

Link: <https://www.computerwoche.de/a/in-sieben-monaten-zum-roi,1889743>

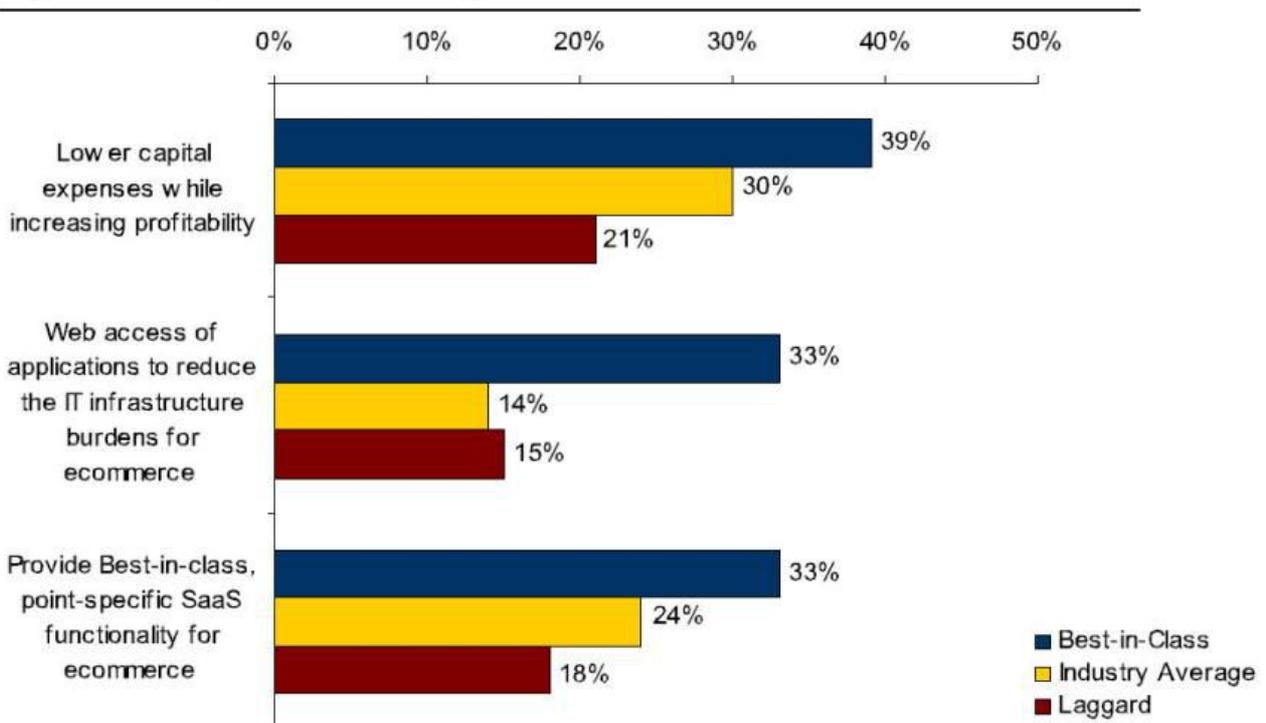
SaaS im Einzelhandel

In sieben Monaten zum ROI

Datum: 16.03.2009
Autor(en): Andreas Schaffry

Immer mehr Einzelhändler setzen SaaS-Lösungen (Software as a Service) zur Abbildung branchentypischer Prozesse ein wie eine aktuelle Studie herausfand. Dabei kann sich eine SaaS-basierte Anwendung bereits innerhalb von sieben Monaten amortisieren.

Figure 3: Top Three Strategic Actions to Best Use SaaS



Source: Aberdeen Group, December 2008

Einzelhändler wollen durch den Einsatz SaaS-basierter Lösungen in erster Linie Kosten verringern und die Profitabilität erhöhen.

Viele Unternehmen aus dem Einzelhandel setzen veraltete Legacy-Anwendungen zur Abwicklung ihrer Kerngeschäftsprozesse ein. Gleichzeitig stehen sie vor der Herausforderung, branchentypische E-Commerce-Szenarien mit speziellen Lösungen abzubilden.

