



Trends bei Business-Software: Detailfeatures, Optimierung und Datenanalyse

Der Markt für Business-Applikationen ist geprägt von evolutionären Entwicklungen, von der Optimierung des Betriebs, von BI, BPM sowie von gezielten Funktionserweiterungen.

Auch 2010 wird die Finanzkrise sich noch auf die IT-Ausgaben auswirken. PAC rechnet mit einer weltweiten Erholung des IT-Marktes zur Jahresmitte, doch es bleiben Risiken wegen Kreditverknappung, Arbeitslosigkeit und möglicher Insolvenzen.

Andererseits zeigt sich, dass gerade Investitionen in IT dabei helfen können, effizienter und schneller auf Kundenbedürfnisse zu reagieren sowie Kosten zu sparen. Somit besteht bei vielen Unternehmen der Bedarf, für Geschäftsanwendungen und verwandte Produkte Geld in die Hand zu nehmen. PAC rechnet für 2010 mit einem Wachstum bei Applikationssoftware von rund einem Prozent.

ERP: Der Mittelstand modernisiert weiterhin

Wachstumsimpulse im Markt für integrierte Geschäftsapplikationen (Enterprise Resource Planning, kurz ERP) gehen vor allem vom Mittelstand aus. Große Firmen haben sich größtenteils bereits mit solchen Programmen eingedeckt. Sie zeigen Interesse an Erweiterungsprodukten beziehungsweise wollen den Umfang der bestehenden Lösung ausbauen.

Vorhandenes verbessern und Kosten senken

Darüber hinaus denken zahlreiche Firmen darüber nach, ihre bestehende Anwendungssoftware zu optimieren und die laufenden Kosten zu senken. Dazu zählt, einem Dienstleister den Betrieb der Software zu überlassen (Application Management). Auch dies belegen die Marktzahlen von PAC: Demnach legt dieser Teilbereich des Outsourcing-Marktes im Jahr 2010 um rund 15 Prozent zu.

Anwenderunternehmen haben nicht zuletzt durch die Wirtschaftskrise die Notwendigkeit für Business Intelligence (BI) erkannt, da diese Lösungen helfen können, die wirtschaftliche Situation der Firma besser einzuschätzen. Dies deckt sich mit den Erkenntnissen von PAC, wonach BI-Investitionen in weit geringerem Maße unter der Krise gelitten haben und zukünftig stärker zulegen werden.

ERP wird „oberflächlicher“

Einige ERP-Hersteller modernisieren die Benutzeroberfläche. Die Softwarehäuser überarbeiten ihre Frontends oder entwickeln diese neu. Der Endanwender soll sich schnell zurechtfinden und für seine Aufgaben wichtige Ansichten und Funktionsbausteine leicht bedienen können. Einige Softwareanbieter entwickeln daher auf Rollen basierende Oberflächen. Sie liefern beispielsweise dem Sachbearbeiter im Einkauf andere Masken als dem Leiter des Vertriebs. Dazu zählt auch Bedienkonzepte unterschiedlicher Funktionsbereiche der ERP-Software anzugleichen, um ein übergreifendes Arbeiten zu erlauben.

Systeme verbinden und Prozesslücken schließen

Einige Betriebe planen, Applikationen über Schnittstellen mit anderen IT-Systemen zu verbinden. Dies hat zum Ziel, Abläufe zu beschleunigen und Lücken bei der Verarbeitung von Informationen zu schließen. Solche Detailverbesserungen machen sich meist in kurzer Zeit bezahlt, sind überschaubar und erfordern kein grundsätzliches Umdenken bezüglich der vorhandenen IT.

Altsysteme ablösen

Ein Grund für die Nachfrage nach ERP-Software seitens mittelständischer Unternehmen rührt von den vielerorts vorhandenen Altsystemen. Zum Teil sind diese Altprodukte mindestens zehn Jahre alt. Auch wenn diese noch zuverlässig arbeiten, fällt es den Firmen schwer, diese Programme beispielsweise für den Online-Absatz (E-Commerce) fit zu machen. Auch bei der Änderung von Abläufen, die aus Kundenwünschen oder aus strategischen Überlegungen erforderlich ist, erweisen sich Altsysteme mitunter als hinderlich. Bisweilen sehen sich die Unternehmen aber auch deshalb zur Modernisierung gezwungen, weil es ihnen nur mit großen Mühen möglich ist, gesetzliche Auflagen zu erfüllen.

Der Markt fordert mehr Differenzierung

Trotz des Potenzials ist der ERP-Markt mit dem Mittelstand umkämpft. Eine Vielzahl an Herstellern liefert sich einen Verdrängungswettbewerb.

