

Anzeige



Home | News | Distribution | Systemhaus | TK | Etailer | Thema der Woche | Produkte & Technologien | Unternehmen | Business | digital living

09. Juli 2009

[Artikel verschicken](#) | [Artikel drucken](#) | [E-Mail an Verfasser](#)

Entwicklung von der Nische zum Standard

SaaS: Geschäftsmodell vor dem Durchbruch?

von [Karena Friedrich](#)

»Software as a Service« (SaaS) gehört schon lange zu den Lieblingsthemen von Herstellern, Analysten und Fachmedien. Die tatsächliche Verbreitung von betriebswirtschaftlicher Software on demand ist aber nach wie vor marginal. Beflügelt durch krisenbedingt knappe IT-Budgets und die wachsende Schar von SaaS-Anbietern könnte das Mietmodell seinen Weg zum Marktstandard verkürzen.

Anzeige



Seite 1 | 2 | 3

Was haben ein Handwerker ohne buchhalterisches Wissen und ein Mittelständler mit schmalen IT-Budget gemeinsam? Beide stehen im Visier der stetig wachsenden Riege der Software-Hersteller, die ihr Portfolio an betriebswirtschaftlicher Software um »Software as a Service (SaaS)«-Varianten erweitern. Die angebotenen Lösungen reichen dabei von einfachen Lohnabrechnungsprogrammen über funktions- und branchenorientierte Einzelmodule bis hin zu kompletten ERP-Suiten. Allen gemein sind der Bezug der Software über das Internet und – in Abgrenzung zu Hosting-Modellen – geringe Anfangsinvestitionen, weil Kunden auf den Erwerb der Lizenzen verzichten. Darüber hinaus profitieren Unternehmen neben geringerer Kapitalbindung und höherer Liquidität auch von der flexiblen Skalierbarkeit und der Unabhängigkeit von immer kürzeren Software-Zyklen. Die Möglichkeit, die Lösung schnell einzusetzen und die Gewährleistung hoher Verfügbarkeit und Datensicherheit machen die Angebote auch für Unternehmen unter Zugzwang attraktiv, die sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren wollen. Zu den kritischen Aspekten des SaaS-Modells, die Unternehmen vorab klären sollten, zählen Fragen des Datenschutzes, der Anpassbarkeit an kundenspezifische Bedürfnisse und zu den langfristigen finanziellen Belastungen durch das Mietmodell.

Angesichts der offenkundigen Vorteile und überschaubaren Risiken sind sich die meisten Analysten und Hersteller jedoch einig, dass SaaS das Software-Geschäft nachhaltig verändern wird. Die Weltwirtschaftskrise tut ihr Übriges: »Die wachsende Verbreitung von SaaS-Angeboten kann durchaus von der aktuellen Situation begünstigt werden«, sagt Lynn-Kristin Thorenz, Senior Consultant bei Pierre Audoin Consultants (PAC). »Gerade für kleinere Unternehmen sinkt durch die geringen Anfangsinvestitionen die Hürde, betriebswirtschaftliche Software auszuprobieren.« Das Ergebnis der aktuellen Anbieterbefragung sieht er tendenziell als Bestätigung der letztjährigen Ergebnisse. Insgesamt stellen bereits 30 Prozent der 5.300 Software-Anbieter in der Softguide-Datenbank ihre Lösungen zur Nutzung über das Internet zur Verfügung. 60 Prozent von ihnen sind mit der vertrieblichen Entwicklung ihrer Softwarelösungen zufrieden. Dennoch warten die meisten Anbieter weiter ab: Der repräsentativen Softguide-Erhebung zufolge bezeichnet die Mehrheit der Befragten SaaS als bisher kaum relevantes Geschäftsmodell. Nur sieben Prozent (2008: fünf Prozent) derer, die bislang keine SaaS-Lösungen anbieten, planen in der nahen Zukunft ein solches Angebot. Rund 46 Prozent (2008: 49 Prozent) werden dagegen ihr Produkt-Portfolio im kommenden Jahr nicht entsprechend erweitern. Damit hat sich die Akzeptanz von SaaS-basierten Anwendungen gegenüber der letztjährigen Anbieterstudie leicht verbessert. »Aber gerade in Krisenzeiten setzen die mittelständischen Software-Häuser wohl eher auf ihre bewährten Business-Modelle«, so das Fazit von Annuß. »Auch wenn mittlerweile das SaaS-Angebot gestiegen ist, wird es wohl noch lange dauern, bis webbasierte Lösungen allgemein akzeptiert sind – und zwar von allen Marktteilnehmern.«

