

Systempartner führen CRM-Projekte zum Erfolg

Das anhaltende Wachstum im CRM-Markt ist keineswegs ausschließlich ein Erfolg der Softwarehersteller. Den größeren Anteil daran erwirtschaften die Systempartner, die mit ihren Services die Brücke zum Kunden schlagen.

Value Added Reseller im indirekten Vertrieb waren bereits in der Vergangenheit als Multiplikatoren sehr erfolgreich. Aktuell unterstützen mehr als 1500 Partner die rund 150 CRM-Softwarehersteller in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Ihr Anteil am Gesamtumsatz des CRM-Marktes dürfte bei etwa sechzig Prozent liegen. Aufgabenfelder wie Systemintegration, Implementierung und Services sowie das Hosting ergänzen das Portfolio. Partnerunternehmen wie awisto, Infoman und Ecoplan entwickeln darüber hinaus eigenständige Branchenlösungen aus den CRM-Systemen.

„Gerade für den Mittelstand sind die Partner der Softwarehersteller von immenser Bedeutung“, erläutert Karsten Sontow, Vorstand der auf Software-Auswahl spezialisierten Trovarit AG in Aachen. „Sie schneiden die Software bedarfsgerecht zu und stehen dem Anwender als Ansprechpartner vor Ort zur Verfügung.“

Vertrieb und Integration laufen zu einem Drittel über Partner

Ein Drittel der CRM-Systeme kommt direkt wie indirekt über Vertriebs- und Integrationspartner in Unternehmen. Zu Anbietern dieser Kategorie gehören die CAS Software AG, Cobra, Combit, Oracle, Salesforce, SAP, Sugar, SuperOffice und Update. Maßgeblich für den Erfolg der Partnerschaften ist die Tatsache, dass den Softwareherstellern oft das Know-how fehlt, um die CRM-Prozesse in den Branchen der Anwender abzubilden.

Die Karlsruher CAS Software AG praktiziert seit mehr als zehn Jahren eine ausgefeilte Partnerstrategie. „Für uns sind die zertifizierten Partner unverzichtbare Kundenverstärker

vor Ort“, erläutert Martin Hubschneider, Vorstandsvorsitzender von CAS Software, die Bedeutung von 145 Partnern in Deutschland, Österreich und der Schweiz und weiteren 55 Partnern in Europa. Die CAS-Partner haben rund zwanzig Branchenlösungen entwickelt.

Auch SugarCRM führt seinen Erfolg im deutschsprachigen Raum auf seine starken Vertriebs- und Implementierungspartner zurück. „Durch eine enge Zusammenarbeit haben wir ein weitreichendes und kompetentes Netzwerk aufgebaut, von dem unsere Kunden profitieren“, berichtet Daniel Heck, Senior Director Marketing EMEA bei SugarCRM. Wolfgang Stein, Global Partner Manager beim CRM-Hersteller update Software AG, sieht im indirekten Marktzugang durch seine 60 internationalen Partner ein großes Wachstumspotenzial: „So können wir auch Branchen und Märkte bedienen, die nicht innerhalb der Kerngebiete unserer Software liegen.“ Die Partnerstrategie der SAP beschreibt Darren Bibby, Program Vice President, Channels and Alliances Research bei IDC, wie folgt: „Die Walldorfer sind sehr effektiv darin gewesen, ihre Reichweite mit Value Added Resellern und Systemintegratoren für traditionellere Implementierungen auszuweiten.“

Von der Systemadministration bis hin zum Cloud-Outsourcing

Die Aufwendungen eines CRM-Projekts verteilen sich erfahrungsgemäß zu etwa je einem Drittel auf die Softwarelizenzen, die organisatorischen Anpassungen im Unternehmen und die Systemimplementierung. Dazu gehören neben dem Projektmanagement die Analyse, die Entwicklung der Konzeption und des Anforderungsprofils, die Auswahl des CRM-Systems sowie die Einführung in technischer wie organisatorischer Hinsicht einschließlich der Anpassung der Schnittstellen, der Schulung und der Einführungsunterstützung. Teilweise übernehmen Systemintegratoren auch noch die Administration und den Betrieb des Systems im Outsourcing. Einige Ver-

Der Autor



Wolfgang Schwetz, Dipl.-Betriebswirt
Inhaber der schwetz consulting
E-Mail: wolfgang@schwetz.de
www.schwetz.de

triebs- und Implementierungspartner haben sich im Laufe der Jahre von den ursprünglichen Systemherstellern abgeabelt und bieten mehrere CRM-Systeme parallel an.

