

ANALYST VIEW⁺

Die Wiedergeburt von ASP: Software as a Service

Application Service Providing war eigentlich nur noch eine schöne Erinnerung an die stürmische New Economy Zeit – bis im Fahrwasser von Salesforce.com und Open Source Anbietern wie Wice auch traditionelle Software-Anbieter diesen Weg zum Kunden entdeckt haben.

Unter dem Schlagwort Software as a Service (SaaS) etablieren sich insbesondere Anbieter aus dem Customer Relationship Management Bereich in der schnell wachsenden Nische und bieten ein Rundum-Sorglos-Paket an. Passend dazu können sich Anwenderunternehmen die Bereiche Sales Force Automation und Marketing Automation am ehesten als Einsatzgebiet für gemietete Software vorstellen.

Besonders Kleinunternehmen und mittelständisch strukturierte Firmen entdecken die Vorteile zunehmend für sich, sich nicht um den laufenden Betrieb ihrer Anwendungen kümmern zu müssen.

Dabei liegt der Charme der SaaS-Angebote nicht nur im Deployment, sondern mit dem Preismodell, dass ein geringeres Risiko durch die Vermeidung von unnötig gekauften Lizenzen darstellt. Was nicht genutzt wird, wird gekündigt. Obwohl Unternehmen dieses Abomodell kurzfristig schätzen, wird die Sorge vor den permanenten Abokosten über einen langfristigen Zeitraum als Nummer 1 Grund gegen SaaS angeführt.

Die Anbieter von Lizenz-Software nehmen zunehmend SaaS-Modelle in das eigene Portfolio auf, müssen dabei aber sicher stellen, dass ihr Code dafür tauglich ist und die Datacenters skalierbar, sicher und ausfallsicher.

Nicht zu vergessen, dass börsennotierte Anbieter eine gute Story brauchen, um den Finanzanalysten den Wechsel beziehungsweise die Ergänzung des Geschäftsmodells plausibel zu machen.

Wenn es schnell gehen muss mit dem Angebot, bleibt hauptsächlich nur der Kauf am Markt bereits im Bereich SaaS agierender Unternehmen, so wie Siebel das mit edocs, Ineto und Upshot vorgemacht hat. Alternativ kann der Betrieb ausgelagert werden, wie es Blue Martini und Kana machen.

Aber auch Anwender-Unternehmen müssen sich zumindest gedanklich umstellen. Natürlich lassen sich auch SaaS-Lösungen anpassen, aber nicht in dem Maße, wie das bei gekaufter Software möglich sein kann – mit einer Standard-Software hat dann allerdings das Resultat auch nichts mehr zu tun.

Auch die Integration in bestehende ERP-Anwendungen ist möglich, von Fall zu Fall aber keine leichte Aufgabe, denn üblicherweise sind Point-to-Point oder Middleware-unterstützte Integrationen notwendig mit der Schwierigkeit der Real-Time-Integration.

Wichtig für Anwenderunternehmen sind auch die Service-Level-Agreements in den Verträgen. Wichtig ist das Thema Verfügbarkeit, denn für Updates und Wartungsarbeiten kann es schon einmal zu Zugriffsproblemen kommen. Auch sollten sich Anwenderunternehmen das Thema der Datenrückgabe nach Beendigung der Geschäftsbeziehung genau anschauen, nicht dass es am Ende zu Unstimmigkeiten oder unerwarteten Kosten kommt.

Hewson Group

Hewson Group bietet seinen Kunden unabhängige und objektive Beratung und Marktforschung. Das Team hat sich auf Hersteller- und Anwenderberatung in den Themengebieten Customer Relationship Management (CRM), Supply Chain Management (SCM) und Enterprise Resource Planning (ERP) spezialisiert. Bei Fragen wenden Sie sich bitte direkt an Frank Naujoks, entweder per Telefon unter +49 (0) 221 977 52 36 oder per E-Mail naujoks@hewson.de