



Software as a Service (SaaS): Digitale Dienstleistung für mehr Leistung und Flexibilität

Die Welt der Informationstechnik ist schnelllebig. Manche Technologien verschwinden, andere lösen tiefgreifende Veränderungen aus – in den Anbieterstrukturen wie in den Anwender-Unternehmen. Weil diese IT-Technologien immer tiefer in die Unternehmensabläufe eingreifen, bergen sie Chancen und Risiken für Wettbewerbsvorteile und die Kostenstrukturen im Unternehmen. Unternehmen, die es schaffen, neue IT-Konzepte schnell und zutreffend auf ihr Potenzial für das eigene Unternehmen zu untersuchen, gewinnen Planungssicherheit und können ihre Budgets zielgerichteter einsetzen.

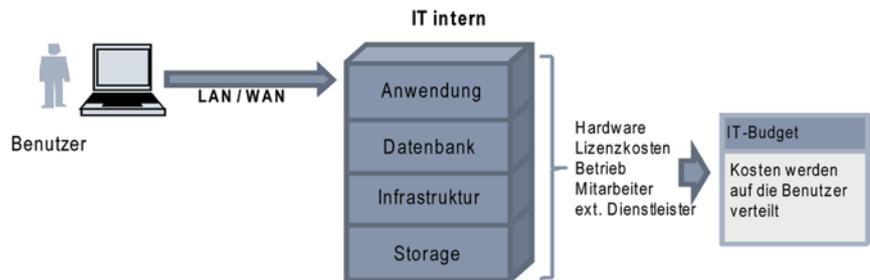
Das Thema Software as a Service wird kontrovers diskutiert, weil es einen Paradigmenwechsel in der Art und Weise darstellt, wie Unternehmen Software nutzen: Statt eigene Lizenzen zu kaufen, die Software zu installieren, anzupassen und zu betreiben, zahlt das Unternehmen lediglich eine Nutzungsgebühr – um alles andere kümmert sich der Service-Anbieter. Das Potenzial erscheint riesig: Allein der deutsche Markt für Software hatte nach Angaben des Branchenverbandes Bitkom im Jahr 2008 ein Volumen von etwa 14,7 Milliarden Euro. Gleichwohl ist ein Ansatz, Software über das Netz zu mieten, schon einmal gescheitert: Der ASP-Markt (Application Software Providing) verpuffte mit dem Platzen der New-Economy-Blase 2003.

Fundamentale Veränderung

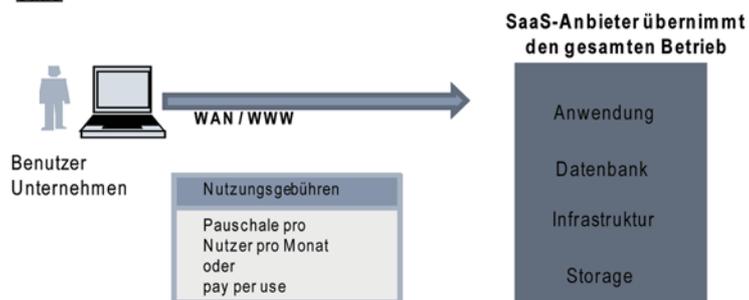
Das neue Geschäftsmodell Software as a Service bedeutet eine fundamentale Veränderung gegenüber dem klassischen Software-Lizenz-Modell, bei dem der Kunde mit dem Kauf der Lizenz ein Nutzungsrecht an der Software erwirbt. Der Software-Hersteller gewährleistet die Funktionsfähigkeit der Software auf definierten IT-Infrastrukturen und Betriebssystemen. Um die Installation der Software, Anpassungen, Betrieb, Backup, Wartung und Updates muss sich der Lizenzinhaber selber kümmern. Zwar sind auch innerhalb des Lizenz-Modells externe Dienstleistungen möglich. So kann ein Unternehmen beispielsweise die Wartung, Pflege und Weiterentwicklung einer SAP-Anwendung im Rahmen eines Application-Management-Vertrages an einen externen Dienstleister vergeben. Die Lizenz bleibt dabei jedoch üblicherweise im Besitz des Auftraggebers. Beim Komplett-Outsourcing übernimmt der Dienstleister auch die Lizenzen.

