoftwaremarkt und konzentriert sich dabei insbesondere auf den Bereich ERP-Systeme. Die i2s ist Teil des Kompetenznetzwerkes IT-matchmaker.com und führt regelmässig Marktstudien in den Bereichen ERP-Anwendung und

Einführung durch. Die Ergebnisse ihrer Research-Arbeit stellt die i2s unter der Knowledge Page www.changebox.info der Öffentlichkeit vor. Hier gibt es jede Menge Informationen zum Download.

Hinter der Studie selbst steckt ein interdisziplinäres Team bestehend aus Beat Ottiger, Diplompsychologe und Web-Enthusiast, Valesko Wild, lic. oec. HSG mit internationaler Projekterfahrung, und Eric Scherer, Dr. sc. techn. ETH und Strategieexperte im ERP-Umfeld.

ERP-ZUFRIEDENHEIT

Im Jahr 2003 wurden in der Schweiz erstmals Anwenderunternehmen nach der Zufriedenheit mit ihren ERP-Systemen befragt. Zielsetzung war es damals, neben den vorherrschenden auf Funktionalität ausgerichteten Studien und den eher am Börsenmarkt orientierten Aussagen der grossen Analysten einen Blick in das Labor der betrieblichen Praxis zu wagen. Von Anfang an war klar, dass der Begriff «Zufriedenheit» ein hohes Mass an Subjektivität mit sich bringt. Was als Schweizer Idee begann ist in kürzester Zeit zu einer Initiative für den gesamten deutschsprachigen Raum angewachsen und wird von namhaften Medienpartnern in den einzelnen Ländern unterstützt. Die Initiative setzt dabei auf Konstanz und Unabhängigkeit, so werden die Studien regelmässig wiederholt; ein Sponsoring durch Anbieter ist definitiv ausgeschlossen.

ernst genommen fühlen. Hier zeigt sich auch das Dilemma der häufig auf Schlagworte und imaginäre Probleme abgestützten Marketing-Sprache, die viele Anbieter immer wieder bevorzugen: Sie geht in aller Regel am Kunden – insbesondere an den bestehenden Kunden – und deren Bedürfnissen vorbei.

«Bahnhofs-Philosophie»

Die «Selbstversessenheit» vieler Anbieter, die eher dazu neigen, in Bewunderung vor der Schönheit des eigenen System zu erstarren statt sich um die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden zu kümmern, steht einem offenen Kundenkontakt im Wege. Noch immer wird von vielen Anbietern in Systempräsentationen und Workshops das System als «Supermarkt der Möglichkeiten» präsentiert, anstatt die Probleme des (potenziellen) Kunden zu verstehen und Lösungen dafür aufzuzeigen. Ein Anbieter muss eine «Bahnhofs-Philosophie» verfolgen, d.h. man muss die Kunden dort abholen, wo sie stehen. Dazu gehört auch eine geeignete Sprache, die der Kunde und insbesondere die Entscheidungsträger beim Kunden verstehen. Dies gilt insbesondere, da sowohl Auswahlentscheid als auch Einführungsprojekte immer von «Business»-Aspekten geprägt sind und ihren klassischen Informatik-Charakter verlieren.

IT-SOFTWARE

Spracherkennungstools in Open Source

IBM will seine Spracherkennung als Open Source kostenlos anbieten. Die für mehr als 10 Millionen US-Dollar entwickelte Technik soll laut einem Bericht in der New York Times damit einer breiten Programmierergemeinde zur Verfügung gestellt werden. Mit diesem ungewöhnlichen Schritt will IBM die Entwicklung entsprechender Technologien für diesen voraussichtlich rapide wachsenden Markt erheblich beschleunigen, glauben Analysten.

MS FlexWiki wird Open Source

Microsoft hat bereits zum dritten Mal in diesem Jahr Software unter der Open-Source-Lizenz veröffentlicht. Nach der XML-Version von Windows Installer (WiX) und der Windows Template Library (WTL) ist jetzt auch Software der Wiki-Plattform FlexWiki unter der Common Public License (CPL) erhältlich. FlexWiki basiert auf .Net und funktioniert ähnlich wie die Online-Enzyklopädie Wikipedia. Beim Sourceforge-Projekt stehen die Programme FlexWikiPad, FwDocGen und FwSync ab sofort bereit.

Palms Smartphone-OS

Palmsource hat die Version 6.1 seines Cobalt-Betriebssystems vorgestellt. Damit zielt die Softwareabteilung von Palm auf den Smartphone-Markt. Palm OS Cobalt 6.1 kommt mit integrierten Telefoniefunktionen für die GSM-, GPRS- und MUX-Netze und enthält Wireless-Funktionen wie Bluetooth und WLAN. Ausserdem wurde das Userinterface überarbeitet. So sollen die Fünf-Wege-Navigation und die Einhandbedienung verbessert worden sein. Cobalt 6.1 kann jetzt auch mit Erweiterungskarten für Digitalkameras oder GPS-Systeme umgehen und unterstützt VGA-Auflösung im Hoch- und Querformat.

Multitalent gegen Schädlinge

Mit der Proventia M10 hat der US-amerikanische Sicherheitsspezialist Internet Security Systems eine Multifunktionsappliance für kleine und mittelgrosse Betriebe im Angebot. Die Proventia M10 vereint eine Firewall, ein Intrusion-Prevention- und -Detection-System, Funktionen zur Viren- und Spam-Bekämpfung, VPN und einen Web- sowie Content-Filter. Das Management erfolgt über ein Web-Interface.