

Trends im ERP Markt

Neben der Wirtschaftskrise sind es vor allem technologische Entwicklungen, die den ERP-Markt derzeit prägen. Alten Wein in neuen Schläuchen von echten Innovationen zu unterscheiden ist allerdings nicht ganz einfach. Mit welchen Trends Sie sich ernsthaft beschäftigen sollten, zeigt unser Themenschwerpunkt.

Björn Lorenz

Die Wirtschaftskrise ist auch am Markt für Unternehmens-Software nicht spurlos vorübergegangen. So waren die Anbieter von Enterprise-Resource-Planning-Systemen (ERP) 2009 mit deutlich sinkenden IT-Budgets bei den Anwender-Unternehmen konfrontiert. „Wie alle IT-Bereiche hat auch die ERP-Szene gelitten. Wachstum ist derzeit nur im Mittelstand möglich. Und nur dort, wo es mit der Finanzierung kein Problem gibt“, weiß Frank Niemann, Direktor des Marktforschungsinstituts PAC.

Die Wucht der Wirtschaftskrise traf die Software-Anbieter unterschiedlich stark – je nach Branchenschwerpunkt und Zielgruppe. Generell hielt sich der Katzenjammer allerdings in Grenzen. „Viele Unternehmen stellen ihre Investitionen zurück – das gilt besonders für den Maschinenbau und die Automotive-Branche. Wir haben unsere Ressourcen adäquat angepasst“, kommentiert Tanja Ricken, zuständig für das Marketing bei der e.bootis ag, nüchtern.

Andere Anbieter haben aufgrund ihrer Marktpositionierung mehr Glück. „Unser Umsatz entfällt zum großen Teil auf kleine und mittelständische Unternehmen. Auf unser Geschäft hat die Wirtschaftskrise deshalb durchaus positive Auswirkungen“, freut sich Barbara Furthmüller, Geschäftsführerin der Jeeves Deutschland GmbH. ALPHA Business Solutions, ABAS und DELTA BARTH meldeten Ende 2009 ebenfalls Umsatzzuwächse. Erstaunlich ist das nicht, denn die IT-Probleme des Mittelstands sind während der Krise nicht verschwunden.

„Die meisten der eingesetzten ERP-Systeme stammen aus den 90er-Jahren, also aus einer Zeit vor dem Internet“, betont Ralf Gärtner, Vorstand Marketing und Produkte der SoftM AG. Zwar habe man diese nachträglich auf Web-Anforderungen getrimmt, doch das reiche eben auf Dauer nicht aus. Sich darauf zu verlassen, dass die Kunden früher oder später wieder anrufen, ist dennoch für die meisten Anbieter zu riskant. Sie haben sich stattdessen mit der Wirtschaftskrise engagiert und reagieren mit neuen Ideen auf veränderte Kundenbedürfnisse.

Trend 1: Attraktive Krisenangebote

Es ist wesentlich einfacher, Bestandskunden neue Produkte zu verkaufen, als neue Kunden zu gewinnen. Weil Lizenzen derzeit wie Blei in den Regalen liegen, erinnern sich viele ERP-Hersteller an diese alte Binsenweisheit. Sie legen Wartungsprogramme auf oder setzen auf Ergänzungsprojekte. „In Deutschland ist das Geschäft mit Service und Support positiv. Immer mehr Kunden erkennen den Mehrwert der Dienstleistungen“, unterstreicht Peter Dewald, Geschäftsführer der Sage Software GmbH. So konnte Sage auch 2009 ein leichtes Wachstum verzeichnen. Eine Strategie, die natürlich eine entsprechende Installationsbasis voraussetzt.

Vielversprechend ist derzeit auch das Thema „Business Analytics“. Schließlich ist es gerade in Krisenzeiten gut zu wissen, womit Geld verdient wird. „Die wirtschaftliche Lage eröffnet

uns die Chance, Kunden von nachhaltigen Lösungen für die Kostenoptimierung zu überzeugen“, erklärt Wolfgang Kobek, Vice President Central Europe bei Infor. Ein gutes Beispiel sei die Initiative *Infor Flex*, die Bestandskunden mit günstigen Finanzierungsangeboten lockt. Auf den Zug sind inzwischen auch andere ERP-Hersteller aufgesprungen.

