

Der Heimvorteil schwindet

ERP-SOFTWARE Bisher konnten sich schweizerische ERP-Softwarehersteller auf die Kundennähe verlassen. Neue Auswertungen zeigen nun, dass ausländische Hersteller gleichgezogen haben.

MATTHIAS NIKLOWITZ

Der schweizerische Enterprise-Resource-Planning-Markt (ERP) ist rund 30 Jahre alt und hat damit eine gewisse Reife erreicht. Nur wenig hat sich das Gewicht schweizerischer und ausländischer Anbieter in diesem Zeitraum verändert – SAP beispielsweise war von Anfang an dabei, und auch heute noch entfällt rund 80% des von ausländischen Anbietern gehaltenen ERP-Umsatzkuchens auf Deutschland. Schweizerische ERP-Hersteller pochen immer wieder auf ihren Heimvorteil, die Kundennähe und ihre Branchenkenntnisse, wenn es um die Frage ihrer längerfristigen Überlebenschancen geht.

Doch wie gross ist dieser Heimvorteil wirklich? Wie gut werden von ERP-Nutzern die Branchenkompetenz, die Zufriedenheit mit dem Projektmanagement, dem Support und dem Account Manager beurteilt?

Schweizer sind KMU-tauglich

Das Zürcher Beratungsunternehmen intelligent systems solutions (i2s) hat exklusiv für die «Handels-Zeitung» die Daten ihrer ERP-Studie auf diese Faktoren hin analysiert. Die Ergebnisse sind in der Tabelle zusammengefasst.

Gesamthaft werden die Produkte schweizerischer Anbieter als KMU-tauglicher beurteilt, die Zufriedenheit ist auch beim Projektmanagement höher, und das Engagement wird als höher eingestuft. Kleinere Anwender mit weniger als 50 ERP-Arbeitsplätzen sind mit ihren ERP-Herstellern durchwegs zufriedener. Direktverkäufer

werden als KMU-tauglicher eingestuft, sonst bestehen kaum Differenzen mit indirekt verkaufenden Anbietern. Indirekt verkaufende schweizerische ERP-Anbieter erreichen die höchsten Bewertungen bei der Beurteilung der KMU-Tauglichkeit sowie der Einschätzung des Supports. Beim Engagement sind die schweizerischen Direktverkäufer vor den nichtschweizerischen Indirektverkäufern besser, erst dann kommen die hiesigen Indirektanbieter. Dasselbe Bild zeigt sich auch bei der Zufriedenheit mit dem Account Manager. Ein Heimvorteil besteht demnach noch, aber der schwindet, und bei wichtigen Standort-Parametern wie Support oder Branchenkompetenz besteht er kaum noch.

«Schweizerische Softwarehersteller konzentrieren sich vor allem auf kleine Unternehmen», sagt Eric Scherer, Geschäftsführer der i2s consulting und Initiator der ERP-Zufriedenheitsstudie, «und bei kleinen Firmenkunden bekommen sie auch die deutlich besseren Bewertungen durch ihre Kunden». Hier spielen schweizerische Anbieter ihre Stärken wie Kundennähe und Branchenwissen gut aus. Insbesondere wissen sie laut Scherer auch, wie ein echtes KMU tickt. Anders ist das bei mittelgrossen Firmen; hier spielt Kundennähe allein nicht mehr eine so grosse Rolle, wichtig werden auch eine breite Funktionalität und eine Ankopplung an weltweite Entwicklungen. «Deshalb lässt sich auch keine klare Empfehlung machen», sagt Scherer, «schweizerische und ausländische Anbieter sind hier schon teilweise seit Jahrzehnten Konkurrenten.»

Kritisch sieht Scherer die Globa-

lisierungsversuche bei Software für kleine Unternehmen, «SAP Business One beispielsweise wird noch lange Zeit einen schwierigen Stand im Vergleich zu Abacus haben». Interessanterweise bestehen keine messbaren Zusammenhänge zwischen dem Stand der Technologie und der Zufriedenheit mit ERP-Software. «So haben Q3-Software oder Europa-3000-Produkte zwar noch ein Erscheinungsbild wie in der frühen Windows-Ära, aber diese Produkte sind offenbar exakt auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt – nicht zuletzt auch preislich.»