Die Nachfrage nach SaaS-Lösungen ist ebenfalls überschaubar, wie Softguide, ein elektronisches Verzeichnis für B-2-B-Software im deutschsprachigen Raum, ermittelt hat. »Auf der Kundenseite lässt sich noch kein signifikanter Anstieg der Suche nach webbasierten Lösungen erkennen«, sagt Uwe Annuß, Gründer und Geschäftsführer von Softguide. »Entsprechende Anfragen sind seit Anfang 2008 nahezu konstant.« Das Ergebnis der aktuellen Anbieterbefragung sieht er tendenziell als Bestätigung der letztjährigen Ergebnisse. Insgesamt stellen bereits 30 Prozent der 5.300 Software-Anbieter in der Softguide-Datenbank ihre Lösungen zur Nutzung über das Internet zur Verfügung. 60 Prozent von ihnen sind mit der vertrieblichen Entwicklung ihrer Softwarelösungen zufrieden. Dennoch warten die meisten Anbieter weiter ab: Der repräsentativen Softguide-Erhebung zufolge bezeichnet die Mehrheit der Befragten SaaS als bisher kaum relevantes Geschäftsmodell. Nur sieben Prozent (2008: fünf Prozent) derer, die bislang keine SaaS-Lösungen anbieten, planen in der nahen Zukunft ein solches Angebot. Rund 46 Prozent (2008: 49 Prozent) werden dagegen ihr Produkt-Portfolio im kommenden Jahr nicht entsprechend erweitern. Damit hat sich die Akzeptanz von SaaS-basierten Anwendungen gegenüber der letztjährigen Anbieterstudie leicht verbessert. »Aber gerade in Krisenzeiten setzen die mittelständischen Software-Häuser wohl eher auf ihre bewährten Business-Modelle«, so das Fazit von Annuß. »Auch wenn mittlerweile das SaaS-Angebot gestiegen ist, wird es wohl noch lange dauern, bis webbasierte Lösungen allgemein akzeptiert sind – und zwar von allen Marktteilnehmern.«

Obwohl die kritische Schwelle von der Nische zum Standard offensichtlich noch lange nicht überschritten ist, treten immer mehr traditionelle Anbieter in den SaaS-Markt ein. Gemeinsam könnten sie ein Phänomen auslösen, dass im deutschen Software-Markt normalerweise SAP zugesprochen wird: So haben Mitbewerber schon des Öfteren darauf gewartet, wie der größte deutsche Software-Anbieter auf einen Trend reagiert. Dessen Markteintritt in ein neues Segment wird nach wie vor als wesentliche Signalwirkung verstanden, dass sich das Konzept künftig auch in Deutschland verbreiten wird. Der durch diverse Verzögerungen bei Entwicklung und Markteintritt begleitete Start von SAPs On-Demand-Lösung »Business ByDesign« hat – zumindest vorerst – einiges von dieser Wirkung verpuffen lassen.