„In wirtschaftlich schwierigen Zeiten überdenken Unternehmen ihre Geschäftsprozesse und versuchen, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Hierzu liefern wir die passenden Werkzeuge“, unterstreicht Annett Barth, Mitglied der Geschäftsleitung der DELTA BARTH Systemhaus GmbH. Momentan gleicht der ERP-Markt einem Käufermarkt. Unternehmen haben gute Chancen, ihre IT-Landschaft vergleichsweise günstig zu modernisieren. Anders als zu Zeiten des Booms lassen sich Erweiterungsprojekte dabei zeitnah durchführen, ohne allzu lange auf einen Termin warten zu müssen. Zudem sind Optimierungsprojekte besser zu stemmen, wenn die Mitarbeiter nicht voll ausgelastet sind.

Auch Marktführer SAP hat auf die Krise reagiert: „Aufgrund des schwierigen und instabilen Marktumfelds haben wir ein konzernweites Programm zur Kostensenkung aufgelegt. Für unsere Kunden haben wir im Rahmen der ‚Best Run Now‘-Initiative schnell zu implementierende Lösungspakete geschnürt, die speziell auf die in der Krise auftretenden Probleme unserer Kunden abgestimmt sind, beispielsweise im Bereich Liquiditätsmanagement“, erklärt Sönke Moosmann, Manager Global Media Relations bei der SAP AG.

Trend 2: ERP für den Mittelstand

Im oberen Segment des ERP-Marktes sind die Karten mittlerweile verteilt. Marktanteile sind nur über Verdrängung zu gewinnen. Anders ist die Situation bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Hier arbeiten noch viele Firmen ohne integrierte Business-Software. Versuche von SAP, Microsoft und Co., das brachliegende Potenzial „anzuzapfen“, gab es immer wieder. Doch der Erfolg hielt sich bislang in Grenzen. Bis heute ist der Markt stark fragmentiert, wobei „Local Heroes“ wie das Freiburger Software-Haus Lexware ein wichtiges Wort mitzureden haben.

Dabei unterscheiden sich die Anforderungen der kleinen kaum von denen größerer Unternehmen. „Qualitativ sind die Anforderungen ähnlich hoch. Kleine Betriebe sind oft in komplexe Lieferketten eingebunden und fertigen anspruchsvolle Produkte“, stellt Annett Barth klar. Ähnlich bewertet Barbara Furthmüller den Markt: „Kleine Standardpakete reichen oft nicht aus, da Funktionen fehlen und die Systeme zu unflexibel sind.“

Und dennoch: Das herkömmliche ERP funktioniert nicht bei KMU. Trotz ähnlicher Anforderungen sind die Prozesse kleiner Betriebe nicht annähernd so komplex wie die eines Großkonzerns. Es gibt weniger Hierarchien und angesichts enger persönlicher Zusammenarbeit auch weniger IT-basierende Vorgänge.



➤ **Hybridlösungen bauen Anwendern eine Brücke in die Online-Welt.“**

Simone Steffke n Produktmanagerin Warenwirtschaft bei der Haufe-Lexware GmbH & Co. KG



➤ **Die wirtschaftliche Lage eröffnet uns die Chance, Kunden von nachhaltigen Lösungen für die Kostenoptimierung zu überzeugen.“**

Wolfgang Kobek n Vice President Central Europe bei der Infor Global Solutions GmbH



➤ **In Deutschland ist das Geschäft mit Service und Support positiv. Immer mehr Kunden erkennen den Mehrwert der Dienstleistungen.“**

Peter Dewald n Geschäftsführer der Sage Software GmbH



➤ **Künftig wird es nur noch eine begrenzte Zahl von ERP-Marken geben, die um immer mehr Speziallösungen ergänzt werden.“**

Ralf Gärtner n Vorstand Marketing und Produkte der SoftM AG



➤ **Die wachsenden Datenmengen und die daraus resultierende Komplexität drohen die Unternehmen zu überfordern.“**

Jörg Eyring n Vorstand der TOPIX AG

„Kleinunternehmen benötigen schlanke, auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Lösungen“, ist sich Corinna Müller, verantwortlich für PR und Marketing bei der SoftENGINE GmbH, sicher. Das Software-Haus stattet Kleinbetriebe mit Einstiegs Paketen aus, die später als Sprungbrett zu den Mittelstandslösungen dienen.

