

Die Ausgangsbasis der heutigen E-Business-Software bildet das sogenannte Enterprise Resource Planning (ERP). ERP-Systeme sind schon seit Mitte der 70er Jahre im Einsatz, als diese noch auf Mainframe-Rechnern liefen.

E-Business-Software (1/2)

Strategische IT-Investments für KMU

Unternehmen haben in den vergangenen Jahrzehnten grosse Summen in komplexe Systeme investiert, von denen diese heute stark abhängig sind. Wegen dieser hohen Investitionen werden Veränderungen getreu dem Motto «Never touch a running system» nur langsam durchgeführt. Veränderungen, wie Anpassungen an die Client/Server-Technologie Anfang der 80er Jahre, substituierten die Mainframe-Lösungen nur zögerlich. So dauerte es bis Ende der 90er Jahre, bis mehr Client/Server- als Mainframe-Lösungen ausgeliefert wurden. Heute verändern vier wesentliche Trends das Enterprise Resource Planning:

- Verbesserungen bezüglich Integrationsfähigkeit und Flexibilität von Lösungen
- die Nutzung von internetbasierten Lösungen
- Erweiterungen hin zu E-Business-Anwendungen sowie
- ein besserer Zugang zu neuen Kunden

Trend zu mehr Offenheit

Integrationsfähigkeit ist sicherlich der wichtigste Faktor von ERP. Die ursprüngliche Idee war es, eine Anwendung zu designen, die eine Datenbank, einen Code Set und ein Nutzer-Interface kombiniert, um so Informationen und Geschäftsprozesse abbilden zu können. Heute bedeutet Integration auch, die Software mehrerer Anbieter nutzen zu können. Es liegt auf der Hand, dass eine derartig komplexe Anforderung nur

mit offenen und flexiblen Architekturen sowie die Forcierung von Standards erreicht werden kann. Die meisten ERP-Anbieter haben dem Rechnung getragen, indem sie ihre Architekturen in Komponenten basierte Frameworks, die auf Standards wie COM oder CORBA basieren, überführt haben. Doch auch wenn sich der Trend Richtung mehr Offenheit fortsetzt, so wird dies nicht über Nacht geschehen.

Schlüsselbereiche für E-Business-Software

Die wirksame Umsetzung von E-Business erfordert eine Netzwerk-basierte Zusammenarbeit zwischen der Organisation, ihren Kunden, Zulieferanten und den einzelnen Mitarbeitern. Diese Vernetzung ist von fundamentaler Bedeutung, da diese eine Senkung der Transaktionskosten und hierdurch deutliche Wettbewerbsvorteile ermöglicht. Während bisher ERP-Systeme nur für bestimmte Nutzergruppen wie den Finanzbereich, den Human Resources-Bereich, die Produktion oder die Logistik einen Zugang boten, so führt die Notwendigkeit des wirksamen Wissensmanagements und des Teilens von Informationen zunehmend auch zur Öffnung von E-Business-Software hin zu neuen Nutzergruppen, wie zum Beispiel:

- **Multi-Enterprise-Nutzer:** Geschäftsprozesse gehen heute weit über ein Einzelunternehmen hinaus, da Lieferketten eine Vielzahl von Unternehmen umfassen.

- **Self-Service-Nutzer:** Die Zahl der Angestellten, die heute ein ERP-System im Rahmen der Mitarbeiter-Selbstbedienung nutzen, dürfte gemäss einer Prognose von IDC von heute etwa 20 auf mehr als 75 Prozent ansteigen.
- **Mobile Nutzer:** Drahtlose Netzwerke und intelligente Handys erlauben es zunehmend, dass Unternehmensdaten von unterwegs abgerufen werden können.



Dr.-Ing. Artur P. Schmidt

Publizist und Experte im Bereich Neue Medien
Aseantic AG
Wasserstrasse 42, 2502 Biel-Bienne
Tel. 032 346 10 00
Fax 032 346 10 99
www.aseantic.com

Anbindung wird heute vorausgesetzt

Die meisten Unternehmen wollen heute keine isolierte E-Business-Software implementieren, sondern erwarten eine Anbindung neuer Applikationen in die bestehenden IT-Infrastrukturen. Zu den neuen Anwendungen, die grosse Hersteller integrieren, gehören die Sales Force Automation (Prozessautomatisierung im Verkauf), Customer Relationship Management (Lenkung und Organisation von Kundendaten, Employee Relationship Management (Verbesserung der Kooperation von Mitarbeitern), E-Procurement (Effizienzsteigerung von Einkaufsprozessen), Supply Chain Management (Optimierung der Lieferketten), Business Intelligence (Erkennen von versteckten Potenzialen im operativen Management) sowie Mobile Connectivity Management (Zugänge zu jeder Zeit, von jedem Ort aus).