Für David Laux, Vorstandsvorsitzender der ec4u expert consulting AG in Karlsruhe, geht der Anspruch eines kompetenten Implementierungspartners über die reine Applikation hinaus: „Kunden wollen ganzheitliche Lösungen für ihre geschäftskritischen Bereiche. ec4u bietet deshalb ein Portfolio über den gesamten Kundenlebenszyklus an, weg vom reinen CRM, hin zur branchenorientierten, lösungsübergreifenden Customer Excellence.“ ec4u setzt bei Kundenprojekten auf die CRM-Systeme von Oracle, Microsoft und Salesforce und greift für Value Added Services auf Partner zurück.

Das Nürnberger CRM-Beratungshaus Curexus vertritt sechs CRM-Systeme: CAS genesisWorld, Microsoft Dynamics CRM, Oracle on Demand, Oracle Siebel CRM, Salesforce und update. Die Hamburger onConcept verweist auf fünf CRM-Hersteller als Partner: Adito, Frontrange, Maximizer, Microsoft und Sage. Ebenfalls in Hamburg sitzt der global agierende Systemintegrator Reply mit den CRM-Systemen Oracle Siebel CRM, Salesforce und SAP CRM.

Die Wiener Sensix AG bietet die CRM-Systeme von Microsoft, Sales-

CRM-Marktspiegel 2014 mit 160 CRM-Systemen



Einen Überblick über den Softwaremarkt für das Kundenbeziehungsmanagement liefert die 22. Auflage des CRM-Marktspiegels von Schwetz Consulting mit 140 CRM-Softwareherstellern, 160 CRM-Systemen und 120 CRM-Systemintegratoren. Die CRM-Systeme und die Systemintegratoren werden mit ausführlichen Profilen vorgestellt. Der CRM-Marktspiegel bewährt sich seit 1992 für einen repräsentativen Marktüberblick und eine qualifizierte Vorauswahl in Frage kommender CRM-Lösungen. Auf der Internet-Plattform www.crmforum-expo.de ergänzt der IT-Matchmaker

der Trovarit AG den Marktspiegel um eine Online-Übersicht mit der Möglichkeit von gezielten Recherchen. Der CRM-Marktspiegel 2014 hat einen Umfang von 390 Seiten und kostet 300 Euro zuzüglich Versandkosten und Mehrwertsteuer. Bestellung über www.schwetz.de.

force, SAP und Update an. „Neben guter Software sind Branchen-, Prozess- und Einführungsexpertise die Voraussetzungen für kostengünstige und zeitoptimierte CRM-Initiativen“, erläutert Sensix-Vorstand Rudolf König. „Analog zu den Vorteilen des Cloud Computing erwarten heute auch kleinere und mittelständische Unternehmen fertige Beratungskonzepte und abgestimmte Einführungskonzepte.“

Sensix positioniert sich als Branchenspezialist in den Bereichen Medien, dem Bau- und Bauzulieferumfeld, dem Maschinen- und Anlagenbau sowie in der Energiewirtschaft. Dazu kam vor kurzem eine strategische Partnerschaft mit dem Microsoft-Partner ace IT GmbH zur gemeinsamen Entwicklung von xRM-Lösungen (Extended Relationship Manage-

ment) auf der Basis von Microsoft Dynamics CRM.

Ganz ohne Vertriebs- und Implementierungspartner behaupten sich etwa 60 Prozent der CRM-Hersteller im Markt. Zu dieser Gruppe gehören unter anderem die Schweizer BSI, Julitec, Open Software, Pisa Sales, SmartCRM und Wice. Andererseits werden rund sieben Prozent der CRM-Software ausschließlich über Partnernetzwerke vertrieben und eingeführt. Bekannte Vertreter dieses Segments sind die globalen Player Microsoft und Sage.

Software-Auswahl erfordert Blick auf Implementierungspartner

Die Vielfalt an Angeboten erschwert die Suche nach dem passenden CRM-System. „Bei der Auswahl einer Lö-

sung reicht es heute nicht mehr aus, das Produkt und seinen Hersteller zu evaluieren“, warnt Trovarit-Vorstand Sontow. „Gerade bei großen Herstellern kommt es stark auf die Vertriebs- und Implementierungspartner an. Deren Kompetenzen tragen maßgeblich zum Implementierungserfolg bei.“ Die von Trovarit betriebene Software-Auswahlplattform IT-Matchmaker berücksichtigt daher sowohl die Profile der CRM-Systeme als auch die der Softwarehersteller und die der Partner. ◀