Die Liste der »Ersatzzugpferde« wird indes kontinuierlich länger. So haben auch andere Software-Riesen wie Microsoft oder CA längst ihr eigenes SaaS-Zeitalter eingeläutet: Letzterer rüstet sich mit einer eigens gegründeten On-Demand-Geschäfts-einheit und neuen SaaS-Angeboten für schwierige Zeiten und will sein Portfolio damit auch für mittelständische Kunden attraktiver machen. Microsoft treibt das Thema vor allem mit Partnern voran, die beispielsweise webbasierte Applikationen für zahlreiche Branchen entwickeln. Netsuite, ein von Oracle-Oberhaupt Larry Ellison gegründeter SaaS-Spezialist, hat SAP zumindest beim Markteintritt bereits überholt. Neben den großen Software-Konzernen bieten aber auch mittelständische Anbieter wie Myfactory und Godesys bereits seit einigen Jahren ihre Unternehmenslösungen on demand an.

Neu in der SaaS-Anbieterriege sind die etablierten Unternehmenssoftware-Hersteller Sage und Lexware, die mit ihren kaufmännischen Lösungen »Einfachlohn« und »Lexlive« die riesige Klientel der kleinen und Kleinstunternehmen erreichen wollen. »Der Eintritt von eher konservativen Software-Herstellern wie Sage oder Lexware in den SaaS-Markt ist ein deutliches Zeichen, dass Anbieter an diesem Thema nicht mehr vorbeikommen«, sagt Lynn-Kristin Thorenz, Senior Consultant bei PAC. Zudem verhelfen der Analystin zufolge schnellere und stabilere Infrastrukturen auf der technologischen Seite und ausgereifere Modelle auf der Partner- und Vertriebsseite SaaS zu schnellerem Wachstum.

Wollen Dienstleister und Systemhäuser an diesem Wachstum teilhaben, sollten sie sich ihr Geschäftsmodell genau anschauen, empfiehlt Thorenz: »Der Schwerpunkt verlagert sich immer mehr vom Hardware- und Implementierungsgeschäft hin zu höherwertigen Beratungsleistungen«. Wer sich auf die veränderten Erfordernisse einstellt, kann ein riesiges Marktpotenzial erschließen. Die jährlichen Wachstumsraten im deutschen SaaS-Markt schätzt PAC auf gut 20 Prozent bis 2012, verglichen mit zwei Prozent im gesamten Software-Markt. »Der Erklärungs- und Beratungsbedarf einer komplexen ERP-Lösung bleibt bestehen, unabhängig von ihrem Delivery Model«, sagt Peter von Zimmermann, Partner beim ersten Netsuite-Partner AltaVia/Ontect (siehe Interview). So steht die zunehmende Verbreitung von SaaS ganz im Zeichen der heutigen Dienstleistungsgesellschaft.

Mit Netsuite erhält SAP Konkurrenz aus bekannten Reihen. Die von Oracle-Gründer Larry Ellison gegründete Firma startet im deutschen Markt vor den Walldorfern mit einer SaaS-Lösung für große Mittelständler und Konzerne. Peter von Zimmermann, Partner beim ersten Netsuite-Partner AltaVia/Ontect, erklärt im CRN-Gespräch, warum SaaS auch für den Channel ein Modell mit Zukunft ist.

CRN: *SAP hat mit Business ByDesign eine ähnliche Lösung wie Netsuite entwickelt, die aber aufgrund einiger Verzögerungen offiziell noch nicht erhältlich ist. Die von vielen erhoffte Signalwirkung von SAPs Eintritt in den SaaS-Markt ist damit beinahe verpufft. Warum glauben Sie nach wie vor an den Erfolg einer SaaS-Lösung?*

Zimmermann: Netsuite hat über zehn Jahre Erfahrung mit SaaS. Die Technologie und das gesamte Unternehmen sind auf SaaS ausgerichtet. Netsuite ist weltweit bei vielen tausend Kunden erfolgreich im Einsatz. Warum sollte das nicht auch in Deutschland funktionieren? SAPs anhaltendes Bemühen um ein SaaS-Angebot zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

CRN: *Gibt es auch Unternehmen oder Branchen, denen Sie weiterhin zum traditionellen Software-Betrieb raten würden?*

Zimmermann: Die Vorteile von SaaS sind für die Unternehmen sehr unterschiedlich relevant. Ein Fertigungsunternehmen, das es gewohnt ist, in der Fertigung komplexe Technologien zu betreiben, das eine gut eingespielte IT-Abteilung hat und dessen Mitarbeiter im Wesentlichen am Standort arbeiten, profitiert natürlich viel weniger als ein dynamisch wachsendes, weltweit agierendes Service-Unternehmen mit vielen Mitarbeitern im Außendienst.

