

NEUES AUS UNTERNEHMEN

SAPs erster Schritt auf das on-Demand-Marktsegment muss ein langfristiges Ziel verfolgen

Axel Susen, Experte für den Handel mit SAP-Lizenzen, sieht in SAPs neuem Angebot Business ByDesign ein innovatives Produkt, das als Testballon für ein neues Lizenzmodell dient. Wenn die Geschäftsidee Früchte trägt, könnte SAP den Lizenzverkauf zugunsten von Mietmodellen ganz aufgeben. Große Kunden hatten es allerdings bisher abgelehnt, ihre geschäftskritischen Daten aus der Hand zu geben.

Auf den ersten Blick stellt SAP sich mit seinem Vorwagen in das Marktsegment der on-Demand-Lösungen gegen alle: Gegen die Vertriebspartner, die bis zu 40 Prozent Marge aus dem Lizenzverkauf zu verlieren drohen.

Gegen die Bestandskunden aus dem Mittelstand, die viel Geld für ihre Lizenzen bezahlt haben.

Gegen Großkunden, die ihre geschäftskritischen Anwendungen nicht in fremde Hände geben wollen. Und gegen die Anbieter von Soft-

ware as a Service, die der Software-Gigant vom ohnehin umkämpften Markt zu verdrängen droht.

SAPs neues Geschäftsmodell wurde von Analysten und Experten kontrovers beurteilt: SAP investiert damit zwar in ein stark wachsendes, zukunftsfähiges Marktsegment, adressiert aber eine Zielgruppe, die nicht zur Stammkundschaft des Branchenprimus gehört. Die Analysten fragen sich also:

- - Warum geht SAP in einen Markt, in dem sogar der derzeitige Marktführer salesforce mit 270 Millionen Euro nur einen Anteil von 2 Prozent des gesamten Softwaregeschäftes innehat?
- - Wie will SAP seine anderen Produkte (zum Beispiel Branchenlösungen) davor schützen, von der neuen, weit günstigeren service-orientierten on-Demand-Plattform verdrängt zu werden?
- - Warum bringt SAP das neue Modell auf den Markt, bevor ein darauf zugeschnittenes Programm für die Partner aufgesetzt ist, die jetzt verständlicherweise stark verunsichert sind?

Helmut Gümbel von Strategy Partners beurteilte die Strategie von SAP als defizitär und bezweifelte, dass das Unternehmen hier schnell Terrain gewinnen könne.

Friedbert Schuh, General Manager von Lawson Central Europe, fühlte sich von der Ankündigung des Produktes Business ByDesign eher an „Desaster by Design“ erinnert. Und Alaster Sorbie, CEO von IFS, sah sogar Zeichen für eine Identitätskrise des Unternehmens, das jetzt selbst Angebote generiere, die mit den eigenen laufenden Aktivitäten auf dem Markt konkurrierten.

Dagegen hält Axel Susen, Experte für den Handel mit stiller Software und insbesondere mit SAP-Lizenzen, ganz andere Überlegungen: „Ich glaube, dass SAP mit Business ByDesign ein gutes Produkt herausgebracht hat, das auch erfolgreich sein wird“, betont Axel Susen. „Schließlich ist SAP der Marktführer und hat die Macht und das Know-how dazu.“

Allerdings sei das Modell Software as a Service auf der Käuferseite bisher nur für kleinere Unternehmen attraktiv gewesen: „Organisationen mit mehr als 100 Mitarbeitern wollten bis heute Software kaufen und nicht mieten, weil sie sonst ihre unternehmenswichtigen Daten in fremde Hände hätten geben müssen,“ erklärt Susen. Um Datensicherheit und Verfügbarkeit zu gewährleisten, hätten die Kunden bislang auf ihren Servern und Rechnern mit ihrer eigenen ERP-Software unter eigener Kontrolle arbeiten wollen.

„Es ist aber kaum vorstellbar“, fährt Susen fort, „dass die SAP-Führung ein neues Geschäftsmodell einführt, ohne dass eine langfristige Strategie dahinter steht.“ Daher vermutet Susen, dass Business ByDesign nur der Testballon für eine neue Lizenzpolitik sein soll: „Zuerst wird das Modell getestet, und wenn es läuft, wird das bisherige Lizenzmodell komplett fallen gelassen. Dann übernimmt SAP den ganzen Markt der Miet-Software für ERP-Systeme, und es gibt auch für große Kunden keine Lizenzen mehr zu kaufen.“

Die on-Demand-Lösung Business ByDesign, die SAP im September in NewYork vorgestellt hat, würde für Kunden und Partner eine enorme Umstellung bedeuten: Die Anwender benötigten in dem Fall keinerlei Installationen oder Updates auf dem Rechner, weil der gesamte Betrieb und die Datensicherung über die Rechenzentren von SAP laufen. Für die Vertriebspartner bedeutet das eine Umstellung ihres Geschäftsmodells: weg von Hardware und Wartung, hin zu Implementierung und kundenspezifischer Anpassung.

Kurzprofil

Susensoftware handelt mit stiller Software, also mit gekauften Software-Produkten, die nicht mehr aktiv eingesetzt werden. Susensoftware aktiviert diese stillen Reserven und vermittelt den Verkauf beziehungsweise Kauf der Software. Dabei ist susensoftware insbesondere auf Produkte von Microsoft und SAP spezialisiert. Zu den Kunden des im Jahre 2000 in Aachen gegründeten Unternehmens gehören große international agierende Konzerne aus allen Branchen ebenso wie mittelständische Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern. Eingebunden in ein Netzwerk von Software-Herstellern für Lizenz-Management und -Analyse, IT-Beratern und Juristen bietet Geschäftsführer Axel Susen seinen Kunden in kaufmännischen, technischen und juristischen Fragen kompetente Hilfe an.

www.susensoftware.de

[nach oben]