Bei Business Software wie ERP-Lösungen oder CRM-Anwendungen schließt der Käufer mit Erwerb der Lizenz darüber hinaus auch einen Wartungsvertrag über mehrere Jahre ab. Über den individuellen Kunden-Status hat das Anwender-Unternehmen

Eigenbetrieb



SaaS



Beim SaaS-Modell übernimmt der Anbieter das Betriebsrisiko und Services für die Bereitstellung der Anwendungen von der Infrastruktur bis hin zum Backup.

dann Zugang zu verschiedenen Hotlines und Kunden-Services. Diese Wartungs-Lizenzen machen pro Jahr etwa 10 bis 25 Prozent des Lizenzkaufpreises aus.

Alle diese individuellen Kostenfaktoren fallen bei Software as a Service für das Kunden-Unternehmen weg. Denn anders als beim Eigenbetrieb einer Software, bei der sich die Gesamtkosten für das Kunden-Unternehmen aus den Lizenz- und Wartungskosten, den Kosten für Server-Anschaffung und Betrieb sowie den erforderlichen IT-Services zusammensetzen, sind alle Kosten beim SaaS-Modell über die monatliche Nutzungsgebühr abgedeckt.

Der SaaS-Ansatz baut auf dem Prinzip auf, dass mit steigender Zahl der Kunden der relative Aufwand pro Kunde in Bezug auf Wartung und Betrieb der erforderlichen IT-Umgebungen sinkt. Um diese Skalierungseffekte zu erzielen, sind die Anwendungen stark standardisiert. Individuelle Anpassungen, die im Eigenbetrieb oft vorgenommen werden, sind beim SaaS-Modell meist nicht oder nur eingeschränkt möglich.

Einen Schritt weiter als die Dienstleistung Software as a Service geht das so genannte Business Process Outsourcing (BPO), also das Auslagern von (Teil-)Geschäftsprozessen an einen externen Dienstleister. Bei dieser Dienstleistung, die beispielsweise in Personalaufgaben wie Lohn- und Gehaltsabrechnung, Reisekostenmanagement oder

elektronischer Personalakte zunehmend Verbreitung findet, liefert der Dienstleister das fertige Ergebnis des Geschäftsprozesses, also beispielsweise die monatliche Gehaltsabrechnung, und verantwortet diesen Prozess komplett. Die dafür eingesetzte Software einschließlich aller Betriebsleistungen ist Teil der BPO-Dienstleistung.

Der SaaS-Ansatz ist nicht neu. Unter dem Begriff Application Service Providing (ASP) traten Ende der 1990er Jahre die Pioniere des sogenannten One-to-many-Prinzips auf den Markt. Namhafte Beispiele sind Salesforce.com in den USA oder Einstein.net in Deutschland. Die Erwartungen waren damals sehr hoch: Im Jahr 1999 kursierten internationale Marktstudien, die für 2005 ein Marktvolumen für ASP-Services in Höhe von 13,75 Milliarden Dollar prognostizierten. Das wäre mehr als der gesamte Standard-Software-Markt in Deutschland im gleichen Jahr gewesen.

In der Folge des Platzens der New-Economy-Blase gingen viele Anbieter Konkurs. Salesforce.com ist eines der wenigen Unternehmen aus dieser Zeit, deren Geschäftsmodell mit dem Fokus auf Customer Relationship Management sich erfolgreich durchsetzen konnte. Gründe für das Scheitern von ASP sind unter anderem die zum damaligen Zeitpunkt für kleinere Unternehmen teilweise noch begrenzte Bandbreite sowie hohe Kosten der Internet-Anbindung. Auch die fehlende Bereitschaft, Unterneh-

mensdaten externen Dienstleistern anzuvertrauen, sowie lizenzrechtliche Fragen spielen eine maßgebliche Rolle. Diese Faktoren haben sich seitdem jedoch grundlegend verändert.

Standen im Zeitalter der Application Service Provider vor allem die Geschäftskunden und Business Software im Fokus der Anbieter, hat sich das Spektrum inzwischen auch auf private Konsumenten erweitert. Beispiele für Privatkunden-Services sind etwa Kommunikations-Services wie Mobile me von Apple, E-Mail- und Kalender-Anwendungen oder Online-Fotoalben von Internet-Service-Providern oder die Google-Apps.

Dabei bilden die Google-Apps, die Textbearbeitung, Tabellen- und Kalenderfunktionen enthalten, einen fließenden Übergang zwischen den Privatkundenangeboten und den Angeboten für Geschäftskunden. Denn insbesondere für kleine Unternehmen bieten gemeinsame Kalenderfunktionen eine Alternative zu Microsoft Exchange- und anderen Kommunikations-Server-Paketen. Vor kurzem hat Google eine Werbekampagne gestartet, um diese Services stärker am Markt und gegen Microsoft zu positionieren. Allerdings hat sich auch Microsoft eine SaaS-Strategie verpasst und hat beispielsweise den Funktionsumfang von „Microsoft Office Live Workspace“ erheblich erweitert. Durch eine enge Anbindung an die eigene Office-Umgebung über Zusatzfunktionen soll das Interesse an den Office-Paketen gestützt werden. Darüber hinaus bietet Microsoft beispielsweise „Hosted Exchange“ über Internet-Service-Provider an und klassische IT-Dienstleister im Geschäftskundenumfeld an. T-Home hat beispielsweise darüber hinaus zusätzliche Anwendungen wie Share-point-Portal-Server oder Microsoft CRM im SaaS-Angebot.

