

## Klein aber fein – Der ERP-Markt im Mittelstand

Angefeuert durch eine Reihe namhafter Marktanalysten wurde 2003 über alle News-Ticker immer wieder eine Botschaft gesendet: „Der Markt für betriebliche Software-Lösungen wird zum Spielball der Giganten. Neben dem Marktführer SAP AG werden außer Microsoft bestenfalls noch Oracle und Peoplesoft verbleiben!“

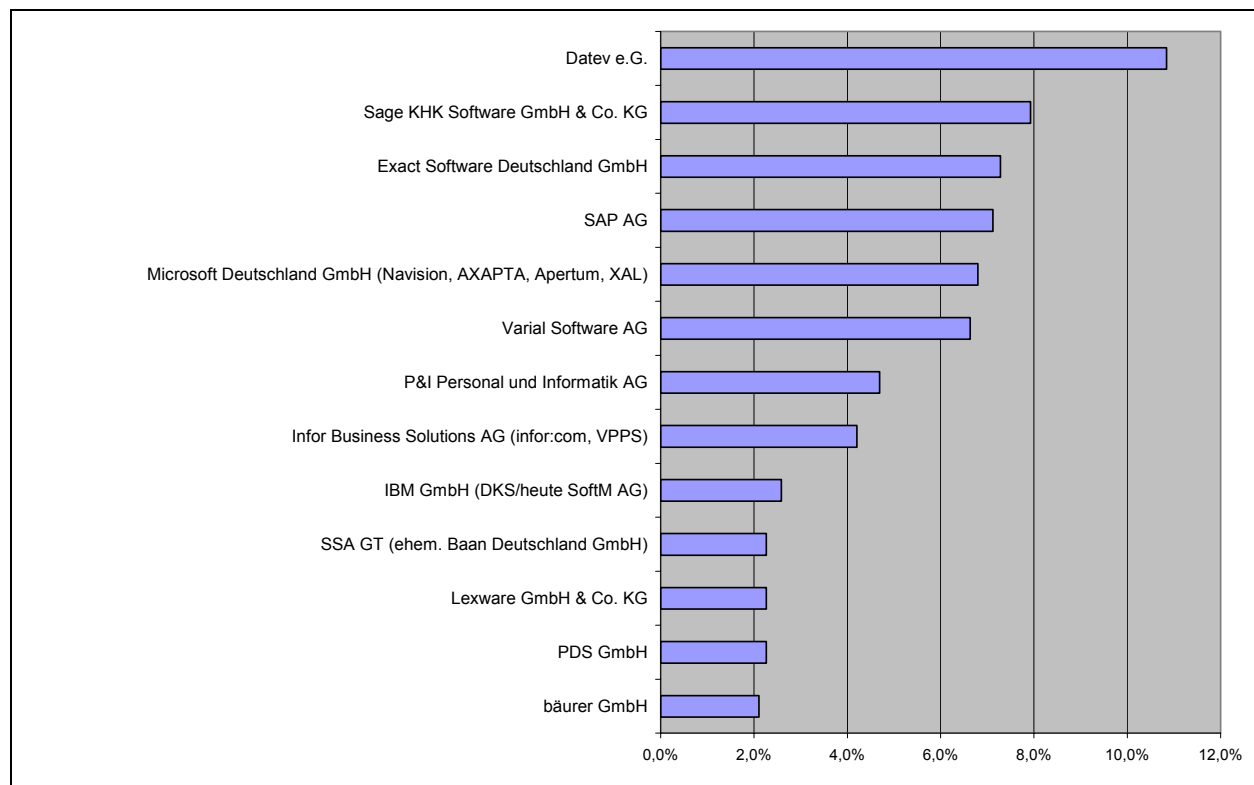
Es ging sogar noch weiter: Angesichts der Hängepartie in der Übernahmeschlacht zwischen Oracle und Peoplesoft, die in jeder Tageszeitung zu verfolgen war, wurde dem interessierten Software-Anwender jeder Provenience schnell klar gemacht, dass die Zukunft seiner Software-Infrastruktur entweder bei SAP in Walldorf oder bei Microsoft in Redmond liegt.