In einem umkämpften Markt sind Differenzierungsmerkmale besonders wichtig. ERP-Anbieter investieren daher in Funktionen für bestimmte Branchen. Dabei decken diese Lösungen Teilsegmente einer Branche ab, etwa den Stahlhandel.

Hatten ERP-Hersteller in den letzten Jahren vor allem in den Ausbau des Funktionsumfangs investiert, legen sie nun Wert darauf, bestehende Funktionen dem Anwender leichter zugänglich zu machen. Eine große Rolle spielen dabei Benutzerschnittstellen, die dem User nicht einfach nur eine Reihe von Modulen präsentieren, sondern ihn Schritt für Schritt bei seinen Aufgaben begleiten.

Darüber hinaus versuchen die ERP-Hersteller über eigene Lösungen oder Partnerprodukte weitere Funktionsbereiche zu erschließen. Softwarehäuser, die Produkte für die Fertigungsindustrie entwickeln, integrieren beispielsweise ein Modul für Feinplanung und Produktionsaufträge („Manufacturing Execution System“, kurz MES). Andere binden Bausteine ein, mit denen sich elektronische Dokumente verwalten lassen.

BI-Funktionen ergänzen ERP-Kernsysteme

Weitere Entwicklungen zielen darauf ab, die Auswertung von den im System vorliegenden Geschäftsdaten zu verbessern. Über Reporting-Funktionen mit MS Excel-Anbindung verfügen viele ERP-Produkte bereits. Nun legen viele Hersteller nach und vereinfachen die Methoden zum Erstellen von Berichten. Gleichzeitig erweitern sie das Angebot für die Datenanalyse und Planung. Unternehmen sind damit beispielsweise in der Lage, ihre Absatz- und Umsatzplanung über ein im ERP-System integriertes Programm vorzunehmen.

Die Hinwendung zu BI-Funktionen belegt auch die Marktforschung: PAC erwartet, dass die Nachfrage nach BI-Lösungen sowie den entsprechenden IT-Dienstleistungen (darunter Systemintegration und IT-Consulting) deutlich stärker wächst als etwa die nach Finanzbuchhaltungsprodukten.

Business Process Management

Da sich Abläufe in den Unternehmen häufig ändern beziehungsweise wegen spezieller Kundenanforderungen neu entwickelt werden müssen, wird von ERP-Systemen mehr Flexibilität gefordert. Einige Softwarehäuser ergänzen ihre Lösungen um „Business Process Management“. Damit lassen sich softwaregestützte Geschäftsprozesse über eine grafische Oberfläche gestalten, wobei bestehende Funktionen und Daten der ERP-Software genutzt werden.

CRM: Software-as-a-Service greift um sich

Auf der Agenda vieler Unternehmen steht ein besseres Kundenmanagement. Dabei gehen die Ansätze der Anwender über die bloße Anschaffung von Lösungen hinaus. Firmen überlegen sich genauer als bisher, was sie wie im Dialog mit ihren Kunden verbessern wollen. Nicht selten lösen Firmen bestehende Customer-Relationship-Management-Software – selbst entwickelt oder ältere Programme – ab oder integrieren verschiedene Kundenmanagement-Programme in eine neue Umgebung. PAC geht davon aus, dass in den nächsten Jahren CRM-Projekte weit häufiger als bisher mit Standardsoftware realisiert werden. Die steigende Nachfrage nach Standardprodukten bedeutet indes nicht, dass die Firmen CRM von der Stange wünschen: PAC erwartet eine Zunahme von Dienstleistungen im Bereich Business und IT-Consulting. Die Nachfrage rührt daher, dass die Unternehmen CRM strategischer angehen wollen und auf sie angepasste Lösungen wünschen, die jedoch viele Funktionen im Standard bieten.

Ähnlich wie im ERP-Segment spielt auch im CRM-Markt die Branchenorientierung eine immer größere Rolle. Dort, wo CRM-Software nicht mehr nur als Kontaktverwaltung genutzt wird, denken Firmen darüber nach, Abläufe im Kundendienst besser über die IT zu steuern. Unternehmen versprechen sich davon mehr Effizienz, bessere Planung und auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnittene Serviceangebote.

Analytisches CRM

Auch die CRM-Nutzer erkennen immer mehr den Wert von Auswertungen und Datenanalyse. Sie verfügen über eine große Menge an Daten über ihre Kunden. Analytisches CRM hilft ihnen dabei, aus diesen Datenmengen Hinweise für die Vermarktungsstrategie abzuleiten.

