

Link: <https://www.computerwoche.de/a/saps-hybrid-vision,1902167>

Zum Wachsen verdammt

SAPs Hybrid-Vision

Datum: 21.07.2009

Autor(en):Riem Sarsam, Frank Niemann

On-Premise wächst nicht wie erwartet. On-Demand funktioniert nicht wie gewünscht. Trotz des bisherigen Debakels um Business by Design versucht SAP es jetzt mit einer Hybridlösung.



John Wookey, Executive VP of Large Enterprise On Demand, SAP: "Es wird immer selbstverständlicher, dass Unternehmen sich auch nach On-Demand-Lösungen erkundigen."

"Eigentlich ist es ganz simpel", sagt John Wookey. "**On-Demand**¹ ist die neue Welle der IT-Industrie." Nach Mainframe, Client/Server und Internet werden IT-Architekturen nun von Services in Form von Software geprägt sein. Die Strategie mag einfach klingen, ihre Umsetzung ist es keineswegs. SAP steht vor technischen wie finanziellen Herausforderungen, die sich nicht per Handstreich aus der Welt schaffen lassen.

Die Motivation der Walldorfer ist klar: Der Konzern muss wachsen. So will es das ungeschriebene Gesetz des Marktes, so wollen es die Investoren. Letztere wünschen sich für ihr angelegtes Geld eine ordentliche Rendite, diese sollte wenigstens in Richtung 30 Prozent zeigen. Nicht zuletzt hatte SAP-Chef **Léo Apotheker**² das auch versprochen. Der Konzern muss aber auch seine technologische Reputation als Marktführer verteidigen. Auch, um auf der von Wookey identifizierten neuen Welle zu reiten und nicht von ihr überrollt zu werden.

Eine Idee mit Charme

Beide Ziele - Umsatzwachstum und neue Technologie - suchte SAP bereits in seiner Mittelstandsofferte **Business by Design**³ zu vereinen. Noch hapert es an der Technik, das neue Geschäftsmodell rechnet sich nicht.

Dennoch hat die Idee Charme. Sind die Hürden aus dem Weg geräumt, kann SAP genauso profitieren wie seine Kunden und Partner. "Es könnte eine klassische Win-Win-Situation entstehen", erklärt Andreas Hufgard, Vorstand der IBIS Prof. Thome AG. Mittelständler, die die Software als Mietlösung beziehen, senken ihre Kosten. Die Einführung wird einfacher, und die Administration entfällt ebenso wie versteckte Kosten etwa zur Bereitstellung von Hardware. Gleichzeitig erhalten die Firmen mit Business by Design ein System mit einer Vielfalt an Funktionen (siehe nebenstehenden Kommentar). "Die Unternehmen könnten das eingesparte Geld in mehr Software für mehr Mitarbeiter investieren", sagt Hufgard.

SAP wiederum profitiert in diesem Szenario, da mit mehr Nutzern auch mehr Einnahmen fließen. Selbst die Partner von SAP erhielten ein Stück von diesem Kuchen. Allerdings ein anderes als früher. "Die Partner müssten sich auf mehr betriebswirtschaftliche Beratung einstellen", so Hufgard. Softwareeinführungen und technisches Consulting treten in den Hintergrund.

Mehr Durchdringung ist der Schlüssel

Im Mittelstand, aber auch in großen Unternehmen ist eine stärkere Durchdringung SAPs der Schlüssel zu mehr Wachstum. "Das ist eine valide Strategie", urteilt auch Knut Woller, Finanzanalyst bei der UniCredit. Mit seinen bisherigen Produkten stoße der Konzern an seine Grenzen. Woller begrüßt die On-Demand-Strategie à la Business by Design, sieht aber auch die Gefahr, die sich hinter dem neuen Geschäftsmodell verbirgt. "Die operativen Margen reiner On-Demand-Anbieter sind deutlich niedriger als die von SAP", sagt er. "Die Herausforderung für SAP besteht demnach darin, ein On-Demand-Modell anzubieten, das technisch so ausgereift ist, dass die Gesamtmenge nicht verwässert wird. Denn das wiederum würde der Kapitalmarkt kritisch sehen."

BBD | Auch kranke Kinder können wachsen

SAP Business by Design (BbD): Auch kranke Kinder können wachsen.