Aus Sicht von Simone Steffke, Produktmanagerin Warenwirtschaft bei der Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, sind viele ERP-Pakete für Kleinbetriebe schlicht zu teuer. „Die Unternehmen erwarten eine einfache Bedienung und hohe Qualität – und das zu einem exzellenten Preis-Leistungs-Verhältnis.“

Eine Forderung, die sich mit den traditionellen Geschäftsmodellen nur schwer vereinbaren lässt. Experten erwarten, dass erst mit zunehmender Akzeptanz des Cloud Computing Bewegung ins untere Marktsegment kommt. Mit seiner Miet-Software *Business ByDesign* leistet SAP bereits seit Jahren Pionierarbeit – bislang ohne durchschlagenden Erfolg. Doch das soll sich mit der neuen Version, die Mitte 2010 auf den Markt kommt, ändern. Schließlich ist die On-Demand-Lösung laut SAP schnell einsatzbereit, einfach zu bedienen und verursacht geringe Gesamtbetriebskosten. Was noch fehlt, ist eine größere Zahl von Referenzen.

Auch Microsoft geht diesen Weg und schließt spezielle Lösungen aus der Cloud für KMU nicht aus. „Professionelle ERP-Systeme zu günstigen Konditionen, ohne spezielle Hardware und ohne eigene IT-Abteilung – das ist für Kleinbetriebe natürlich attraktiv“, glaubt Marco Gerlach, Entwicklungsleiter der myfactory International GmbH.

Trend 3: ERP aus der Wolke

Bis es so weit ist, dürfte allerdings noch einiges Wasser Rhein, Elbe und Isar herunterfließen. Laut der Studie „ERP as a Service“ des Marktanalysten Trovarit haben zwei Drittel der befragten Unternehmen gar keine Vorstellung vom Cloud Computing. Der Begriff wird in einem Atemzug mit Hosting, Outsourcing, On Demand und Software as a Service (SaaS) genannt – obwohl sich die Konzepte mitunter deutlich unterscheiden. Mit anderen Worten: Für den überwiegenden Teil der Unternehmen ist die Cloud im Moment kein Thema. Das sieht auch Uwe Kutschenreiter, Vorstand Vertrieb und Marketing bei der oxaion ag, so: „Die Angebote sind längst da, werden aber kaum nachgefragt. Der Bedarf an SaaS ist sehr gering.“

Ein Problem ist die konservative Haltung vieler Unternehmen. Sie können sich nur schwer damit anfreunden, sensible Daten auf entfernten Servern zu speichern – selbst wenn deren Sicherheitsniveau über dem des eigenen Rechenzentrums liegt. Christoph Harzer, Marketingmanager bei der ABAS Software AG, sieht die IT-Industrie in der Pflicht: „Das Vertrauen in Cloud-Lösungen muss weiter ausgebaut werden. Hierzu sind Einstiegshürden, wie etwa Mindestnutzerzahlen oder Preise, zu senken.“

Christian Wiese, Produkt Marketing Manager bei der Bison Schweiz AG, erinnert daran, dass in der Cloud die gleichen Spielregeln gelten wie für traditionelle Client-/Server-Anwendungen: „Auch SaaS-Anwendungen sollten Eigenschaften wie Benutzerfreundlichkeit, Prozess-Orientierung, Flexibilität und Integrationsfähigkeit mitbringen, anderenfalls funktioniert das Geschäftsmodell nicht.“

Das derzeit praktikabelste Cloud-Szenario ist das Hybridmodell. Dabei werden vor Ort installierte Systeme um zu-

sätzliche Komponenten aus der Cloud ergänzt. Vieles spricht dafür, dass nicht unbedingt die geschäftskritischen Bereiche als erste aus der Cloud bedient werden. Auf diese Weise sammeln Unternehmen Erfahrungen mit der Technologie, ohne das volle Risiko zu tragen.

Das Software-Haus Lexware unterstützt den Trend und ergänzt seine kaufmännischen Pakete punktuell um E-Services. „Hybridlösungen bauen Anwendern eine Brücke in die Online-Welt. Zum Angebot gehören beispielsweise signierte, elektronische Rechnungen, Adressprüfungen oder Fachinformationen“, erläutert Simone Steffke.

Ähnliche Gedanken verfolgt Oswald Gomolka, Geschäftsführer der Wilken GmbH: „Die Unternehmen lagern schrittweise alle Prozesse aus, die keinen Wettbewerbsvorteil bieten. Hierzu gehört etwa die Abrechnung. Mitunter gehen die Überlegungen dabei sogar über den SaaS-Ansatz hinaus.“

Für die Strategie spricht zudem die vergleichsweise geringe Integrationsfähigkeit von SaaS-Lösungen. „Wenn es darum geht, CRM, ERP oder Business Intelligence miteinander zu verknüpfen, ist der Spielraum bei On-Premise-Strukturen sehr viel größer“, erklärt Sage-Chef Peter Dewald.

