

Frankfurt Partners Studie: Enterprise-Software-Markt steht vor großen Veränderungen

Frankfurt am Main, 02.12.2010: Die anhaltende Wirtschaftskrise hat einen starken Einfluss auf die Geschäftsmodelle der Software-Anbieter und wird diese grundlegend verändern. Dies ist das Ergebnis der aktuellen Studie „SaaS is changing the IT landscape – How can Software Provider prepare for this?“ der Unternehmensberatung Frankfurt Partners.

Obwohl in den meisten Wirtschaftszweigen viele Indikatoren auf ein Ende der Krise hindeuten, wird sie in der Software-Branche noch eine Weile andauern. Der Grund dafür ist, dass sich die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden in der Krise tiefgreifend verändert haben, so die Untersuchung. Auch im Software-Segment ist jetzt das „On-Demand-Zeitalter“ angebrochen. Unternehmen erwarten von ihren Software-Anbietern flexible, kostengünstige „Software as a Service“ (SaaS)-Lösungen. Diese neuen Bedürfnisse werden den IT-Markt nachhaltig verändern. Die meisten alteingesessenen Software-Anbieter, die in der Vergangenheit ihre Produkte über das traditionelle Geschäftsmodell verkauften, haben sich bislang noch nicht erfolgreich an die veränderte Nachfrage angepasst. Diese Unternehmen, warnt Frankfurt Partners, laufen Gefahr ihre Marktposition zu verlieren.

Warum ist der Bedarf an SaaS in der Krise gewachsen? Der konjunkturelle Einbruch zwang viele Unternehmen sich neuen Geschäftsmodellen anzupassen. Gleichzeitig wurde jedoch an allen Ecken und Enden gespart. Die IT fiel meistens als Erste den Sparzwängen zum Opfer. Sie muss sich nun im Unternehmen neu positionieren und sich für die Business-Seite unersetzlich machen. Die IT-Abteilungen sehen sich dabei mit zwei Problemen konfrontiert, die gelöst werden müssen. Das erste sind die Fixkosten. Die IT-Abteilungen müssen auf der einen Seite versuchen die Fixkosten senken und auf der anderen Seite die Kosten besser den richtigen Abteilungen zuzuordnen. Das zweite sind die Anschaffungen von neuer Software. Diese muss flexibel sein und die Software-Bedürfnisse der unterschiedlichen Abteilungen schneller und kosteneffizienter bedienen.

Beide Probleme werden durch SaaS behoben: SaaS bietet Unternehmen eine "Turn-key" Software-Lösung, die schnell umgesetzt werden kann, gleichzeitig die inkrementellen Infrastrukturkosten vermeidet und zudem die laufenden Verwaltungskosten der traditionellen On-Premise-Anwendungen beseitigt. SaaS macht Fixkosten variabel und ermöglicht eine einfache und klare Zuordnung. Frankfurt Partners sieht SaaS daher als die beste und schnellste Möglichkeit an, um fixe Kosten zu flexibilisieren.

Durch den Wandel geraten immer mehr traditionelle Software-Anbieter in die Krise, weil sie die neuen Kunden-Bedürfnisse nicht optimal bedienen können. Ihr herkömmliches Geschäftsmodell wird bedroht, jedoch fällt es ihnen schwer, dies zu ändern. Die Software-Anbieter haben Schwierigkeiten, SaaS anzubieten, weil ihre Organisation anders ausgerichtet sind. Zudem fürchten viele einen Gewinneinbruch, sobald sie auf ein Abonnement-Lizenz-Modell wie bei SaaS wechseln. Denn mit diesem neuen Modell ist auch mit einer Änderung des Bilanzierungs-Prozesses für die Erträge des Unternehmens verbunden. Der Umsatz mit Standardlizenzen wird über die P/L-Anweisung zugeordnet, wenn der Auftrag für die Software gebucht wird. So haben diese Betriebe üblicherweise bereits hohe Einkünfte, bevor die Software überhaupt einsatzbereit und produktiv ist. Das bisherige System - vorab

