



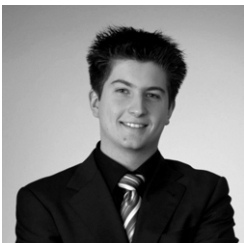
INTARGIA

SAP Business ByDesign: Erste Einschätzung der SaaS-Lösung

SAP bezeichnet die neue Lösung für den Mittelstand auf SaaS (Software as a Service)-Basis als „The most complete On-Demand Solution“ und will als erster Anbieter ein Paket „aus der Steckdose“ auf den Markt bringen, welches alle Geschäftsbereiche abdeckt. Unternehmen mit Wachstumsabsichten wird neben Einsparungen bei Lizenzierung und Betrieb ein flexibles und skalierbares Produkt geboten, das u.a. auch das Management mit Business Intelligence-Funktionen unterstützen soll. Noch ist man sich am Markt unschlüssig darüber, ob SAP ein weiterer Meilenstein in der Geschichte der Unternehmenssoftware gelingen sollte.



Christian Schauß
Partner



Daniel Krzyzak
Berater

SAP's Next Big Bet

Mit den Worten „Dies ist die wichtigste Ankündigung meiner Karriere“ eröffnete CEO Henning Kagermann die Präsentation der neuen Lösung *SAP Business ByDesign* im Nokia Theatre am New Yorker Times Square, in deren Entwicklung unter dem Codenamen „A1S“ etwa 500 Mio. EUR geflossen sein sollen. Als erster Anbieter will SAP damit eine Lösung auf *SaaS (Software as a Service)-Basis* auf den Markt bringen, die alle Geschäftsbereiche eines Unternehmens mit 100-500 Mitarbeitern und die entsprechenden Prozesse „end to end“ abdeckt. Obwohl Gartner für 2011/2012 prognostiziert, dass 33% aller Investitionen in Business-Software in SaaS-Angebote anstatt in Produktlizenzen fließen sollen, zeigte man sich im Vorfeld der SAP-Präsentation skeptisch: So wurde festgestellt, dass es bisher niemandem gelungen sei, eine solche Art von Business Technologie auf diese Weise erfolgreich verkaufen zu können. „SAP is betting the profitability of the company that it will be able to do it“ kommentiert Gartner-Analyst Dan Sholler. INTARGIA hinterfragt kritisch, ob es SAP einmal mehr gelingt, den nächsten Meilenstein im Bereich ERP-Software zu setzen.

Business ByDesign: Ein Überblick

LARGE	SAP Business Suite including SAP ERP 6.0	> 2,500 employees	~ \$30 billion market
	SAP Business All-in-One	< 2,500 employees	~ \$15 billion market
MIDSIZE	SAP Business ByDesign	100-500 employees	NEW BUSINESS ~ \$15 billion market
SMALL	SAP Business One	< 100 employees	~ \$15 billion market

Abb. 1 – Portfolio der SAP-Lösungen (Quelle: SAP)

Im Fokus von SAP liegt einmal mehr der Mittelstand, dessen Attraktivität nicht zuletzt in einem geschätzten Marktvolumen von rund 15 Mrd. \$ begründet liegt. Besonders Unternehmen mit Wachstumsabsichten sollen mit Business ByDesign eine Lösung mit hoher Skalierbarkeit erhalten, die aufgrund ihrer strikten SoA (Service-orientierte Architektur)-Ausrichtung zudem hochgradig flexibel ist und mit den Anforderungen eines Unternehmens wächst. Aufgrund des neuen Konzepts

soll die Einführung der Software deutlich einfacher und günstiger als bei den bestehenden SAP-Suiten, wenn auch nicht ohne völlig ohne Beratung, machbar sein. Von einem Produkt, das sich mit wenigen Klicks konfigurieren und direkt „aus der Steckdose“ betreiben lässt, ist SAP damit noch weit entfernt, doch gerade in Bezug auf Kosten der IT-Infrastruktur sowie Wartung des Systems bietet die Hosting-Lösung, bei der alle Anwendungen im SAP-Rechenzentrum laufen, bestechende Vorteile. So sollen die Kostenvorteile auch eines der Überzeugungsargumente für den sonst SAP gegenüber traditionell eher misstrauischen Mittelstand sein, denn mit monatlich 133 EUR pro User erscheint die Software tatsächlich sehr preisgünstig.