Auch wenn die Nachfrage derzeit noch verhalten ist, hat die ERP-Branche beim Thema „Cloud Computing“ ein gutes Gefühl. „Mieten statt kaufen – dadurch entfallen teure Investitionen in die IT-Infrastruktur und die Software ist immer auf dem neuesten Stand. Die Technologie wird sich durchsetzen, sobald die Unternehmen verstanden haben, was Cloud Computing ist“, ist sich Dietmar Tybussek, Ge-

Das Vertrauen in Cloud-Lösungen muss weiter ausgebaut werden. Hierzu sind Einstiegshürden wie etwa Mindestnutzernzahlen oder Preise zu senken.“

Christoph Harzer Marketingmanager bei der ABAS Software AG






Auch SaaS-Anwendungen sollten Eigenschaften wie Benutzerfreundlichkeit, Prozess-Orientierung, Flexibilität und Integrationsfähigkeit mitbringen.“

Christian Wiese Produkt Marketing Manager bei der Bison Schweiz AG



Sicher durch das Vereinsjahr 2010

»redmark der verein online« bietet Ihnen alle rechtssicheren Informationen für Ihre erfolgreiche Vereinsführung.

-  **Komplettes Wissen für Ihre Vereinsarbeit**
Durch leicht verständliche Beiträge sind Sie bestens informiert in allen wichtigen Vereinsfragen. So entscheiden Sie jederzeit rechtssicher.
-  **Für jede Vereinsaufgabe die passende Lösung**
Sie nutzen professionelle Arbeitshilfen wie Satzungsmuster, Spenden- und Formularmanager, Checklisten, Formulare und Rechner. Das bringt enorme Zeitersparnis für Sie und Ihre Vereinsgeschäftsführung.
-  **Service für Sie ohne Extrakosten**
Mit »redmark der verein online« steht Ihnen ein exklusives Service-Programm zur Verfügung, wie z. B. Online-Schulungen, Redaktions-Hotline und Rechtsservice. Dazu monatlich: Der Vereins-Newletter »redmark der verein aktuell« mit topaktuellen Informationen rund ums Vereinsgeschehen.

Jetzt 4 Wochen kostenlos testen unter:
www.redmark.de/shop/verein



Mit allen Neuregelungen zu Ehrenamt und Haftung!

redmark  verein

Die Nummer 1 für erfolgreiche Vereinsführung und Vereinsverwaltung



Branchenlösungen gewinnen im ERP-Umfeld zunehmend an Bedeutung. [Foto: DELTA BARTH Systemhaus GmbH]

schäftsführer der INTRAPREND Gesellschaft für Intranet Anwendungsentwicklung mbH, sicher.

Trend 4: Service-orientierte Architekturen (SOA)

Das Hybridmodell setzt voraus, dass die vorhandene Unternehmens-Software flexibel genug ist, um externe Dienste in die Prozesse zu integrieren. Das verschafft einem Evergreen neue Ehren: den Service-orientierten Architekturen (SOA). Derartige Lösungen stellen die Geschäftsprozesse über die dahinter liegende Technologie. Abläufe können innerhalb einer ERP-Lösung laufen, müssen es aber nicht. Häufig stellen Web Services die Verbindung zwischen den zusammenwachsenden Applikationen her.

„Einzelne Services werden zu Geschäftsprozessketten zusammengefügt. SOA erhöht die Flexibilität der Geschäftsprozesse eines Unternehmens und ermöglicht, Applikationen und Prozesse von Partnern mit einzubinden“, meint Sönke Moosmann von SAP. Die Technologie spielt daher vor allem in vertikalen Lieferketten und heterogenen IT-Landschaften eine Rolle.

„Service-orientierte Architekturen führen zu deutlich flexibleren Systemen“, bestätigt Marketingmanager Christoph Harzer. ABAS setzt dabei auf ein bidirektionales Verfahren. Auf der einen Seite lassen sich Web Services beliebig in die ERP-Software einbinden, andererseits können Prozesse und Funktionen aus der ERP-Anwendung anderen Systemen zur Verfügung gestellt werden.

„SOA erlaubt die einfache Verlinkung unterschiedlicher Funktionsbereiche. Das sorgt für eine schnellere Implementierung und kostengünstige, standardisierte Prozesse. Ein gutes Beispiel ist die Einbindung von CAD-Systemen für die Stücklisten-

Erstellung“, unterstreicht Henrik Hausen, Vorstand Vertrieb & Marketing bei der ALPHA Business Solutions AG.

