

INSIGHT

Software auf dem Weg zur Dienstleistung

Software kaufen, mieten, selbst betreiben oder betreiben lassen: Hersteller versprechen Anwendern die Wahl zu haben, wie sie Applikationen nutzen, doch Versprechen und Wirklichkeit klaffen noch auseinander.

Heutzutage sind Software und dazugehörige Dienstleistungen noch weitgehend getrennt abgerechnete Bereiche, doch zunehmend finden Anwender Angebote aus einer Hand, bei denen sie neben der Softwarelizenz auch gleich für Leistungen wie Inbetriebnahme oder Service und Support zahlen. IDC bezeichnet diese Form des Angebots als "Software as a Service" (SaaS).

Der Hauptvorteil von Software as a Service (SaaS)-Angeboten ist der laufende Support der Applikationen durch den Anbieter. Dabei lassen sich zwei unterschiedliche Modelle unterscheiden: Hosted Application Management (Hosted AM) und Software on Demand. Üblicherweise werden beim Hosted AM-Modell die Lizenzen einmalig gekauft und die jährlichen Wartungsgebühren an den Hersteller bezahlt; der Lizenzvertrag und der Hosting-Vertrag sind separate Verträge. Die meisten Hosted AM-Verträge erlauben ein Customizing der Applikationen, das üblicherweise extra bezahlt werden muss.

Dieses Dienstleistungskonzept fasst Software, Services und Support einer Applikation zusammen, das in der Regel speziell für eine One-to-Many Verteilung konzipiert worden ist und bei der der Zugriff über das Internet erfolgt, wobei einige Anbieter auch Offline-Module als Ergänzung anbieten. Die Applikation wird an einem zentralen Ort für alle Anwender betrieben und der Mietpreis enthält die Bestandteile für die Softwarelizenz und das Hosting der Lösung. Die Möglichkeiten zum Customizing sind allerdings bis auf Konfigurationsänderungen sehr eingeschränkt und bieten nicht für jeden Anwender die geforderte Flexibilität.

In den 90er Jahren war unter dem Namen Application Service Provisioning (ASP) ein ähnliches Modell schon einmal im Angebot, konnte sich aber unter anderem aus technischen Gründen nicht am Markt behaupten. In den letzten Jahren hat sich allerdings die technologische Basis für on Demand Angebote verbessert. Damit einhergehend ist auch die Akzeptanz auf der Anwenderseite gestiegen. Dazu haben die Angebote beispielsweise von CRM-Lösungen etablierter Unternehmen wie SAP, Siebel Update und bald auch Microsoft ein gutes Stück beigetragen.

Was in den Marketingpräsentationen schon reibungslos funktioniert, stellt die Software-Anbieter und Systemintegratoren aber zurzeit noch vor große Herausforderungen: Insbesondere ein geeignetes Abrechnungsmodell und die unternehmensindividuellen Anforderungen an Software und Prozesse bereiten noch Schwierigkeiten.

Zwar gibt es schon heute Mietmodelle wie sie beispielsweise von CRM-Herstellern wie Salesforce.com, Siebel, Update oder neuerdings auch SAP angeboten werden.

Aber dort binden sich die Anwender in der Regel mit ein- bis zweijährigen Verträgen und abgerechnet wird pro Anwender und den freigeschalteten Funktionalitäten. Ein kurzfristiges Rauffahren der Kapazitäten und Funktionalitäten, beispielsweise für Weihnachtswerbung ist zwar möglich, die Hersteller belohnen aber längerfristige Verträge mit deutlichen Preisnachlässen.

SaaS im Visier

In einer im Jahr 2005 durchgeführten Befragung von 468 Anwendern in Westeuropa, begründen 60 Prozent der Befragten ihr Interesse an Software as a Service mit einem anstehenden großen Software Upgrade, 55 Prozent suchen Möglichkeiten zur IT-Kostenreduzierung und mehr als 40 Prozent erhoffen sich Produktivitätsverbesserungen der Mitarbeiter. In rund 40 Prozent der Fälle soll SaaS eine bestehende Applikation ersetzen beziehungsweise ergänzen, knapp jeder fünfte Anwender setzt noch nicht im Einsatz befindliche Lösungen ein. Als Gründe, SaaS nicht in Betracht zu ziehen, nennen die Anwender Sicherheitsbedenken, mangelndes Customizing und die aufwändige Integration in bestehende Lösungen.

Interessant ist, dass die Unternehmen, die bereits "Software as a Service"-Konzepte in Anspruch nehmen, überwiegend Kleinunternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern und Großunternehmen mit mehr als 10.000 Beschäftigten sind. Diese Kaufgewohnheiten sind nicht ungewöhnlich im Vergleich zu anderen Einführungstrends in der Softwareindustrie. Große Unternehmen sind traditionell die Early Adopters, die kleineren Unternehmen folgen mit einigem zeitlichen Abstand. Allerdings bedeuten diese Zahlen nicht, dass im Gesamtunternehmen SaaS eingesetzt wird, es sind typischerweise einzelne Geschäftsbereiche, Abteilungen oder Regionen. Bei den on Demand Angeboten wird auch schnell der Fokus auf mittelständische Unternehmen deutlich, denn Salesforce.com hat beispielsweise eine durchschnittliche Anwenderzahl von weniger als 20 pro Unternehmen. Selbst wenn es in Deutschland Ausnahmen mit ein paar Hundert Anwendern gibt, die Mehrheit sind kleine Installationen.

Einsatzgebiete

Von den Befragten setzen beispielsweise mehr als 40 Prozent SaaS im Bereich der Lohnabrechnung ein, mehr als 35 Prozent setzen SaaS im Bereich Accounting ein, mehr als 30 Prozent nutzen Web Conferencing Tools, Sales Force Automation Lösungen werden von einem Viertel der Befragten als SaaS bezogen und weniger als 10 Prozent setzen SaaS für den Bereich Product Life-Cycle Management ein.

