

susensoftware Das Softwarehaus bietet Unternehmen eine Möglichkeit, billig an gebrauchte SAP-Lizenzen zu kommen und damit Geld zu sparen

Sparen mit gebrauchten Lizenzen

Viele internationale Unternehmen investieren fälschlicherweise zu viel Geld in überflüssige Softwarelizenzen.

CHRISTOPH FELLNER

Wien. SAP gehört zu den Big Playern in mehreren Geschäftsbereichen, von ERP bis CRM. Allerdings sind viele Klein- und Mittelbetriebe vom „großen Spiel“ ausgeschlossen, weil SAP-Lizenzen nicht eben billig sind. Das könnte sich mit einem Modell der susensoftware GmbH allerdings dramatisch ändern. Das in Aachen beheimatete Unternehmen bietet nämlich eine Art Miet- und Kaufmodell für gebrauchte und nicht mehr benötigte SAP-Lizenzen an.

Kosten sind entscheidend

„Der Einsatz von gebrauchten SAP-Lizenzen kann für mittelständische Unternehmen sehr lohnend sein“, sagt erklärt Axel Susen, Geschäftsführer von susensoftware. „Lizenzen, wie sie große Konzerne nutzen, zum Beispiels

R/3 oder Business Suite, können bei susensoftware zu einem Preisvorteil von mindestens 43 Prozent erstanden werden; die Wartung kommt von SAP. Durch die direkte Vermittlung zwischen Käufer und Verkäufer findet zudem eine Kommunikation unter gleichgesinnten IT-Kollegen statt. Falls SAP neue Märkte erschließen will, so geht das leicht mit stiller Software. Der Konzern müsste nur kreativer werden.“

In Zeiten steigenden Kostenbewusstseins in der Wirtschaft (um das Wort Krise zu vermeiden) und der wachsenden Bedeutung leistungsfähiger ERP-Lösungen für

erfolgreiche Unternehmen könnte sich SAP ERP als „Best Practice“ auch im Mittelstand zunehmend durchsetzen. Als Grenzmarke hindert nur das Budget der KMU den Marktführer daran, weitere Marktanteile in diesem bedeutenden Segment zu erschließen.

Interesse beim Mittelstand

„Der Mittelstand hat ein besonderes Interesse an den SAP-Komplettpaketen, denn oft setzen die eigenen Kunden ebenfalls diese ERP-Software ein“, sagt Axel Susen. „Mit der Einführung der Software in eigenen Unternehmen

kommt ein Mittelständler in die Prozesskette zwischen Kunden und Zulieferern“, erläutert Susen das Interesse des Mittelstandes an den hochwertigen Komplettpaketen. Die Mittelstandslösungen von SAP hingegen sind nicht nur in ihren Funktionen reduziert, sondern werden von Anwendern auch oft als schwerfällig zu installieren und zu bedienen empfunden. Somit erscheinen die teuren Anschaffungs- und Wartungskosten kaum gerechtfertigt.“ Bei den Unternehmen (und auch bei SAP) ist damit mehr Flexibilität gefordert.

www.susensoftware.de



© Susen Software
Axel Susen, Geschäftsführer von susensoftware: gebrauchte Lizenzen.

Yahoo! Neue Online-Ideen Mobiles Internet

Wien. Mobile Marketing, die Werbung per Handy und Handheld-Rechnern, gewinnt an Bedeutung. Dieser Meinung ist zumindest Heiko Genzlinger, Commercial Director Yahoo! Deutschland. „Zum Jahresende 2008 gab es in Deutschland 107 Millionen Mobilfunkanschlüsse, darunter 16 Millionen mit der schnellen Datenübertragung via UMTS“, weiß Genzlinger.

„Für 2009 erwartet der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) bei UMTS einen weiteren Anstieg um 40 Prozent auf 22,4 Millionen Anschlüsse, der durch die neue Generation von mobilen Endgeräten noch weiter vorangetrieben wird. Im vergangenen Jahr haben sich des Weiteren die technischen Voraussetzungen der Handys und Smartphones für die Internetnutzung entscheidend verbessert: Mit größeren Displays, Touchscreens, Spracheingabe, leistungsfähigem Internetbrowser und hoher Auflösung macht es heute Spaß, mobil ins Internet zu gehen.“

„Internet to go“

Bei Yahoo! setzt man voll auf den neuen Trend. „Wir wollen den Nutzern das ‚Internet to go‘ bequem und einfach zur Verfügung stellen, um damit auch der Startpunkt für den mobilen Internetbesuch zu sein. Auf dem MWC in Barcelona haben wir im Februar die jüngste Generation von Yahoo! Mobile vorgestellt, die nun weltweit gestartet ist.“ new.m.yahoo.com



© Yahoo! Deutschland
Heiko Genzlinger, Commercial Director von Yahoo! Deutschland.

Unwiderstehliches Pink. Druckergebnisse fast wie auf dem Monitor!

„what you see is what you print“: Der revolutionäre High Chroma Toner von Konica Minolta deckt fast den gesamten sRGB-Farbraum ab und bietet so lebendigere Farben, bessere Leuchtkraft und höhere Farbsättigung als alle anderen Tonertechnologien. Erfahren Sie mehr über den neuen bizhub PRO C65hc auf www.konicaminolta.at/hc

scale^{up}

Konica Minolta Business Solutions Austria GmbH • Amalienstraße 59-61 • 1130 Wien • www.konicaminolta.at