Wilken-Chef Gomolka richtet den Blick hingegen über den Tellerrand hinaus: „Global vernetzte Unternehmen arbeiten immer mit unterschiedlichen Systemen. Entscheidend ist, dass die Anwendungen miteinander kommunizieren.“ SOA-Umgebungen könnten eines schönen Tages das klassische Software-Paket ablösen. An die Stelle des Programmfensters rückt dann der Webbrowser. „Die Anwender werden künftig kaum noch wissen, welchen Dienst sie einsetzen“, blickt Thomas Feike, Vorstand der VLEXsolutions AG, voraus.

Doch abseits der Euphorie gibt es auch nachdenkliche Stimmen. Eine davon gehört oxaion-Vorstand Uwe Kutschenreiter. Er verweist auf die großen strukturellen Unterschiede der ERP-Anwendungen: „Bis die Branche in der Lage ist, Unternehmens-Software mit anderen Lösungen ohne Programmieraufwand zu kombinieren, ist es noch ein langer Weg.“

Trend 5: Business Intelligence

Wenn es um ergänzende Funktionen geht, steht Business Intelligence ganz oben auf der Wunschliste. Für den Durst nach aussagekräftigen Geschäftszahlen gibt es gute Gründe: Zum einen erwarten Investoren, Kreditgeber und Geschäftspartner mehr Transparenz, zum anderen sind Kennzahlen bei der Unternehmenssteuerung längst anerkannt. Hinzu kommt die Tatsache, dass sich Unternehmen in konjunkturschwachen Phasen besonders intensiv mit Kostentreibern und ungenutzten Wachstumspotenzialen auseinandersetzen.

Ein weiteres Problem ist das rasant wachsende Datenvolumen. Unzählige Quellen und unstrukturierte Informationen

erschweren den Durchblick. Nicht selten sind gleich mehrere Mitarbeiter damit beschäftigt, relevante Daten zusammenzutragen. „Die wachsenden Datenmengen und die daraus resultierende Komplexität drohen die Unternehmen zu überfordern. Dabei sind wegen des wachsenden Wettbewerbsdrucks zeitnahe Management-Entscheidungen erforderlich. Ohne Software-Unterstützung ist das kaum zu leisten“, unterstreicht Jörg Eyring, Vorstand der TOPIX AG. Inzwischen sind die meisten ERP-Systeme mit grafisch orientierten Management-Informationssystemen wie Business Cockpits oder Dashboards ausgestattet.

„Wir sehen momentan bei Kunden großes Interesse bezüglich ‚Embedded Analytics‘, also der Integration von Business-Intelligence-Anwendungen im ERP-System“, erläutert Sönke Moosmann. SAP setzt dabei auf die In-Memory-Datenbank-Technologie. Dabei werden Informationen aus Datenbanken nicht mehr von der Festplatte gelesen, sondern in einem riesigen Arbeitsspeicher vorgehalten. Somit seien in jedem Unternehmen Antwortzeiten von unter einer Sekunde realisierbar – egal, um welche Art von Abfrage es sich handelt. SAP nutzt diese Technologie bei dem Web-basierenden Analysewerkzeug *BusinessObjects Explorer*.

Auch die Analysewerkzeuge von Infor und DELTA BARTH basieren auf Web-Technologie. Doch häufig endet der Horizont an der Software-Grenze. Externe Datenquellen lassen sich nur über teure Anbindungen, aufwendige manuelle Zwischenschritte oder gar nicht anzapfen. Web Services könnten künftig helfen, ERP-Lösungen mit übergreifenden Analysefunktionen auszustatten.

Und warum sollte der Service dann nicht aus der Cloud kommen? „Betriebskosten zu senken, ist derzeit in allen Branchen ein wichtiger Punkt. ERP-Anbieter können deshalb auf Ergänzungskäufe zu bestehenden Lösungen hoffen. Dabei wird auch SaaS eine Rolle spielen“, ist sich Marktanalyst Frank Niemann sicher.

Allerdings steht und fällt der Informationswert von Business Intelligence mit der Datenqualität. Genau an diesem Punkt sollten Unternehmen erst einmal ihre Hausaufgaben machen, findet Henrik Hausen von ALPHA Business Solutions: „In vielen Betrieben fehlt die notwendige Datenbasis, vor allem was die Abbildung lückenloser Werteflüsse betrifft. Eine Business-Intelligence-Software lässt sich dann nicht sinnvoll einsetzen.“

Ins gleiche Horn stößt Wolfgang Reichenbach, Vorstand der Step Ahead AG, der sich gegen dicke Kennzahlenkataloge ausspricht: „Nicht das Leistungsvermögen der Software steht im Mittelpunkt, sondern der tatsächliche Informationsbedarf. Analysen sind nur dann sinnvoll, wenn sie klare Handlungsoptionen liefern und dem Management tatsächlich weiterhelfen.“ Also Klasse statt Masse, die möglichst auch mobil verfügbar sein sollte.