Lösungen für Unternehmen

Bei den Business-Lösungen hat sich nicht nur die Zahl der Anbieter erhöht, sondern auch das Spektrum der angebotenen Lösungen erweitert. Dieses reicht von Office- und Kommunikations-Software bis hin zu branchenspezifischen ERP-Lösungen und Nischenprodukten wie Lösungen für das Zollverfahren oder Zeiterfassung.

Einsatzfelder von SaaS-Angeboten:

- o Branchen-/Speziallösungen
- o Content-Management-Systeme
- o Customer Relationship Management
- o E-Commerce
- o E-Procurement
- o E-Mail-Marketing
- o Enterprise Resource Planning
- o Finanzbuchhaltung

- o Help Desk
- o Online-Meetings/Webkonferenzen
- o Personalverwaltung
- o Projektmanagement/Collaboration

Das Software-as-a-Service-Modell eignet sich vor allem für kleine und mittelgroße Unternehmen beziehungsweise für Einheiten von großen Unternehmen, wenn die Zahl der Benutzer begrenzt ist. Denn gerade bei einer geringen Benutzerzahl wirken sich die Anschaffungskosten für die Hardware, die Installation sowie der Aufwand für die Systempflege stark auf die Kosten pro Benutzer aus. Bei diesen Voraussetzungen kommen die Vorteile von Software as a Service voll zum Tragen.

Mit zunehmender Zahl an Benutzern reduziert sich der Kostenvorteil von SaaS-Angeboten spürbar, ab einer Größenordnung von je nach Anwendung zwischen etwa 50 und 200 Benutzern kann SaaS sogar teurer als der Eigenbetrieb sein. Allerdings sind dabei neben den reinen Betriebskosten auch Faktoren wie Auslastungszyklen und Prozess-Integration in andere Unternehmensprozesse zu berücksichtigen, so dass die Größenordnungen nur als Tendenzen zu interpretieren sind. Darüber hinaus hängt der Vergleich von den Benutzerpauschalen ab, die in den nächsten Jahren in Folge eines steigenden Wettbewerbs weiter sinken dürften.

Die Bandbreite an Einsatzbereichen, für die SaaS-Lösungen angeboten werden, ist groß und umfasst inzwischen weite Teile der Geschäftsprozesse eines Unternehmens. Insbesondere die schnelle Einsatzfähigkeit für abgegrenzte Aufgaben sowie die transparent kalkulierbaren Kosten machen die Angebote für kleinere Unternehmen interessant: Die Aussicht, Enterprise-Rechenzentrums-Strukturen und -Services im Rahmen der Services nutzen zu können, ohne eigene IT-Investitionen tätigen zu müssen, ist eine echte Alternative zum Eigenbetrieb.

Im Vergleich zur Situation Ende der 1990er Jahre haben sich zwei Faktoren entscheidend positiv verändert: Durch die zunehmende Verbreitung von Online-Services auch im privaten Umfeld haben sich die Anwender daran gewöhnt, online zu arbeiten und auch persönliche Daten beispielsweise bei Internet-Service-Providern oder in Online-Communities zu speichern. Damit ist eine der wichtigsten mentalen Voraussetzungen für die Akzeptanz von Software as a Service erfüllt – auch im Management.

Außerdem sind die Kosten für Internet-Verbindungen massiv gesunken. Die Bandbreite ist auch bei kleinen Unternehmen zumeist kein Hindernis mehr. Da auch das mobile Internet inzwischen für eine breite Benutzerbasis erschwinglich geworden ist, sind die technischen Voraussetzungen für eine sinnvolle Nutzung von SaaS-Angeboten heute erfüllt.

Inzwischen haben sich die großen Software-Hersteller wie Microsoft oder SAP mit eigenen SaaS-Angeboten und Hosting-Partnern aufgestellt, so dass vieles dafür spricht, dass die Zeit für dieses neue Modell der Software-Nutzung reif ist.

Thomas Lünendonk,
Inhaber der Lünendonk GmbH