Unternehmenskunden müssen abwägen, ob diese einen «Best-of-Breed»-Ansatz oder einen «Single-Vendor»-Ansatz (Kauf von einem Hersteller) fahren. Beim «Best-of-Breed»-Ansatz (Anwendungsanforderungen von verschiedenen Herstellern abgedeckt) muss sichergestellt werden, dass die gewählten Zusatzdienstleistungen dem Unternehmen einen klaren Wettbewerbsvorteil sichern. Wird hingegen ein einziger Software-Lieferant gewählt, so sollte der Anbieter möglichst viele Anwendungen bieten können. Neben den etablierten Anbietern von E-Business-Software bildet sich eine neue Generation von Unternehmen wie zum Beispiel. Portera und Salesforce.com heraus, die mit Software-as-Service-Angeboten die bisherigen Marktführer angreifen. Beide Unternehmen setzen auf Business-Applikationen, die Geschäftsprozesse wie Beschaffung, Lieferketten sowie die Kundenanbindung automatisieren.

Attraktiver KMU-Sektor

Vor allem SAP und Microsoft fokussieren sich zunehmend auf kleine und mittlere Unternehmen, um weitere Wachstumsquellen zu erschliessen. Dieses Marktsegment ist verlockend, da es das Gros der Unternehmen in der Schweiz bildet. In der Schweiz gehören mehr als 90 Prozent der Unternehmen zu KMU-Betrieben. Zwar sind bisherige Offensiven auf dieses Marktsegment vielfach geschei-

tert, auf Grund der aktuellen Marktberingung in allen Branchen könnte sich jedoch das Timing, vor dem absehbaren Ende der bisher längsten IT-Rezession, als richtig erweisen. Der KMU-Sektor steht unter Wettbewerbsgesichtspunkten vor drei wesentlichen Herausforderungen: Produktivitätssteigerung, Senkung der Transaktionskosten und Aufbau von Unternehmensportalen. Diese werden den Bedarf an betriebswirtschaftlicher Software im KMU-Sektor weiter anwachsen lassen. KMU-Firmen müssen ebenso, wie es heute schon grössere Unternehmen tun, durch den Einsatz von IT-Systemen ihre Geschäftsprozesse web-basiert und integral lenken, um dadurch Zeit- und Kosteneinsparungs-Potenziale optimal zu nutzen. Diese Anforderungen sind mit stark spezialisierten Lösungen von Nischenanbietern, die oftmals auch Anbindungsprobleme an Zusatz-Software haben, nur schwer zu erreichen.

Heinz Nixdorf hatte es einst vorgemacht, wie sich mit einem auf den Mittelstand zugeschnittenen Lösungspaket aus Mini-Rechner, einer hauseigenen Programmiersprache und Runtime-Umgebung sowie einem betriebswirtschaftlichen Programm dieser Markt erobern lässt. Bisher blieb jedoch allen Nachfolgern, mit von Ausnahme von IBMs/3x-Systemen, ein Erfolg im KMU-Bereich versagt. Der Grund hierfür ist einfach: KMU sind nicht hoch kapitalisiert und müssen daher ständig sparen. Meistens handelt es sich bei KMU um Markt-nischenanbieter, die nicht mit einem Standardprodukt erschlossen werden können. Der Druck von ERP-Anbietern, dass Kundenunternehmen ihre Abläufe an die Software anzupassen hätten, war für viele Nischenanbieter nicht akzeptabel.