Trend 6: E-Commerce

Ein Bereich, der seit vielen Jahren still und heimlich von den Segnungen der Prozess-Integration und ein-

Seit 10 Jahren mehr Erfolg durch Praxislösungen!



**München, Germany
28. – 29.4.2010**

**e_procure 2010
& supply**

**Fachmesse und Kongress für Einkauf,
Lieferanten-Management und Logistik**

Unsere Highlights im Jubiläumsjahr:

**10^e
Jahre**

- Key Mayer mit Lösungen für Beschaffung und Einkaufsnahe Logistik
- BVL-Fachkonferenz: Aktuelle Trends in Einkauf und Logistik
- Workshops: Zukunftswerkstatt „Öffentlicher Einkauf“ und „Krankenhaus-Beschaffung“
- Treffpunkt Mittelstand mit Praxisprojekten und Guided Tours
- ExperienceSummit: Interaktives Forum für Lösungen aus der Praxis für die Praxis
- Consulting Area

**Publizist Partner und
Medienverantwortlicher**
Publika-Verlag Logistik
(BVL) e. V.

Medienrechtliche Partner
Kommunikation
BY Media Group

Veranstalter Partner
Messe-Service GmbH
Innovationsmanagement-Systeme
Tel. +49 89 23 11 00 00-00 00

BVL
Beschaffung
Logistik

MÜNCHEN 2010

heitlicher Standards profitiert, ist E-Commerce. Während der traditionelle Handel nur kümmerliche Zuwächse oder gar Minusrunden liefert, produziert der Internet-Handel nach einer Studie des Marktforschungsinstituts TNS Infratest trotz Wirtschaftskrise zweistellige Wachstumszahlen.

In vielen Branchen führt das zu einer Sogwirkung: Unternehmen, die dem Web-Geschäft bislang keine allzu große Bedeutung einräumten, eröffnen ebenfalls Webshops und erscheinen auf virtuellen Marktplätzen. Bei SoftENGINE vergoldete der Online-Handel das Krisenjahr 2009. „Die meisten Unternehmen vertreiben ihre Produkte über die unterschiedlichsten Plattformen. Deshalb liegen ERP-Lösungen, mit denen sich die verschiedenen Kanäle bündeln lassen, voll im Trend“, erklärt Corinna Müller.

Das kann auch die e.bootis ag bestätigen: „Aufgrund der zunehmenden Globalisierung des Handels steigt die Bedeutung elektronischer Marktplätze und Portale. Mit unserer Software sind Anwender in der Lage, einzelne Produkte oder komplette Kataloge auf verschiedenen Plattformen zu vermarkten“, erklärt Tanja Ricken.

Trend 7: Internationalität

In Konzernen ist der Einsatz international ausgerichteter Unternehmenslösungen längst selbstverständlich. Doch inzwischen wagen nicht nur Großunternehmen den Schritt jenseits der Grenze. „Die Internationalität gewinnt im unteren Mittelstand zunehmend an Bedeutung“, unterstreicht Peter Dewald von Sage Software.

Aus Kostengründen verfolgten viele Mittelständler bislang einen pragmatischen Ansatz: Statt ein mächtiges internationales ERP-System einzuführen, arbeiteten sie lieber mit kleineren lokalen Anwendungen und nahmen dabei Systembrüche – etwa bei der Collaboration oder beim Reporting – in Kauf.

Doch ohne Integration stößt man bei der Standort übergreifenden Prozess-Optimierung irgendwann an Grenzen. „Für den reibungslosen Ablauf globaler Geschäftsprozesse kommt man an international ausgerichteten, integrierten Systemen kaum vorbei“, stellt Lars Frutig, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb beim ERP-Anbieter Ramco Systems Ltd., klar. Mit der Mehrsprachigkeit allein ist es dabei nicht getan. Ebenso sind länderspezifische Besonderheiten, etwa mit Blick auf die steuer- oder wirtschaftsrechtlichen Rahmenbedingungen, zu berücksichtigen.

Hinzu kommt, dass international tätige Unternehmen erhöhte Anforderungen an das betriebliche Rechnungswesen stellen. Neben den lokalen Jahresabschlüssen sind interna-

tionale Standards wie die International Financial Reporting Standards (IFRS) oder die United States Generally Accepted Accounting Principles (US-GAAP) gefragt.