Werden die Applikationen im eigenen Rechenzentrum betrieben, sind zeit- und kostenaufwändige Schnittstellenverbindungen zu den **Legacy-Systemen**¹ erforderlich. Diese funktionieren oft mehr schlecht als recht. Häufig gibt es beim Datenaustausch Probleme oder Fehler, was den Kundenservice beeinträchtigt und schlimmstenfalls zu Kundenverlusten führt. Um diese zu vermeiden, setzt bereits rund ein Drittel der Befragten **E-Commerce-Plattformen**² im **SaaS-Modell**³ ein, die unter anderem Funktionen für das Katalog-Management, Analyse, den Preisvergleich und die Suche beinhalten. Zu diesen Ergebnissen kommen die US-Marktforscher der **Aberdeen Group**⁴ in der Studie "**Retail On-Demand. Software as a Service takes off**"⁵.

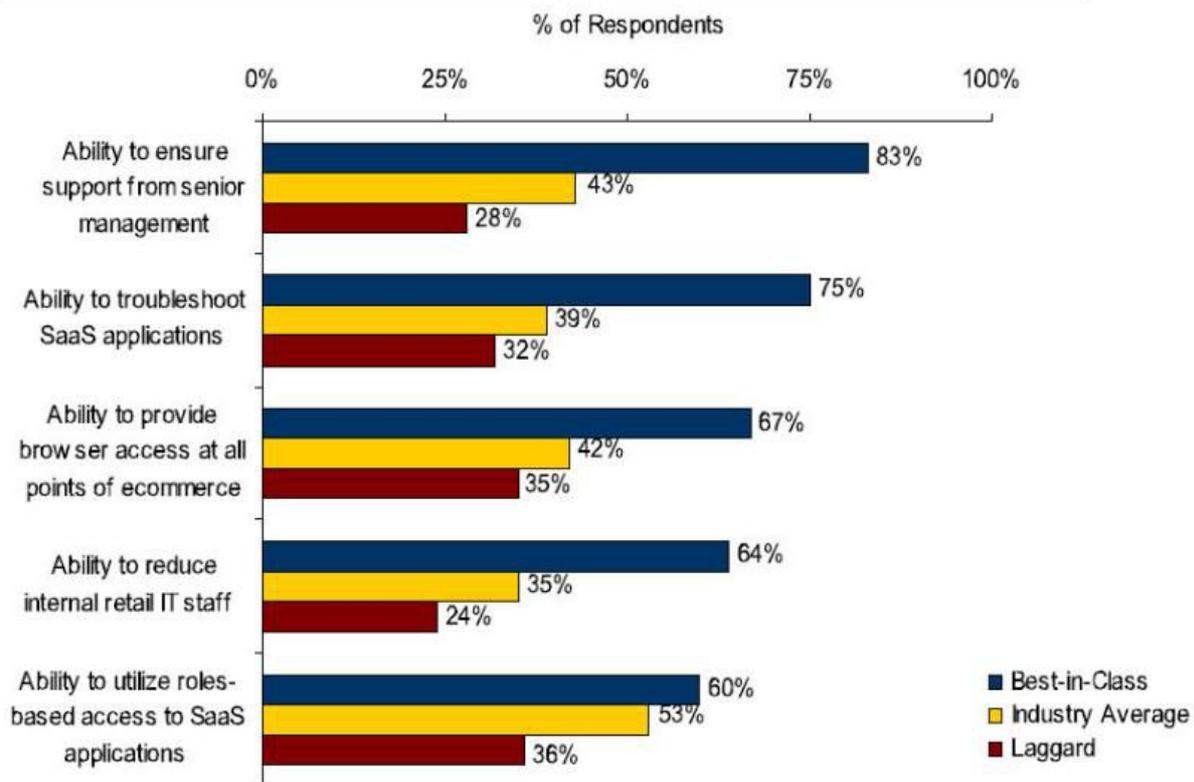
90 Prozent haben eine SaaS-Strategie

Doch allein die Implementierung einer SaaS-Lösung reicht nicht aus. Sie muss zugleich hoch performant und hochverfügbar sein sowie einen raschen **Return on Investment (RoI)**⁶ liefern. Das gelingt nicht allen in der Studie befragten Einzelhändlern gleich gut. Die Marktforscher von Aberdeen teilen die Firmen daher in Best-in-Class-Unternehmen (BiC), Durchschnittsfirmen sowie Nachzügler ein. Den Analysten zufolge erfüllen die BiC-Einzelhändler mehrere Schlüsselkriterien beim Betrieb von SaaS-Lösungen besonders gut.