Ein Trend im CRM-Markt ist, die Software nicht mehr im eigenen Hause zu installieren, sondern als Software-as-a-Service (SaaS) zu nutzen. Der Erfolg des US-amerikanischen Anbieters Salesforce.com hat hier inzwischen viele Nachahmer gefunden.

SAP gegen Oracle, 2. Runde

Die beiden Softwarekonzerne wollen in diesem Jahr neue ERP-Lösungen auf den Markt bringen. SAP startet mit Business ByDesign, Oracle mit den Fusion Applications.

Mit Spannung wartet die Softwarebranche auf den bevorstehenden Markteintritt der SAP mit der neuen Mittelstandssoftware Business ByDesign. Die breite Einführung der im On-Demand-Modell betriebenen ERP-Applikation hat der Softwarekonzern für Mitte 2010 in Aussicht gestellt.

Egal ob das Produkt ein Erfolg wird oder nicht: Nach Ansicht der weltweit tätigen Marktanalyse- und Strategieberatungsgesellschaft Pierre Audoin Consultants (PAC) aus München wird das SAP-System den ERP-Markt beeinflussen. Findet Business ByDesign Anklang im Mittelstand, wird es die Wettbewerber zwingen, zu reagieren: Mit neuen Angeboten und Preismodellen oder sogar einer eigenen ERP-Umgebung zur Miete.

Scheitert SAP hingegen mit dem Hoffnungsträger komplett, dürfte es auch für andere Marktteilnehmer zunächst schwierig werden, ein eigenes ERP „on demand“ mit großer Marktrelevanz zu etablieren.

Der Erfolg von Business ByDesign sollte nach Meinung von PAC nicht am Funktionsumfang scheitern: Sowohl die vorhandenen Eigenschaften des Systems als auch die Benutzerführung kann sich sehen lassen. Doch muss SAP nicht nur ein neues Softwaresystem entwickeln – was bekanntlich wesentlich länger gedauert hat als geplant – sondern auch ein entsprechendes Vermarktungsmodell. Dazu zählt, Partnerfirmen entsprechend zu begleiten.

Einerseits gibt es Bedarf nach gut integrierten Geschäftsanwendungen, andererseits ist der Markt für ERP-Lösungen als Software-as-a-Service noch nicht vorbereitet. SAP muss damit Aufbauarbeit leisten und trägt hier das Risiko.

Oracle Fusion Applications

Im Jahr 2010 will auch der SAP-Rivale Oracle ein neues ERP-System auf den Markt bringen. Seit einigen Jahren entwickelt der IT-Konzern an der Produktsuite Fusion Applications. Es handelt sich Oracle zufolge um eine neue Produktentwicklung unter Zuhilfenahme von Java und SOA (Service-Oriented Architecture). Die Software soll auch im SaaS-Modell angeboten werden und Kernfunktionen wie Finanzbuchhaltung, Vertrieb, Lieferkettensteuerung (Supply Chain Management) und Projektmanagement bieten; eine Fertigungssteuerung wird zumindest am Anfang nicht Teil des Angebots sein. Welche Bedeutung dieses Produkt auf dem deutschen Markt erlangen kann, lässt sich noch nicht abschätzen da auch nicht bekannt ist, wie Oracle die Applikation hierzulande zu vertreiben gedenkt. Jedoch wäre nach Überzeugung von PAC ein Markterfolg hierzulande nur dann zu erwarten, wenn Oracle auf dem hiesigen ERP-Markt deutlich mehr Präsenz zeigt als dies heute der Fall ist.

Ungenutztes Potenzial

Zwar entwickeln Softwarehäuser ihre ERP-, BI- und CRM-Systeme ständig weiter. Doch es stellt sich die Frage, wie viele dieser Funktionen am Ende auch tatsächlich bei den Anwendern genutzt werden? Meist ist nur ein kleiner Teil davon auch tatsächlich in Gebrauch. Mehr noch: Mit jeder neuen Programmversion, die der Hersteller auf den Markt bringt, verbreitert sich in der Regel auch der Funktionsumfang. Doch oftmals verwenden die Anwenderunternehmen die Software noch wie nach der Einführung der Lösung, die möglicherweise schon Jahre zurück liegt. Den Anwenderunternehmen aufzuzeigen, wie sie mehr aus ihrer Software herausholen können, wäre ein Dienstleistungsangebot, das sich für beide Seiten – Nutzer und Anbieter – lohnen könnte.

Frank Niemann

Director bei PAC
E-Mail: f.niemann@pac-online.com