CRN: *SaaS ist bereits seit Jahren ein viel diskutiertes Thema, der tatsächliche Marktanteil von betriebswirtschaftlichen SaaS-Angeboten am gesamten Software-Markt aber noch marginal. Wird sich das Modell durchsetzen oder bleibt es eine attraktive Nische?*

Zimmermann: Wir gehen davon aus, dass der Marktanteil von SaaS-Lösungen im betriebswirtschaftlichen Umfeld kontinuierlich wachsen wird. SaaS als Nische geht eigentlich gar nicht, SaaS braucht Volumen, um profitabel zu sein. SaaS-Angebote nach dem Motto »Auf Wunsch können wir die Lösung auch hosten« funktionieren nicht, weil sie sich wirtschaftlich nicht rechnen.

CRN: *Glauben Sie, dass die Krise und damit einhergehende schmale IT-Budgets der Verbreitung des Geschäftsmodells besonderen Schub geben können?*

Zimmermann: Die Entwicklung von Netsuite in den letzten Monaten lässt den Schluss zu, dass die knappen IT-Budgets zu einem Wettbewerbsvorteil für SaaS-Anbieter werden können. Dennoch geht die Krise natürlich auch an den SaaS-Anbietern nicht spurlos vorbei.

CRN: *Viele Software-Hersteller bieten SaaS auch für kleine und Kleinstunternehmen an. Glauben Sie an einen Paradigmenwechsel über alle Kundengrößen hinweg oder erwarten Sie langfristig eine stabile Koexistenz von traditionellem Software-Betrieb und SaaS?*

Zimmermann: Das ist eine schwierige Frage. Die große Herausforderung für die Hersteller ist es, preislich attraktive Lösungen dennoch profitabel anzubieten. Das wird umso schwieriger, je kleiner die Kunden und damit die IT-Budgets sind. Insofern erwarten wir eher eine längere Phase der Koexistenz; wie stabil diese Phase wird, sei dahingestellt.

CRN: *Viele Hersteller, die ihr Portfolio um SaaS-Varianten erweitern, wollen den Channel mit einbeziehen. Halten Sie das für ein Lippenbekenntnis oder sehen Sie neue Geschäftsmöglichkeiten für Partner?*

Zimmermann: Wir sehen ein erhebliches Marktpotenzial für den Channel. Die betriebswirtschaftliche Komplexität, die eine ERP-Lösung abbildet, ist ja unabhängig von ihrem Delivery-Modell. Der Erklärungs- und Beratungsbedarf bleibt. Die Anforderungen der Unternehmen aus den verschiedenen Branchen sind sehr unterschiedlich. Netsuite bietet beispielsweise mit der SuiteCloud-Plattform eine hervorragende Basis für vielfältige Anpassungen durch den Kunden, aber eben auch durch Dienstleister und Systemhäuser.

Seite 1 | 2 | 3

Seite 2: [Die Liste der »Ersatzzugpferde« wird kontinuierlich länger.](#)

Seite 3: [Interview: »Erhebliches Marktpotenzial für Partner«](#)

Aktuelle News auf einen Blick?
Klicken Sie hier für den täglichen CRN-Newsletter!

[Artikel verschicken](#) | [Artikel drucken](#) | [E-Mail an Verfasser](#)

Weitere Artikel aus dieser Rubrik

- | [Internet Explorer 8 kommt per Zwangsupdate](#)
- | [Bull setzt auf das Dienstleistungsgeschäft](#)
- | [Bechtle legt E-Commerce-Vorstoß auf Eis](#)
- | [Comteam geht sicherheitshalber »On the Road«](#)
- | [Arvato Systems startet Vertriebs-Kooperation](#)