40 Prozent der Befragten nennen als durchschnittliche Laufzeit der SaaS-Verträge ein bis zwei Jahre, in knapp 20 Prozent der Fälle sind es mehr als fünf Jahre. Bei diesen Antworten werden auch wieder die beiden Spielarten des SaaS-Konzeptes deutlich. Die on Demand Verträge haben eher eine kürzere, maximal drei Jahre lange Laufzeit, bei Application Management Verträgen werden in der Regel längere Laufzeiten vereinbart.

Enterprise Applications

Im Bereich der Enterprise Applications werden sowohl die on Demand Modelle als auch die Application Management Modelle in den nächsten Jahren zulegen. Prominentester Vertreter aus dem Bereich on Demand ist der CRM-Anbieter Salesforce.com, aber auch Enterprise Resource Planning Software ist beispielsweise von Collmex oder Semiramis zur Miete erhältlich. Doch auch mittelfristig ist nicht davon auszugehen, dass der Bereich SaaS mehr als fünf bis zehn Prozent der gesamten Software-Erlöse ausmachen wird. Lediglich in Teilssegmenten wie beispielsweise CRM ist ein größerer Anteil nicht auszuschließen, denn die Angebote auch der seit Jahren etablierten Hersteller wie SAP, Siebel, Update oder auch Microsoft nehmen zu.

Für die Anbieter bedeutet diese Ergänzung des Portfolios eine Umstellung sowohl im Vertriebs- als auch im Erlösmodell. Statt einmaligem Softwareverkauf und anschließender Wartungserlöse fließen die Einnahmen monatlich und die Verträge können leichter geändert werden.

Im Bereich Application Management ändert sich das Erlösmodell der Softwarehersteller erst einmal nicht, denn in der Regel werden die Lizenzen wie gehabt gekauft und dann von Dienstleistern betrieben. Dieser Dienstleister kann entweder das Softwarehaus selber sein, wie es beispielsweise SAP in einem umfangreichen "Managed Services" genannten Angebot macht, oder aber ein IT-Dienstleister wie T-Systems sein, der beispielsweise mit dem Angebot "Dynamic Services for SAP Solutions" den Betrieb der Infrastruktur, Wartung und Benutzerservices übernimmt. Dabei haben die Vertragslänge, die insgesamt bezogene Leistungsmenge und die Länge der Bezugsdauer einzelner Leistungskomponenten wie beispielsweise zusätzliche Schulungs- oder Projektsysteme Einfluss auf die Kosten.

Gleichgültig, welche Spielart von SaaS gewählt wird, Anwender verlangen nach einem Dienstleister, der ihre individuellen Geschäftsprobleme verringert. Um erfolgreich zu sein, müssen Anbieter das Geschäft, die Branche und die damit verbundenen Herausforderungen ihrer Kunden genau kennen und verstehen.

Die gute Nachricht ist, dass es für on Demand Anbieter noch ausreichend Möglichkeiten gibt, ihre Leistungen den potenziellen Kunden zu demonstrieren. Denn wenn es den Anbietern gelungen ist, einer Fachabteilung ein dringendes Problem zu lösen, das die eigene IT-Abteilung nicht beheben konnte, besteht eine gute Chance, auch weiteren Abteilungen im Unternehmen zu helfen und auf diesem Weg einen Einstieg zu finden. Ob sich on Demand unternehmensweit durchsetzen kann, hängt sehr stark von den spezifischen Gegebenheiten ab; so sind beispielsweise Unternehmen mit verteilten Umgebungen und jeweils nur wenigen Mitarbeitern leichter zu überzeugen, da die anfallenden Support- und Maintenance-Arbeiten vom Anbieter zentral übernommen werden.

Anwenderwünsche

Die Anwender erwarten von ihren Softwarekäufen einen Mehrwert. Zwar sind heute eine Vielzahl von Produkten verfügbar, die über leistungsfähige Features und Funktionen verfügen, doch in der Anwendererfahrung enttäuschen. Elemente der Software as a Service Angebote, beispielsweise das Pricing, das Delivery oder der Bereich Service und Support sind so angelegt, dass sie dem Anwender positive Erfahrungen durch den Gebrauch der Software beschere und sie sind erfolgreich in Bereichen, in denen die traditionellen Produkte nur unzureichende Angebote gemacht haben oder zu viel Funktionalitäten geliefert haben, so dass die Anwender überfordert gewesen sind.

Um erfolgreich zu sein, muss es den Anbietern gelingen, den Anwendern zu verdeutlichen, dass Software as a Service für eine schnelle Einführungszeit, kalkulierbare Kosten und eine Verlagerung des Implementierungs- und Infrastrukturrisikos steht. Nachrichten über längerfristige Ausfallzeiten, mit denen Salesforce.com vor Wochen zu kämpfen hatte, sind bei dieser Überzeugungsarbeit nicht hilfreich und verdeutlichen den Anwendern die neuralgischen Punkte und Abhängigkeiten des gewählten Lösungswegs.

Autor: Frank Naujoks

Copyright Notice

This IDC research document was published as part of an IDC continuous intelligence service, providing written research, analyst interactions, telebriefings, and conferences. Visit www.idc.com to learn more about IDC subscription and consulting services. To view a list of IDC offices worldwide, visit www.idc.com/offices. Please contact the IDC Hotline at 800.343.4952, ext. 7988 (or +1.508.988.7988) or sales@idc.com for information on applying the price of this document toward the purchase of an IDC service or for information on additional copies or Web rights.

Copyright 2006 IDC. Reproduction is forbidden unless authorized. All rights reserved.