

# Geschäftssoftware im gesättigten Markt

In der Schweiz nutzt bereits eine ungewöhnlich hohe Zahl von kleineren Unternehmen professionelle Geschäftssoftware. Trotzdem erzielen ERP-Anbieter weiterhin zum Teil satte Gewinne.

Den rasanten Wandel im Markt für Geschäftssoftware hat zuletzt die unter dem Titel „ERP-Z“ erschienene Studie zur Anwenderzufriedenheit im Bereich Business Software auf den Punkt gebracht. Stellte die Untersuchung der Zürcher Intelligent Systems Solutions (i2S) 2003 noch zwölf Module und Funktionsbereiche auf den Prüfstand, um einen repräsentativen Marktüberblick zu liefern, sind es nun, zehn Jahre später, bereits deren 32. Neben originären ERP-Modulen kommen immer öfter Lösungen aus dem Reich der Schatten-IT zum Einsatz, also IT-Systeme, die neben der offiziellen IT-Infrastruktur und ohne das Wissen des IT-Bereichs betrieben werden, wie Eric Scherer, Geschäftsführer und Partner von i2S, festhält.

Damit hat der Markt enorm an Dynamik gewonnen, obwohl allerdings eine Konstante geblieben ist: ERP-Märkte (Enterprise Resource Planning) sind immer lokal und werden von lokalen Anbietern oder lokalen Partnern globaler Anbieter beherrscht (Bild A). Dabei spielt die Schweiz laut Scherer eine Sonderrolle, weil es im Vergleich mit der Wirtschaftsleistung keine Wirtschafts- und Sprachregion der Welt gibt, wo so viele Unternehmen ERP-Systeme nutzen und gleichzeitig eine so umfangreiche und detaillierte Nutzung von ERP-Systemen auch bei kleineren Unternehmen erfolgt.

In dieser Besonderheit sieht Scherer denn auch den Grund dafür, dass eine extrem hohe Kundenerwartungen auf eine hervorragende Leistungsdichte trifft. Der Nachteil ist, dass die Schweizer Verhältnisse deshalb von ausländischen ERP-Anbietern bisweilen als kompliziert und pedantisch eingestuft werden.



„Eine neue, Cloud-fähige Applikations-Architektur ist zeitgemäss und macht den Weg frei für zahlreiche neue Anwendungen.“

**Urs Berli**, Verkaufsleiter  
Vertec Gruppe



**KMU bei der ERP-Auswahl:** Herausfinden, ob die Software passt und die eigenen Anforderungen abbilden kann (Bild A)

## Neue Möglichkeiten erschliessen

Die Schweizer Unternehmenslandschaft wird mit 99,8 Prozent von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) dominiert. Insgesamt ist von rund 300'000 KMU die Rede, denen eine seit Jahren relativ stabile Auswahl von rund 850 ERP-Anbietern gegenüberstehen.

Viele dieser Hersteller erwirtschafteten 2013 zum Teil erheblich gewachsene Umsätze. Opacc in Kriens etwa hat nach eigenen Angaben 2013 gar das erfolgreichste Jahr der 25-jährigen Firmengeschichte hinter sich. Zwar gibt die Firma keine Zahlen bekannt, doch Branchenkenner gehen davon aus, dass die Krienser mit einem Umsatz von rund 30 Millionen Franken etwa 15 Prozent über dem Vorjahr lagen. Zahlen nennt auch Urs Berli, Marketing- und Verkaufsleiter Vertec Gruppe, keine, erklärt aber, dass die Kundenbasis gegenüber dem Vorjahr um knapp zehn Prozent gewachsen sei. Bereits im vergangenen Geschäftsjahr hatte die Zürcher Softwareschmiede mit einer Dependence in Hamburg in der gleichen Grössenordnung zugelegt.

