

Zu viele Anbieter auf engstem Raum

BUSINESS SOFTWARE Beinahe 100 Anbieter von ERP-Systemen tummeln sich heute auf dem Schweizer KMU-Markt. Mit dem Eintritt von Microsoft und SAP dürfte sich der Bereinigungsprozess beschleunigen. Innovative lokale Anbieter haben dennoch wenig zu befürchten. Für sie wird es weiter Platz haben.

ERIC SCHERER

Der Business-Software-Markt für KMU ist heiss umworben. Selbst grosse Softwarehäuser, die jahrelang einen Bogen darum gemacht haben, adressieren ihn heute mit eigens dafür hergerichteten Produkten. Microsoft stieg im Jahr 2000 mit dem Kauf von Great Plains in den Business-Software-Markt. Dieses Jahr zog SAP nach,

womit der Marktangriff nun gleich von zwei Seiten aus erfolgt. Während Microsoft mit dem Erwerb von Navision im April 2002 inzwischen ganze vier ERP-Systeme im Rucksack hat, die klar auf den KMU-Markt zielen, verfolgt SAP mit der One-Initiative eine Doppelstrategie.

Mit SAP All-in-one soll das schon mehrfach geliftete, altgediente R/3 für das obere Segment des KMU-Marktes fit gemacht werden, mit SAP Business One wird ein neues und schlankes

Produkt angeboten, das – so SAP – in fünf Tagen installiert und produktiv gesetzt werden kann und ausserdem ein durchaus attraktives Lizenzmodell bietet.

SAP hat sich ähnlich wie Microsoft auf dem Entwicklungsmarkt bedient und das Produkt Business One im März 2002 zusammen mit der israelischen Topmanage eingekauft. Kaum ein Jahr ist es her, dass alle noch den Lobgesang auf die schöne neue E-Business-Welt sangen und mit so genannten New-Di-

mension-Produkten – hier ist v.a. CRM zu nennen – über die Businesswelt visionierten. Was steht hinter dieser neuen Ausrichtung auf längst bekanntes Territorium? Und – viel wichtiger – was soll der nun von den ganz Grossen heiss umworbene KMU-Vertreter denken?

EIN ERP WIE EIN SMART

Business One ist daher eindeutig auf der schlanken Seite der Funktionalitätsskala angesiedelt. Ein ERP quasi wie ein Smart. SAP

selbst liefert die Rechnung dazu: Man nehme 40 000 KMUs in der Schweiz, die im Schnitt alle zehn Jahre ihr ERP-System wechseln. Macht also 4000 potenzielle Kunden im Jahr, die auf der Suche sind. SAP strebt bis 2005 einen Marktanteil im KMU-Kunden-segment von 20% an. Macht 800 verkaufte Systeme im Jahr – allein in der Schweiz. Ein attraktives Rechenexempel.

Hinzu kommt, dass SAP explizit die vielen abhängigen KMUs ansprechen möchte, deren Kon-

zernmütter schon lange mit SAP arbeiten und die für ihre Töchter vor SAP bisher zurückgeschreckt sind. Die entscheidende Frage ist, ob Vertriebs- und Service-Strukturen aufgebaut werden können, die ein Mindestmass an Zuverlässigkeit und Qualität bieten.

Erstaunlich am aktuellen Marktgeschehen ist, dass der Schweizer Markt für ERP-Systeme schon mehr als gut besetzt ist. Beinahe 100 ERP-Systeme

Fortsetzung auf Seite 59

Fortsetzung von Seite 58

tummeln sich heute auf dem Markt, immerhin gut 40% davon werden in der Schweiz entwickelt bzw. haben den Firmensitz in der Schweiz.

Für ein KMU sollten die Betriebskosten gegen null laufen.

Im Vergleich zum deutschen Markt, auf dem sich gut 120 Systeme konkurrieren – so viele sind in der führenden Marktübersicht it-matchmaker.com gelistet –, ist die Konkurrenz in der Schweiz vergleichsweise hoch. Ein Grund für die hohe Dichte von ERP-Systemen auf dem Schweizer Markt liegt in der grossen Anzahl von KMUs, die

schon mit wenigen Mitarbeitern auf dem Weltmarkt agieren und auf ERP-Lösungen angewiesen sind.

Im Segment Grossunternehmen gibt es neben SAP nur noch ganz wenige Systeme, die hier überhaupt noch anbieten können. In der Folge konzentrieren sich nahezu alle Anbieter auf den KMU-Markt, der mehr als übersättigt ist. Die Initiative der beiden Grossen wird den hier noch zögerlich laufenden Bereinigungsprozess sicher beschleunigen. Aus Sicht eines Anwenderunternehmens bringt diese Konsolidierung eine bessere Übersicht und eine Steigerung der Investitionssicherheit, eine langfristig positive Perspektive – solange man nicht gerade auf einen Verlierer gesetzt hat.