SAP Business by Design (BbD) wurde bereits als Flop bezeichnet. Doch die neue SAP-Mittelstandslösung ist besser als ihr Ruf. Sie ist eine völlig neue Software mit vielen, schon



Andreas Hufgard,
Vorstand IBIS Prof.
Thome AG

lang ersehnten Innovationen: Voll integriert fußt sie auf modernster Technik. Weitere Systeme für CRM, SRM oder SCM sind überflüssig, sie laufen als Services auf einer Plattform. BbD erlaubt einfaches Einführen und leichtes Customizing bei verringerter Komplexität. **Kurzum: Sie liefert die durchgängige Business-Konfiguration.**

Dieser Ansatz ist gut und richtig, auch wenn BbD noch wichtige Funktionen sowie die nötige Rentabilität fehlen. Sehen wir das als **Kinderkrankheiten einer Innovationen**. Deshalb kann aus dem Kind ja noch etwas Großes werden. Wir müssten hoffen und sogar darauf drängen, dass BbD weiterentwickelt wird. Die Software kann viele Probleme bisheriger Softwaregenerationen lösen. Von der Verfügbarkeit moderner betriebswirtschaftlicher Funktionen bei geringeren Kosten **profitieren vor allem kleinere und mittlere Unternehmen**.

Wenn SAP noch dazu zu seinen alten Tugenden zurückkehrte – Software für Unternehmen herzustellen, damit diese erfolgreich arbeiten können –, dann wäre allen Beteiligten gedient. Natürlich muss SAP seine operative Marge im Blick haben. Der Anbieter sollte aber auch auf die Marge der Kunden, der Anwender und der Partner schießen. Denn sie alle wollen ein modernes System, das die **betriebswirtschaftliche Durchdringung in den Unternehmen erhöht**. „Top oder Flop?“ wäre damit eindeutig zugunsten Ersterem beantwortet.

Allerdings: An einer On-Demand-Strategie kommt mittelfristig kein Player mehr vorbei. "Es wird immer selbstverständlicher, dass die Kunden sich für diese Option interessieren", sagt SAP-Mann Wookey. Bis 2012, so seine Schätzung, wird der On-Demand-Anteil rund 15 Prozent des gesamten **Softwaremarkt**⁴ ausmachen.

Nur logisch, dass SAP nun auch Konzernen eine Alternative zum klassischen Softwarekauf bietet: die **Hybridsoftware**⁵. Langfristig sollen Kunden On-Demand und On-Premise individuell kombinieren können. Unter der Leitung von Wookey entwickelte der Konzern in den vergangenen Monaten seine Hybridstrategie und präsentierte Mitte Juni das neue Konzept. Anders als bei einem reinen **SaaS**⁶-Angebot für den Mittelstand bietet SAP seinen Großkunden Services in Form von gemieteter Software, mit denen sich die (gekauften) Applikationen ergänzen lassen.

Zu den ersten Services zählen Funktionen für das E-Sourcing (Lieferantenauswahl), Customer-Relationship-Management und Expense-Management. Auch **Vertrags-Management**⁷ oder Online-Recruiting sind laut Wookey weitere Optionen.

Ob Mittelstandskunden mit SaaS oder internationale Konzerne mit Hybrid: SAP betritt in beiden Fällen Neuland. Die Erfahrungen mit Business by Design zeigen, dass die Technik nicht nur funktionieren, sondern auch rentabel arbeiten muss. Doch Stand heute muss sich auch die Nachfrage noch entwickeln. Bislang ist beispielsweise unklar, welcher Preis vom Markt akzeptiert wird, wie die Lizenzmodelle gestaltet sind oder wie der Vertrieb und die Dienstleistungen rund um die neuen Produkte auszusehen haben.

So klar es ist, dass die Software-Zukunft On-Demand heißt, so unklar bleibt, ob SAP seine Marktführerschaft in diesem Segment behauptet - also die Technik an den Bedürfnissen der Kunden ausrichtet, ohne die Marge zu verwässern. Software-Architekt Wookey tat gut daran, noch keine konkreten Zahlen zum künftigen Geschäft zu prognostizieren.

Links im Artikel:

- 1 <https://www.cio.de/schwerpunkt/o/On-Demand.html>**
 - 2 <https://www.cio.de/knowledgecenter/erp/855005/>**
 - 3 <http://www.sap.com/germany/solutions/sme/businessbydesign/index.epx>**
 - 4 <https://www.cio.de/markt/uebersichten/885730/index3.html>**
 - 5 <https://www.tecchannel.de/schwerpunkt/Hybrid-Software.html>**
 - 6 <https://www.cio.de/schwerpunkt/s/SaaS.html>**
 - 7 <https://www.cio.de/schwerpunkt/v/Vertrags-Management.html>**
-

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.