Diese Aussagen stehen im deutlichen Widerspruch zur Realität in mittelständischen Unternehmen, die sich aktuell mit der Anschaffung einer neuen Software-Lösung befassen: So bezogen mittelständische Unternehmen in allen 170 Projekten, die im Jahr 2003 über den IT-Matchmaker - einer durch die Trovarit AG betriebenen Internetplattform für die Software-Auswahl ([www.it-matchmaker.com](http://www.it-matchmaker.com)) – durchgeführt wurden, jeweils zwischen 10 und 15 Software-Lösungen in die engere Auswahl ein. Entsprechend groß war die Palette der Anbieter, die schließlich mit der Software-Einführung beauftragt wurden.

### Marktstudie zeigt: „Bunte Vielfalt im Mittelstand“

Für die Trovarit AG war diese Diskrepanz Anlass, gemeinsam mit dem Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR) an der RWTH Aachen eine Bestandsaufnahme der Standard-Software-Lösungen in mittelständischen Unternehmen des produzierenden Gewerbes durchzuführen. Zu diesem Zweck wurde 2003 eine Befragung durchgeführt, an der sich 845 Unternehmen mit Sitz in Deutschland beteiligt haben.

Die Ergebnisse der Studie bestätigen die Zweifel recht eindrucksvoll (Abb.):



**Abb. 1: Verbreitung von Software-Herstellern im Mittelstand (n = 618 Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitern; © Trovarit AG 2004)**

Betrachtet man im Kreis der Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitern nicht den Marktanteil der Software-Anbieter im Sinne von Umsatzerlösen - was sicherlich für jeden Finanzanalysten sehr interessant ist – sondern fragt danach, mit welcher Software-Lösung die Mittelständler ihr Tagesgeschäft bestreiten, dann weist dieses Marktsegment eine erstaunliche Vielfalt auf: Statt des vielfach kolportierten Marktanteils von mehr als 50% werden die Lösungen der SAP AG hier von gerade mal 7,1% der befragten Anwender eingesetzt. Übertroffen wird der vermeintlich unangefochtene Marktführer dabei sogar recht deutlich von Datev e.G., der Sage KHK GmbH und Exact Software GmbH. Auf den Plätzen folgt dann zwar Microsoft (Geschäftsbereich Business Solutions) mit ca. 6,8% auf dem Fuße. Microsoft ist damit aber im Grunde genommen auch nur der Anführer einer Phalanx von ca. 30 Software-Herstellern, die unter den Anwender-Unternehmen zumindest eine Verbreitung von 1,0 % aufweisen.

Die Vielfalt des Software-Marktes im Mittelstandssegment wird auch dadurch deutlich, dass von den befragten ca. 618 Unternehmen über 300 verschiedene Software-Lösungen in Aufgabenbereichen eingesetzt werden, die im weiteren Sinne dem Enterprise Resource Planning (ERP) zuzuordnen sind – dem Einsatzfeld, das die meisten großen Anbieter für ihre Software-Lösungen beanspruchen. Im Durchschnitt finden sich in jedem Anwenderunternehmen Software-Lösungen von zwei Software-Anbietern. Dabei werden in den eher kaufmännischen Unternehmensbereichen des Personal- und/oder Rechnungswesens oft andere Lösungen eingesetzt als in den operativeren Unternehmensbereichen wie der Produktion, der Materialwirtschaft oder dem Vertrieb. Die Tendenz, Standard-Software-Lösungen mehrerer Hersteller zu betreiben, steigt im Mittelstand mit zunehmender Unternehmensgröße. Offensichtlich beschränkt sich die Mehrzahl kleiner Unternehmen (<50 Mitarbeiter) hier auf das Notwendigste in Sachen Software und behilft sich darüber hinaus mit Hilfsmitteln aus dem Bereich der Office-Lösungen (z.B. MS-Excel, MS-Access) von Microsoft.

### **Mittelstand ist nicht gleich Mittelstand**

Eine weitergehende Analyse der Verbreitung der Marktführer im Mittelstand zeigt jedoch auch, dass die etablierten Analysten mit ihren Aussagen zumindest für den Markt des gehobenen Mittelstandes sowie der Großunternehmen nicht wirklich falsch liegen: Demnach finden sich die Software-Pakete der Sage KHK und der Datev e.G. vor allem in kleineren Unternehmen während die Verbreitung von SAP R/3 bzw. der mySAP Business Suite mit zunehmender Unternehmensgröße dramatisch ansteigt. In der Kategorie der Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern liegt die Marktdurchdringung von SAP bereits bei ca. 40,0 % während hier die Verbreitung von Sage KHK oder der Datev e.G. hier gegen Null tendiert. Daraus lässt sich folgern, dass im Hinblick auf die Eignung von Software-Lösungen Mittelstand nicht gleich Mittelstand ist. Lediglich Microsoft Business Solutions bringt mit einer recht breiten Produktpalette das Kunststück fertig, seine Lösungen sowohl kleinen Unternehmen als auch dem gehobenen Mittelstand schmackhaft zu machen.