Dabei sind Anbieter, die in den betreffenden Ländern über eigene Repräsentanzen verfügen, im Vorteil. So hat beispielsweise SAP Niederlassungen in über 50 Ländern und bietet seine Software-Produkte in fast ebenso vielen landesspezifischen Versionen und in einer Vielzahl von Sprachen an.

Trend 8: Branchenlösungen

Vereinfacht ausgedrückt, lässt sich der Funktionsumfang von ERP-Systemen in drei Bereiche gliedern:

- > Basisfunktionen, die alle Unternehmen benötigen,
- > Branchenfunktionen, die in Betrieben einer Branche gleich oder zumindest ähnlich sind,
- > sowie betriebspezifische Anforderungen.

Letztere sind in ERP-Projekten ein Unsicherheitsfaktor und verursachen oft überproportional hohe Kosten. Unternehmen versuchen daher, individuelle Programmierungen tunlichst zu vermeiden. Das gelingt jedoch nur, wenn der Standardumfang des Projekts – also Basis- plus Branchenfunktionen – möglichst hoch ausfällt. Auch die Branchenexpertise der Anbieter ist nicht zu vernachlässigen, denn häufig geht es bei ERP-Projekten auch um Prozess-Optimierung. Dabei können Unternehmen von den Erfahrungen der Kenner profitieren. Branchenwissen wird bei den meisten ERP-Projekten deshalb vorausgesetzt, um einen Fuß in die Tür zu bekommen.

„Unternehmen erwarten Software-Lösungen, die auf die Anforderungen ihrer Branche zugeschnitten sind – auch im Mittelstand. Die notwendige Branchenexpertise steuern unsere Vertriebspartner bei“, erläutert Marco Gerlach von myfactory. Gerade im Mittelstand mit seinen knapp bemessenen Budgets kann man es sich nicht leisten, bei Null anzufangen.

Fazit

Cloud Computing, SOA, Business Intelligence und E-Commerce: Derzeit prägen technische Trends den ERP-Markt. Davon profitieren vor allem größere Anbieter, da sie die notwendigen finanziellen Ressourcen besitzen, um die rasant steigenden Anforderungen zeitnah umzusetzen. Das gilt auch für den hohen Bedarf nach internationalen Lösungen.

Für kleinere Anbieter, die stark vom Wohl einer Branche abhängig sind, dürfte es schwer werden, mit den Markterwartungen, den gesetzlichen Vorgaben und den technischen Rahmenbedingungen Schritt zu halten, zumal Sammelsurien aus Einzellösungen kaum noch auf Akzeptanz stoßen. Unter den Mantel eines größeren Anbieters zu schlüpfen, dürfte in vielen Fällen die einzige Möglichkeit sein, Branchenwissen und Kundenstamm zu erhalten.

Das sieht auch Ralf Gärtner von SoftM: „Künftig wird es nur noch eine begrenzte Zahl von ERP-Marken geben, die um immer mehr Speziallösungen ergänzt werden.“

Trotzdem braucht sich die ERP-Branche keine Zukunftsorgen zu machen, meint Rüdiger Spies, Marktanalyst bei der IDC Group: „Die Marktaussichten sind absolut positiv. ERP-Anwendungen stellen nach wie vor das Gravitationszentrum der Unternehmen. Sie saugen immer mehr unabhängige Teilgebiete auf und dringen auf neue Plattformen – etwa im mobilen Bereich – vor.“

[rm]

ERP-Markt: SAP ist Spitzenreiter

SAP ist die unangefochtene Nummer eins am deutschen ERP-Markt. Laut einer Studie des Marktforschungsinstituts Experton Group erreichte der Branchenprimus 2008 einen Anteil von 51 Prozent. Auf den weiteren Plätzen folgen Microsoft, Infor und Sage Software mit sechs, fünf und vier Prozent. ORACLE kommt mit drei Prozent lediglich auf Platz fünf. Auf das Gros der vielen kleinen Anbieter entfallen 31 Prozent, was eindeutig belegt, dass sie gute Marktchancen haben. Die Analysten von IDC taxieren den deutschen ERP-Markt auf 3,2 Milliarden Euro. Rund zwei Drittel der Summe entfallen auf den Mittelstand.





➤ Wir zwingen niemanden in die Cloud

Frank Mihm-Gebauer ■ Pressesprecher für Microsoft Business Solutions bei Microsoft Deutschland

Business&IT: Welche Auswirkungen hat der Launch der Cloud-Computing-Plattform Windows Azure auf Microsofts Unternehmenslösungen?