Für Opacc-Chef Beat Bussman (siehe Interview) steht zwar ausser Frage, dass der Markt gesättigt

ist, da tatsächlich heute praktisch alle Unternehmen bereits Business Software im Einsatz hätten. Doch solange der Wettbewerb in den Märkten der ERP-Kunden spiele, sei der Druck für Veränderungen hoch. Wer seinen Umsatz steigern will, kann also nicht mehr nur darauf hoffen, neue Kunden im hart umkämpften Umfeld zu gewinnen, muss vielmehr mit neuen Möglichkeiten für die bestehende Kunden trumphen und neuen Angebote lancieren. Damit legen die ERP-Anbieter selbst die Latte hoch, und nur wer bei den Innovationen mithalten kann, wird erfolgreich im Geschäft bleiben.

Berli sieht denn auch noch erhebliche Verbesserungspotenziale: „Viele Ingenieure, Be-



**Standardsoftware:** Zusatznutzen als Treiber für die Kaufentscheidung (Bild B)

rater oder andere projektorientiert arbeitende Dienstleister arbeiten mit Excel und Word sowie selbst entwickelten Lösungen als Planungstools“. Hier setze Vertec beispielsweise mit der Integration von Outlook, Word und Excel in die ERP-Umgebung an.

Einig sind sich die beiden Anbieter darin, dass mit der eigenen, modular aufgebauten Standardsoftware den KMU ein Zusatznutzen geliefert werden muss. „Der Zusatznutzen und das Effizienzsteigerungspotential oder die Herausforderung der Wartung der Eigenlösungen sind Treiber für eine Kaufentscheidung“, so Berli (Bild B). Konkret wolle man deshalb sämtliche Wertschöpfungsprozesse abdecken, inklusive Kundenbeziehungspflege, Projektmanagement, Leistungserfassung, Fakturierung, Budgetkontrolle sowie Nachkalkulation und Benchmarking (Business Intelligence).

### Mit den KMU Innovationen umsetzen

Auch Bussmann unterstreicht, dass man neue Geschäftsfelder in bisher noch ungenutzten Sektoren in den KMU erschliesse wolle und nennt unter anderem Projekte im Be-



Customer Relationship Management: Neue, ungenutzte Geschäftsfelder erschliessen (Bild C)

reich Rationalisierung und Qualitätssicherung. Hier gehe es gerade nicht um wertschöpfende Prozesse, sondern um weiche Prozesse wie CRM (Customer Relationship Management), Kampagnen- und Retouren-Management, Kundenreklamationen, Partner-Management oder auch Bemusterungen (Bild C). Wer wie Opacc mit seiner Plattform solche Aufgaben nahtlos in bereits vorhandene Systeme integrieren könne, erschliesse ebenfalls neue Potenziale, so der Opacc-Chef.

Für Berli ist ohnehin klar, dass das Potenzial von Standardsoftware bei den Professional Services nach wie vor nicht ausgeschöpft

ist. Gerade integrierte CRM- und ERP-Branchenlösungen würden geschätzt, weil sie flexibel an Kundenanforderungen angepasst werden können – „und dies bei garantierter Update-Fähigkeit“, wie der Vertec-Verkaufsleiter betont. Um die eigene Attraktivität halten zu können, habe man etwa in eine frische Benutzeroberfläche investiert. „Zudem macht eine neue, Cloud-fähige Applikations-Architektur den Weg frei für zahlreiche neue Anwendungen“, so Berli weiter.

Einigkeit herrscht bei den ERP-Herstellern auch darin, dass bei der Auswahl eines Systems nicht nur der Funktionsumfang oder die Kosten der Software eine grosse Rolle spielen. Neben der Leistungsfähigkeit wird Branchen-Know-how erwartet. Statt wie bisher Allround-Lösungen werden gerade auch KMU künftig moderne Systeme verlangen, die sich schnell und ohne komplexe Code-Änderungen an veränderte Situationen anpassen lassen. Flexible und kostengünstige Standardlösungen sind weiter auf dem Vormarsch. ■

Volker Richert

## Swisstalk „Der Druck für Veränderungen muss hoch bleiben“



Trotz gesättigtem Markt konnten einige Schweizer ERP-Hersteller 2013 erheblich Zuwächse verbuchen. Beat Bussman, CEO von Opacc Software, spricht gar vom erfolgreichsten Jahr der 25-jährigen Firmengeschichte.