Ein möglicher Pfad drängt sich aber auch auf: Mit dem Markteintritt von SAP und Microsoft gibt es im KMU-Umfeld endlich die Möglichkeit, als Vertriebs- und Implementationspartner aufzutreten. Dies war in der Vergangenheit gerade einmal bei Navision möglich – ansonsten galt stets die Regel: Systementwicklung, -verkauf und -einführung alles aus einer Hand. Vielleicht wird so aus dem einen oder anderen Systemanbieter in Zukunft ein Business-One-Vertriebspartner.

Dass dieser Weg möglich ist, hat die Konsolidierung des ERP-Anbietermarktes für Grossunternehmen gezeigt, wie er Mitte der 90er Jahre stattfand. Die Angst vor dem Einheitsbrei, der damals durch übermässige Marktkonzentra-

tion entstand, dürfte nun auch im KMU-Bereich einkehren. Immer wieder hat sich gezeigt, dass ein KMU-orientierter Systemanbieter vom Denken und Handeln her KMU-kompatibel sein muss. Zu hoffen bleibt daher, dass jene «local heroes» überleben, die durch Innovationskraft, Businesswissen und Kundennähe eine attraktive und langfristige Alternative zur internationalen Durchschnittskost bieten können.

ORIENTIERUNG FÜR DEN ANWENDER

Bleibt die Frage, in welche Richtung die Entwicklung gehen sollte und woran sich ein KMU auf Brautschau orientieren sollte. Hier lassen sich Perspektiven auf verschiedenen Ebenen aufzeigen, die eher aus

der Innensicht eines KMU resultieren: Im Bereich der Systemfunktionalität und Prozesse stehen nicht – wie man meinen würde – neue Funktionen, etwa CRM, an erster Stelle. Dringlicher ist in vielen Unternehmen der Abbau des Grabens zwischen Buchhaltung und einem rein auf Logistik und Produktion ausgerichteten ERP.

Noch immer fehlt es hier an Transparenz, Monatszahlen können erst nach Wochen ermittelt und ausgewiesen werden, mitlaufende Produktkalkulationen sind ein Fremdwort und das Controlling ist rudimentär. In vielen Fällen sind die Systeme hier viel weiter als der Stand in der Praxis, und die heute gängigen und machbaren Schnittstellentechniken zwingen noch nicht einmal, die alte

Zwei-Systeme-Lösung über den Haufen zu schmeissen. Ein zweites Thema ist das Konfigurations- und Releasemanagement. Noch immer gängeln viele Anbieter ihre Kunden mit einer Releasepolitik, die der unternehmensinternen Informatik zwar Arbeit, dem Unternehmen aber keinen Nutzen bringt. Moderne Systeme sollten hier eine Kontinuität ohne Aufwand und Risiko erlauben.

Die dritte Baustelle ist die Frage nach der Einführungs-methodik. Hier müssen gerade die komplexen Systeme dringend umdenken. Eine simple Metrik ist die Frage, wie viele Systemberater notwendig sind, um ein System zu verstehen und einzuführen. Die ideale Antwort ist: So wenig wie möglich. Die vierte und letzte Baustelle ist die Frage nach dem Betriebsaufwand.

Hier ist das Ziel, ein System quasi aufwandfrei zu betreiben, die klare Vorgabe. Wichtig sind hier Tools, um Formulare, Masken, Reports und Berechtigungen einfach und ohne externe Hilfe anpassen zu können und dabei releasefähig zu bleiben.

Das häufig genannte Thema Outsourcing des ERP-Betriebs bzw. ERP auf ASP-Basis, wie es beispielsweise von Pragmatica nach dem Einkauf von Complete angeboten wird, stellt hier langfristig keine echte Alternati-

ve dar. Für ein KMU sollten die monatlichen Betriebskosten gegen null gehen. Diesem Ziel stehen die laufenden Kosten einer ASP-Lösung grundsätzlich entgegen. Auf Dauer kann es hier nur Verlierer geben – den KMU-

Anwender, dessen Kosten sich über die Jahre anhäufen, oder den ASP-Anbieter, der mit seiner Leistung kein Geld mehr verdienen kann.

Dr. Eric Scherer ist Geschäftsführer der intelligent systems solutions (i2s) GmbH, Zürich. Er betreut den internetbasierten ERP-Marktspiegel.

@ Weitere Informationen unter:
www.it-matchmaker.com
scherer@i2s-consulting.com
www.i2s-consulting.com