Umfangreiches Angebot an Funktionen



Abb. 2 – Funktionsübersicht (Quelle: SAP)

Im Gegensatz zu ähnlichen Produkten des Mitbewerbs wie z.B. Salesforce oder Netsuite bietet Business ByDesign ein umfassendes Angebot an Funktionen, welche alle Geschäftsbereiche abdeckt (s. Abb. 2). Über alle Bereiche hinweg bietet SAP eine „Eingebettete Geschäftsanalytik“, welche in erster Linie das Management dabei unterstützen soll, Unternehmensziele zu erreichen. Dies verbindet die Software mit unterschiedlichen Tools zur Kollaboration und Kommunikationsunterstützung mit dem Hintergrund, den gesamten Workflow über eine frei konfigurierbare Oberfläche zu unterstützen und ab-



zubilden. Prozesse im Unternehmen sollen damit beschleunigt und vereinfacht werden.

Implementierung

Mit genauen Informationen rund um den technischen Background sowie die Einführung des neuen Systems hält SAP sich derzeit noch bedeckt. Klar ist bereits, dass man beim Betrieb Abstand von der Konkurrenz Microsoft, IBM und Oracle gewinnen will: Business ByDesign setzt auf einer MaxDB-Datenbank auf und läuft unter Linux. Ein kluger Schachzug, kann man so doch im eigenen Hause weitere Erfahrungen mit den Systemen unter Last sammeln, die SAP-Lösungen unabhängiger aufstellen und nicht zuletzt die Kosten gering halten.

Das Hosting der Lösung wird vorerst allein in den Rechenzentren der SAP stattfinden, während langfristig eine kleinere Anzahl ausgewählter Partner in diesen Bereich einsteigen soll. Der Kunde wird vor Ort durch ein Gateway über das Internet mit der Infrastruktur im Rechenzentrum verbunden, welches neben Management und Verschlüsselung des Datentransfers auch die Integration von Legacy-Systemen ermöglichen soll. Wie und ob hier Komponenten von Netweaver zum Einsatz kommen ist indes noch offen. Es liegt damit in der Natur der Lösung, dass speziell Niederlassungen in infrastrukturell schwachen Regionen nicht über Business ByDesign angebunden werden können, da ein Internetzugang mit möglichst hoher Bandbreite und geringen Antwortzeiten die Voraussetzung für effizientes Arbeiten darstellt.

Vertrieb

Setzte SAP im Vertrieb bisher immer auf Partner, deren Motivation in erster Linie durch die Dienstleistung bei der Implementierung bedingt war, ist bei Business ByDesign ein neuer Ansatz notwendig. SAP muss einen neuen Channel aufbauen, dessen Fokus stärker auf dem Vertrieb von Software-Lösungen als auf deren Implementierung liegt, was mit unterschiedlichen Problemstellungen behaftet ist: Einerseits muss SAP bei Rückgriff auf bereits bestehende Beziehungen mit Zielkonflikten bei den Partnern rechnen, die weiterhin den Verkauf von Implementierungsdienstleistungen vorziehen, andererseits ist durch die unklare Marktabgren-

zung zu den übrigen SAP-Lösungen in beiden Richtungen kein Umfeld für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit geschaffen. Das könnten die Hauptgründe dafür sein, dass SAP den Vertrieb vorerst selbst über eigene Mitarbeiter realisieren möchte, um sich mit der Ausarbeitung eines Partnerkonzepts ausreichend Zeit zu lassen. Auch die Frage, ob es mit dem aktuell stark auf den Mittelstand gerichteten Marketing gelingt, die Skepsis einem gewissen Vertrauen gegenüber dem Branchenriesen SAP weichen zu lassen, bleibt offen, ebenso wie der finale Termin zur Markteinführung. Momentan ist das System bei ausgewählten Pilotanwendern, darunter die Stemme AG (Luft- und Raumfahrt) und die WIMA GmbH (Fertigung), im Produktivbetrieb und wird getestet. Im Jahr 2008 soll das Paket einer größeren Kundengruppe zugänglich gemacht werden.

Analystenmeinungen

Die Wahrnehmung von Business ByDesign durch unabhängige Analysten erscheint weitgehend positiv. So lobt *Joshua Greenbaum*, Principal von *Enterprise Application Consulting*, dass der Fokus des Systems nicht nur auf geringeren Kosten, sondern echtem Wettbewerbsvorteil liegt, die Anpassung von Geschäftsprozessen im Vergleich zu R/3 stark vereinfacht wird und durch SOA ein Maximum an Flexibilität erreicht wird. Greenbaum stellt in erster Linie Marketing und Vertrieb als problematische Bereiche heraus, freut sich aber darüber, dass der zunehmende Konkurrenzkampf durch SAP im SaaS-Bereich den Markt langfristig beleben und Neuerungen antreiben wird. Es liegt nun bei den Mitbewerbern, ein ebenso starkes Produkt auf den Markt zu bringen.