**Online PC:** Warum war 2013 ein so erfolgreiches Jahr?

**Beat Bussman:** Das Wachstum war gut verteilt. Wir konnten mehr Neukunden gewinnen und durften bei bestehenden Kunden mehr zusätzliche Projekte realisieren. Das hat sich sowohl bei den Lizenzen wie auch bei den Dienstleistungen positiv ausgewirkt. Des Weiteren stellen wir fest, dass die Komplexität der Kundenanforderungen zunimmt. Die Projekte werden anspruchsvoller und umfangreicher.

**Online PC:** Aber der Markt scheint gesättigt.

**Bussman:** In der Tat haben heute praktisch alle Unternehmen bereits Business Software im Einsatz. Die zunehmende Vernetzung der Wertschöpfung unter den Unternehmen und der Online-Handel mit Geschäftspartnern und Kunden stellen erhöhte Anforderungen an die Lösungen. Wir sind für beide Anforderungen sehr gut aufgestellt und erhalten entsprechend viele Anfragen.

**Online PC:** Was heisst das konkret?

**Bussman:** Der eben genannte Veränderungsdruck führt dazu, dass unflexible Lösungen abgelöst werden müssen. Wer eine unflexible Lösung hat, ist bereit zu inves-



Beat Bussmann, CEO Opacc Software in Kriens

tieren, wenn sich daraus Chancen für das Unternehmen ergeben. Da Flexibilität eine zentrale Qualität unserer Produkte darstellt, sind wir attraktiv für Neukunden und können gleichzeitig unseren bestehenden Kunden die gewünschten Ausbauten anbieten.

**Online PC:** Wo investieren Ihre Kunden am meisten?

**Bussman:** Bestehende Kunden investieren am meisten in das Online-Geschäft, das Dokument-Management und die weichen Prozesse. Im Online-Geschäft sind heute zahlreiche Lösungen der ersten Generationen im Einsatz. Damit haben viele KMU erste Erfahrungen im E-Business gesammelt. Wer damit erfolgreich ist, möchte nun den nächsten Schritt machen. Dabei steht die Verknüpfung mit den vor- und nachgelagerten Prozessen im Fokus. Es geht dabei um das Product-Data-Management und die integrale Abwicklung der nachgelagerten Transaktionen wie beispielsweise Auslieferung,

Verrechnung, Retouren, Reklamationen und Bonusprogramme. Da wir mit dem Enterprise-Shop und unserem EPR in beiden Geschäftsfeldern tätig sind, können wir Kunden in beiden Bereichen unterstützen.

**Online PC:** Und das Dokumentmanagement?

**Bussman:** Dabei geht es darum, auf sämtliche Dokumente unmittelbar und prozessbezogen zugreifen zu können. Im Service-Geschäft ist es wichtig, dass alle relevanten Dokumente, wie beispielsweise technische Spezifikationen oder Wartungsanleitungen, auch mobil und offline zur Verfügung stehen.

**Online PC:** Sehen Sie den Zenit der Branche erreicht?

**Bussman:** Solange der Wettbewerb in den Märkten spielt, ist der Druck für Veränderungen hoch. Es werden in fünf Jahren sicher neue Themen auftauchen, aber die Kunden werden nach wie vor investieren, wenn sie ihre Marktposition dadurch verbessern können.

**Online PC:** In welchen Geschäftsfeldern werden Sie als Hersteller künftig investieren?

**Bussman:** Wir haben in den letzten Jahren sehr viel in die Architektur unserer Opacc-Plattform investiert. In den nächsten Jahren werden wir vermehrt in mobile Anwendungen, das Product-Data-Management, den Enterprise-Shop sowie in noch flexiblere Analyse-Möglichkeiten investieren. vr