Microsoft in den Startlöchern

Vontobel-Analyst Panagiotis Spiliopoulos, der im Februar eine Studie zur Konsolidierung im Softwaremarkt veröffentlicht hat, sieht aufgrund der hohen Fragmentierung des Marktes gute Überlebenschancen für gut positionierte schweizerische Anbieter. «Produkte sind besser auf die lokalen Bedürfnisse angepasst, deshalb ist auch ihre Reaktionsgeschwindigkeit höher.» Dennoch steht Microsoft auch hier in den Startlöchern, und SAP hat ebenfalls die KMU als strategische Zielgruppe definiert. «Die Konkurrenz in diesem Segment wird jedoch

eine ähnliche Dominanz wie bei Grosskunden verhindern.»

Verlagerung des Wettbewerbs

«Hersteller haben Chancen, wenn sie sich auf Zusatzleistungen konzentrieren», sagt Stefan Arn, CEO vom Zürcher Softwareintegrator Adnovum. Der Wettbewerb verlagert sich laut Arn weg von reinen Geschäftsfunktionalitäten hin zu Anpassungen infolge neuer gesetzlicher Vorschriften oder Compliance-Bestimmungen. «Ich glaube auch, dass schweizerische Softwarefirmen Chancen haben. In erster Linie sind nicht die Produkte selber, sondern die Implementierung entscheidend», sagt Bruno Richle, CEO von Crealogix, dem börsenkotierten schweizerischen Softwareintegrator.

«Die Prozessaspekte und damit die gesamte betriebswirtschaftliche Komponente werden zukünftig wichtiger», erwartet Roland Renggli, CEO von Sage Simultan, «dazu gehört auch die Fähigkeit, die Prozesse der Kunden zu verstehen und nutzbringend umzusetzen.» Die Fertigungstiefe schweizerischer Hersteller wird mit Neuentwicklungen durch den Einkauf von Business Frameworks abnehmen, die Fähigkeit, Produkte anzupassen und Branchenwissen umzusetzen, dagegen zunehmen. Die Wertschöpfungskette verlagert sich dadurch mehr Richtung marktnaher Produktumsetzung.

Zufriedenheitseinschätzungen von Enterprise-Resource-Planning-Nutzern Mit mindestens 50 ERP-Arbeitsplätzen (Schweiz)

	Schweizer Anbieter, verkaufend		Nicht-schweizerischer Anbieter, verkaufend		Nicht-schweizerischer Anbieter, indirekt verkaufend		CH-Anbieter		Nicht-schweizerische Anbieter		Direktverkäufer		Indirektverkäufer		
	Anzahl	Werte	Anzahl	Werte	Anzahl	Werte	Anzahl	Werte	Anzahl	Werte	Anzahl	Werte	Anzahl	Werte	
Anzahl befragte Firmen	102		8		46		67		110		113		148		75
KMU-Tauglichkeit	4.16	4.61	4.13	4.13	4.06	3.82	4.11	4.20	4.12	3.92	4.13	4.08	4.19	3.90	
Branchenkompetenz	4.12	4.13	4.13	4.13	3.98	4.11	4.19	4.12	4.26	4.06	4.19	4.18	4.11	4.11	
Engagement	4.27	3.79	3.79	3.79	4.01	3.83	3.83	3.99	4.26	4.12	4.19	3.89	4.18	4.18	
Projektmanagement	4.01	4.25	4.25	4.25	3.63	4.08	4.08	4.15	4.26	3.75	4.11	4.11	4.10	4.10	
Support/Projekt	4.14	4.25	4.25	4.25	4.06	4.03	4.03	4.00	4.15	4.07	4.11	3.95	4.05	4.05	
Support/Hotline	3.98	4.12	4.00	4.00	3.87	4.12	4.12	4.11	4.00	3.96	4.06	4.06	4.11	4.11	
Account Manager	4.12	4.00	4.00	4.00	3.91	4.12	4.12	4.11	4.11	4.04	4.06	4.06	4.11	4.11	

SKALA: 1 (SEHR UNZUFRIEDEN), BIS 5 (SEHR ZUFRIEDEN) QUELLE: I2S