Bei den Klassenbesten sind die SaaS-Applikationen auf das Jahr gesehen zu 97 Prozent verfügbar, bei den Durchschnittsfirmen sind es 93 Prozent und bei den Nachzüglern 87 Prozent. Gleichzeitig konnten BiC-Firmen ihre IT-Infrastrukturkosten im ersten Jahr nach der Implementierung einer SaaS-Lösung durchschnittlich um 17 Prozent senken. Hier verzeichneten Durchschnittsfirmen einen Kostenanstieg von zwei Prozent, die Faulpelze sogar um 25 Prozent. Bei den Klassenbesten rechneten sich die **Investitionen in eine SaaS-Anwendung**⁷ im Schnitt innerhalb von sieben Monaten. Der Durchschnitts-Einzelhändler brauchte dazu fast neuneinhalb Monate, Nachzügler mehr als elf Monate. Darüber hinaus haben 90 Prozent der befragten BiC-Unternehmen bereits eine konkrete SaaS-Strategie oder planen die Entwicklung einer solchen innerhalb der nächsten zwölf Monate.

Von den Besten lernen

Figure 4: Top Capabilities Needed to Effectively Use SaaS



Source: Aberdeen Group, December 2008

Einzelhändler, die SaaS-Lösungen erfolgreich einsetzen, haben die uneingeschränkte Unterstützung des Managements. Sie senken damit interne IT-Kosten und ermöglichen B2B-Anwendern den webbasierten Zugriff auf alle E-Commerce-Funktionalitäten.

Einzelhändlern, die die hohe SaaS-Performance der BiC-Unternehmen erreichen wollen, empfehlen die Analysten verschiedene Maßnahmen. So sollten sie ihre geschäftskritischen Applikationen, die (noch) im **On-Premise-Modell**⁸ lizenziert sind, zu einem SaaS-Hosting-Anbieter migrieren. Gleichzeitig sollten sie die SaaS-Lösungen an ihr jeweiliges Geschäftsmodell sowie die aktuellen Unternehmensziele anpassen. Um SaaS-Konzepte erfolgreich umzusetzen, benötigen Einzelhändler auch ein robustes IT-Netzwerk, das die Anforderungen SaaS-basierter Lösungen erfüllt. Außerdem muss die höhere Effektivität einer SaaS-Lösung gegenüber einer fest installierten Lösung exakt messbar sein. Nicht zuletzt ist die Unterstützung durch das Management eine weitere wesentliche Voraussetzung für den Erfolg einer SaaS-Initiative.

Für die Studie befragten die Analysten Geschäfts- und IT-Entscheider in 110 Unternehmen aus der Einzelhandelsbranche, die eine SaaS-basierte Lösung einsetzen. 13 Prozent der Befragten kamen aus Konzernen mit mehr als einer Milliarde US-Dollar Umsatz, ein Drittel aus mittelständischen Unternehmen mit einem Jahresumsatz zwischen 50 Millionen und einer Milliarde Dollar. 54 Prozent kamen aus Firmen mit weniger als 50 Millionen Dollar Umsatz.

Links im Artikel:

¹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Legacy-System>

² <https://www.cio.de/retailit/analysen/858181/>

³ <https://www.cio.de/knowledgecenter/crm/827914/>

⁴ <http://www.aberdeen.com/>

⁵ <http://www.aberdeen.com/summary/report/benchmark/5622-RA-retail-software-service.asp>

⁶ <https://www.cio.de/strategien/methoden/872560/index.html>

⁷ <https://www.cio.de/subnet/oracle/875208/>

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.