Ähnlich positiv äußert sich *Andreas Zilch*, Lead Advisor der *Experton Group*: „Das herausragende Merkmal von SAPs Mietsoftware ist [...] die enge Verknüpfung der einzelnen Bestandteile [...]“. Überdies stellt Zilch fest, dass der Markt reif geworden ist für Mietmodelle und verweist auf die Erfolge von Anbietern wie Salesforce, die als Wegbereiter für SAP bereits gute Arbeit geleistet haben.

Auch *Warren Wilson* von *Ovum* begrüßt die strikte Serviceorientierung, den breiten Funktionsumfang und die intuitive Bedienbarkeit



der Lösung, die sich im Vergleich zu den traditionellen SAP-Produkten deutlich preisgünstiger darstellt.

Den relativ geringen Mietpreis stellt auch *Christian Glas*, Senior Consultant bei *PAC*, heraus und prophezeit eine Revolution des ERP-Marktes durch Business ByDesign. Probleme vermutet er bei den Anforderungen der deutschen Kunden, die meist eine Software suchen, die „ihren Anforderungen hundertprozentig entspricht“. Dies ist bei einer On Demand-Lösung aufgrund der begrenzten Anpassungsfähigkeit und hoher Standardisierung allerdings generell schwieriger umzusetzen. „Es fehlt nicht nur die Erfahrung im Mittelstandsvertrieb, es mangelt auch der berühmten Augenhöhe mit den mittelständischen Kunden“ konstatiert Glas.

Deutliche Skepsis prägt auch die Einschätzung von *Ray Wang*, Senior Analyst bei *Forrester*, der verschiedene Schlüsselfunktionen, wie z.B. die einfache Integration in Microsoft Office, schnelle Portalkonstruktion und direkten Zugriff auf Reports vermisst. Im Gegensatz zu Glas glaubt er nicht an die Möglichkeit einer langfristigen Reduzierung der Kosten für das System und sagt Business ByDesign einen moderaten, jedoch keinesfalls durchschlagenden Erfolg nach Einführung voraus. Wang verweist in diesem Zusammenhang auf die Tools anderer Anbieter wie z.B. NetSuite, die bereits am Markt platziert sind, und die Teilnehmer, die den Markt ebenfalls in Kürze betreten wollen, darunter *Microsoft*.

Mitbewerber

Erwartungsgemäß negativ äußert sich SAPs Mitbewerber: Während *Microsoft* den deutschen Mittelstand als Markt generell sehr zurückhaltend betrachtet und als zu konservativ für On Demand-Lösungen einschätzt, findet *Friedbert Schuh*, General Manager Central Europe von *Lawson ERP*, deutlichere Worte: „SAPs Business ByDesign erinnert mich eher an Disaster ByDesign“. Schuh verweist auf drohende Partnerkonflikte, fehlenden Verfügbarkeitsaussagen und bezeichnet das neue Angebot als „Mogelpackung, bei der auf fünf Jahre gesehen schnell mehr als 200.000 EUR zusammenkommen“. Ähnliche Ansichten vertritt *Alastair Sorbie*, CEO

von IFS, der SAP eine Identitätskrise bestätigt und auf die starke Konkurrenz der SAP-Produkte untereinander hinweist.

Fazit

Es bleibt abzuwarten, ob SAP mit Business ByDesign einen neuen Megatrend im ERP-Markt setzt und sich nachhaltig das lukrative Mittelstandssegment erschließt. Noch stehen zu viele offene Fragen im Raum. Neben der Klärung der Vertriebskanäle und unklarer Kosten ist insbesondere die Akzeptanz des Mittelstandes für das Produkt aber auch gegenüber der SAP erfolgskritisch. Die Abdeckung der funktionalen Anforderungen des deutschen Mittelstandes durch die On Demand-Lösung ist hier nur ein Aspekt. Ein anderer ist das Verständnis für den Kunden 'Deutscher Mittelstand'. Hier steht SAP historisch begründet noch am Anfang der Lernkurve. ■

Kontakt

Christian Schauß, Partner

INTARGIA Managementberatung GmbH
Max-Planck-Strasse 20
63303 Dreieich

Tel.: +49 (0) 6103 / 5086-0
Fax: +49 (0) 6103 / 5086-45

E-Mail: christian.schauss@intargia.com
Website: <http://www.intargia.com>