Frank Mihm-Gebauer: Keine unmittelbaren. Die Form der Bereitstellung spielt aus unserer Sicht eine untergeordnete Rolle. Uns liegt es fern, Kunden in die „Cloud“ zu zwingen. Vielmehr geht es darum, Alternativen zu klassischen Infrastruktur-Konzepten anzubieten. Unternehmen sollten frei entscheiden können, ob sie ihre ERP in den eigenen vier Wänden behalten oder extern betreiben lassen. Gleiches gilt für die Frage, ob die Unternehmens-Software als Hybridmodell um Online-Komponenten ergänzt werden sollte oder nicht.

Gibt es bereits Dienste, die man aus Windows Azure hinzubuchen kann?

Frank Mihm-Gebauer: Hier muss man das Konzept von Microsofts Cloud-Angeboten, nicht nur Azure, verstehen. Mit Azure bieten wir Unternehmen eine Plattform an, eigene Anwendungen direkt als Web-Applikationen bereitzustellen. So kann man sich beispielsweise durchaus vorstellen, dass ein Unternehmen eine Online-ERP-Suite auf Basis von Azure entwickelt und diese den Kunden via Web zur Verfügung stellt.

Darüber hinaus gibt es aber natürlich auch fertige Anwendungen wie *Exchange Online* als Kommunikations-Plattform, *SharePoint Online* mit seinen vielen Möglichkeiten als Portal, ECM-Plattform, Business Intelligence und anderen mehr. Die Online-Anwendungen sind dabei komplett unabhängig von Windows Azure.

Welche weiteren Trends sehen Sie im ERP-Markt?

Frank Mihm-Gebauer: Im Mittelstand gewinnen Branchenlösungen zunehmend an Bedeutung. Sie verkürzen die Projektlaufzeiten und sorgen für einen schnelleren Return on Investment. Es gibt kaum noch Projekte, bei denen dieser Aspekt keine Rolle spielt. Auch hier setzen wir vor allem auf das Wissen unserer Partner. Sie sind deutlich näher am Kunden. Das bedeutet allerdings nicht, dass wir völlig passiv sind.

Was heißt das konkret?

Frank Mihm-Gebauer: Wo es sinnvoll erscheint, bauen wir unser Angebot an vertikalen Lösungen aus. Im letzten Jahr haben wir beispielsweise vier Lösungen aus dem Retail-Segment von Partnern übernommen, die wir als vertikale Ergänzungen zu *Microsoft Dynamics AX* unter dem Namen *Microsoft Dynamics AX for Retail* auf den Markt bringen werden – und das in 16 Ländern.

Wie hat sich die Wirtschaftskrise auf das ERP-Geschäft ausgewirkt?

Frank Mihm-Gebauer: Natürlich haben auch wir die allgemeine Zurückhaltung gespürt. Da die meisten Unternehmen IT als Chance und nicht als Kostenfaktor betrachten, wurden Investitionen lediglich verschoben. Inzwischen hat die Bereitschaft wieder stark zugenommen.

Und welche Technologien sind derzeit besonders gefragt?

Frank Mihm-Gebauer: In schlechten Zeiten steigt regelmäßig das Interesse am Control-

ling. Das Management will genau wissen, was die Kostentreiber sind und mit welchen Produkten Geld verdient wird. Business Intelligence ist deshalb ein Thema.

Wie setzen Sie das produktseitig um?

Frank Mihm-Gebauer: Uns geht es nicht darum, alle möglichen Module in ein ERP-System zu stopfen. Sehr viel sinnvoller ist es, Technologien so miteinander zu verknüpfen, dass eine Gesamtlösung entsteht, die neue Perspektiven eröffnet. Genau das haben wir mit der Kombination von *Microsoft Dynamics*, *Microsoft SQL Server* und *SharePoint* erreicht. Über die *SQL Reporting und Analysis Services* steht den Anwendern ein sehr viel breiteres Spektrum zur Verfügung als mit einem integrierten Business-Intelligence-Modul – zum Beispiel mit dem Blick auf den Aufbau von Data Warehouses.

Darüber hinaus haben unsere Kunden durch die Integration des *PerformancePoint Server* in *SharePoint* eine sehr leistungsfähige BI-Plattform geschaffen, die in Kombination mit Excel wirklich Business Intelligence für jeden Mitarbeiter im Unternehmen ermöglicht. Jedem Mitarbeiter stehen dabei – genau wie im Rollenkonzept unseres ERP-Angebots – entsprechend seiner Rolle die für seine Tätigkeit optimalen Informationen zur Verfügung. Entscheidungen können schnell und dennoch fundiert getroffen werden.