KMU-Marktoffensive

Bei kleineren und mittleren Firmen gilt es, die Unheitlichkeit dieses Marktes zu beachten, der eine hohe Anforderung an die Anpassungsfähigkeit der Software erfordert. Ausserdem muss die E-Business-Software für KMU einfach handhabbar, schnell implementierbar, kostengünstig, skalierbar und investitions-sicher sein. Anbietern von Software-Lösungen für grosse Unternehmen wie SAP, Microsoft, IBM, Sage und Oracle waren die oben beschriebenen Randbedingungen lange Jahre Grund genug, dem KMU-Markt fernzubleiben. Doch neue Internet-Techniken, neue Lizenz-

modelle und flexiblere Produktversionen machen die Software heute preiswerter und schneller einsetzbar. Es kommt deshalb nicht von ungefähr, wenn IBM plant, eine halbe Milliarde US-Dollar in den KMU-Channel zu investieren, wie der «IT-Reseller» berichtete. Da selbst gut verdienende internationale Konzerne wie Nestlé ihre IT-Budgets zusammenstreichen, um die Kosten durch Outsourcing und die Zusammenlegung von Rechenzentren zu senken, drängen immer mehr E-Business-Softwareanbieter in den KMU-Markt. Im Gegensatz zu SAP und Microsoft, die beide Software-Hersteller übernahmen, setzt Oracle auf seine «E-Business-Suite», die durch die «Special Edition» an die Bedürfnisse von mittelgrossen Firmen (ab 100 Mitarbeitern) angepasst wurde.



Attraktiver KMU-Markt Schweiz

In der Schweiz dürfte sich die Zahl der potenziellen Kunden mit mindestens zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf etwa 45 000 Unternehmen belaufen. Da der Schweizer Markt stark fragmentiert ist, hat

man sich bei SAP klare strategische Ziele gesetzt, wozu der SAP-Marketing-Leiter Schweiz für KMU, Daniel Renggli, ausführt: «Wir rechnen damit, dass der Umsatzanteil aus dem Segment der kleinen und mittleren Unternehmen im Jahr 2005 oder 2006 – abhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung – rund 15 Prozent am Gesamtumsatz der SAP an Softwarelizenzen betragen wird. Das mag bescheiden tönen, heisst aber, dass wir in der Schweiz klarer Marktführer bei Neuabschlüssen sein werden.»

Eine führende Position bei Neuabschlüssen im KMU-Markt lässt sich für grosse Player in den nächsten Jahren darüber hinaus nur erreichen, wenn es diesen gelingt, KMU einen besseren Service zu bieten, als denje-

stehen die Chancen für E-Gorillas in diesem Marktsegment nicht allzu schlecht, sobald die Investitionen wieder anziehen. Kunden wollen heute zunehmend Partner, deren Überleben auch noch in einigen Jahren sichergestellt ist.

Aufbau von Business-Ökosystemen

Unterstützt wird die Expansion der grossen Player in den KMU-Markt dadurch, dass viele der kleinen, meist branchenfokussierten Entwicklungsfirmen ohne Partnerschaften nicht überleben können. Auch die Bison-Gruppe, der schweizerische Marktführer im

KMU-Bereich, will sich diesen Trend zunutze machen. So sollen sich Firmen von 10 bis 20 Mitarbeitern dem Bison-Channel-Netzwerk anschliessen können. Auch die E-Business Suite Special Edition von Oracle bietet eine Überlebenschance für spezialisierte Software-Hersteller, die ihre betriebswirtschaftliche Software auf Oracle-Plattformen entwickelt haben. Für Oracle liegt der Nutzen darin, dass es den «Direct Touch» zu Kunden um die Channel-Perspektive erweitern kann. Hierbei gilt es jedoch zu beachten, dass gerade bei der Anpassung einer grossen Software-Lösung an den KMU-Markt die Komplexität schwierig aus den bisherigen Lösungen zu eliminieren ist, was die Anpassung an den KMU-Markt deutlich erschwert. Auch scheint der Markt für E-Business-Software schneller zu konsolidieren, als von aussen sichtbar ist. Hierzu führt Roland Klauenbösch, Mitglied der Geschäftsleitung/Leiter Verkauf und Partnermanagement bei der Simultan AG, aus: «Während viele sich mit dem Verdrängungswettbewerb auseinander setzen, wird bereits der künftige Markt gestaltet und die Rollen neu verteilt. Heute werden Business-Ökosysteme benötigt, die den strategischen Veränderungen gerecht werden. Nur durch ein optimal definiertes Ökosystem ist es möglich, die grösste Hebelwirkung im Verkauf und bei Neuentwicklungen zu erzeugen.» ■

Der zweite Teil dieser Grundlagenarbeit erscheint in der nächsten Ausgabe.