einmalige Einnahmen für die Lizenzen sowie anschließend jährliche Wartungsgebühren in Höhe von 15 bis 22 Prozent des Lizenzpreises zu nehmen - war und ist ein sehr einträgliches Geschäft. Die Wartungseinnahmen beinhalten sehr hohe Margen (sogar manchmal bis zu 90%). Viele Firmen haben darauf gesetzt, diese Wartungseinnahmen auch in der Zukunft nicht nur zu erreichen, sondern sie auch periodisch zu erhöhen. „Wenn wir SAP als Beispiel nehmen, zeigt sich genau das“, sagt Rene Meister, Gründer von Frankfurt Partners. „SAP hatte im Jahr 2009 einen Gesamtumsatz von 10,7 Milliarden Euro. Davon stammten 49,5 Prozent aus Support & Wartung, aber nur 24,5 Prozent des Gesamtumsatzes kamen aus Lizenzverkäufen neuer Software“, so Meister weiter. Ganz im alten Stil hatte SAP versucht die Wartungskosten von 17 Prozent der Lizenzkosten auf 22 Prozent zu erhöhen. Doch die Kunden wehrten sich diesmal massiv gegen die Anhebung und SAP war schließlich gezwungen, diese wieder zurückzuziehen. CEO Apotheker musste infolgedessen im Februar 2010 das Unternehmen verlassen.

Die erfolgsverwöhnte Walldorfer Software-Schmiede hat auch Probleme ihren Kunden eine leistungsfähige SaaS-Lösung anzubieten. Ihr Produkt „SAP ByDesign“ - 2007 auf den Markt gekommen - hatte es trotz Investitionen von mehreren hundert Millionen Euro nicht geschafft, mehr als 100 Kunden zu gewinnen. Im Vergleich dazu hatte der Konkurrent Salesforce nach 3 Jahren mehr als 5,000 Kunden überzeugt.

Das Beispiel SAP zeigt, dass Unternehmen massive Probleme haben, ein neues Geschäftsmodell anzunehmen und dieses dann auch zu leben. Die Studie von Frankfurt Partners zeigt zudem eindringlich, dass Software-Anbieter, die in der Zukunft noch eine relevante Marktposition haben wollen, nicht nur ihre Produkte als SaaS anbieten müssen sondern auch ihre Unternehmens-Kultur ändern müssen. Diese Änderungen sind mit hohen Risiken verbunden. Die Firmen müssen zunächst hohe Summen investieren, um ihre Lösungen SaaS-fähig zu machen. In vielen Fällen ist die Neu-Programmierung der Software erforderlich, da einige wenige Änderungen nicht ausreichen, um die Software als eine SaaS-Lösung anzubieten. Weiterhin muss das Geschäftsmodell angepasst werden, denn SaaS-Lösungen werden anders verkauft und vermarktet als traditionelle Software. „Viele Unternehmen haben jedoch Probleme damit, dies zu verstehen“, erklärt Meister.

„Die größte Schwierigkeit ist es aber“, Frankfurt Partners Experte laut Meister, „die Kultur des Unternehmens für das SaaS-Modell zu sensibilisieren. Daher lautet die Frage oft nicht, ob SaaS für Software-Anbieter technisch möglich ist, sondern vielmehr, ob die Anbieter ihre Organisation für das neue Geschäftsmodell anpassen können.“

Über Frankfurt Partners

Frankfurt Partners (FP) ist eine deutsche Managementberatung mit Hauptsitz in Frankfurt. FP berät deutschlandweit klein- und mittelständische Unternehmen in den Bereichen Business Consulting, Strategie, Organisation, Mergers & Acquisitions und Unternehmensinsolvenz. FP unterstützt Unternehmen aus allen Branchen mit dem Ziel nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu schaffen und die Leistungsfähigkeit des Unternehmens dauerhaft zu steigern. In enger partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit dem Kunden werden Ziele definiert und Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette entwickelt. Neben der Arbeit für Unternehmen unterstützt Frankfurt Partners auch honorarfrei soziale Organisationen. Für weitere Informationen zu Frankfurt Partners besuchen Sie bitte www.frankfurtpartners.com

Pressekontakt:

Frankfurt Partners

Kerstin Kaufmann

Bockenheimer Landstrasse 17

60325 Frankfurt

press@frankfurtpartners.com

+49 69 710 455 382