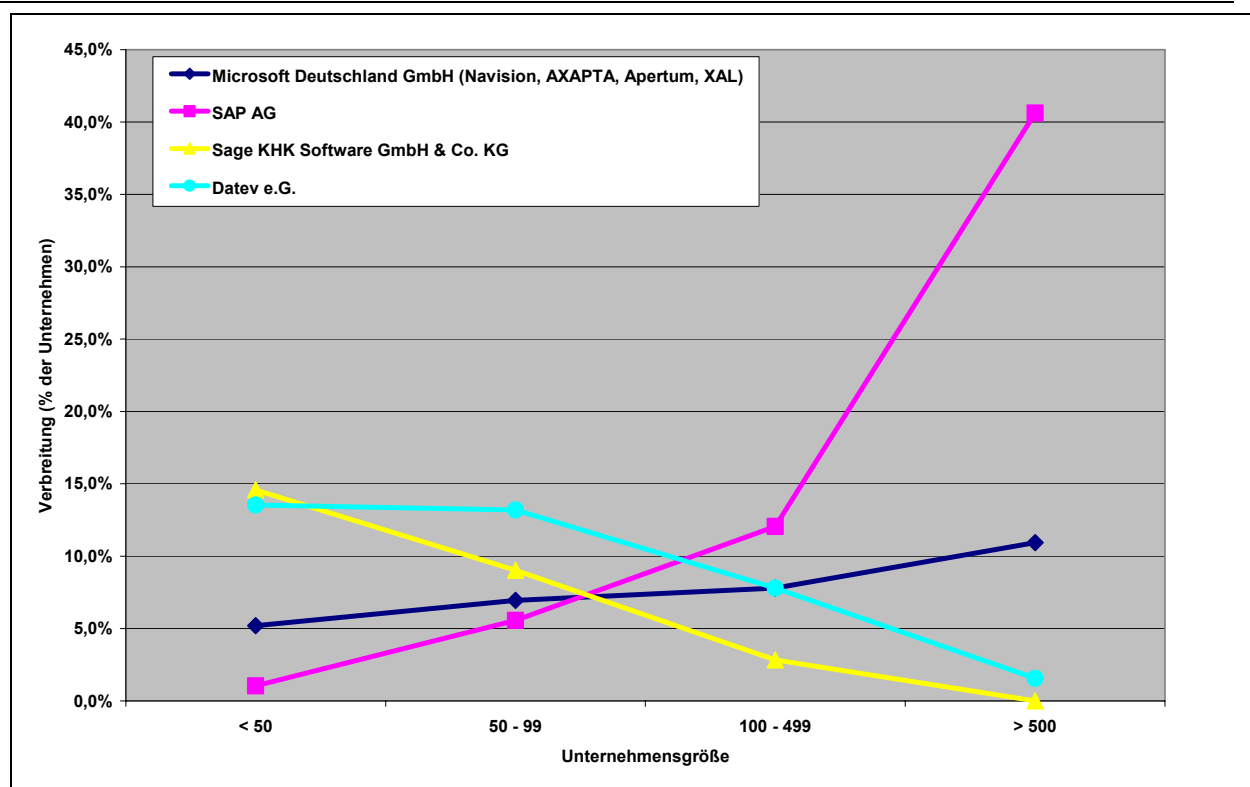


Abb.: Verbreitung von ausgewählten ERP-Anbietern nach Größenklassen (n = 682 Unternehmen; © Trovarit AG 2004)

### Wer die Wahl hat, hat die Qual!

Was heißt das nun für den Software-Anwender aus dem Kreis der mittelständischen Unternehmen? Positiv ist sicherlich, dass derzeit kaum ein Mittelständler befürchten muss, mangels Alternativen von dem einen oder anderen Software-Anbieter gegängelt zu werden. Ebenso bestehen gute Aussichten, dass sich auf dem Markt ein Spezialist finden lässt, der eine Lösung ganz nach den jeweiligen Anforderungen anbietet und gleichzeitig seinen zukünftigen Kunden auch als solchen wahrnimmt sowie dauerhaft betreut.

Schließlich muss man angesichts der bei einem großen Anbieterkreis offensichtlich vorhandenen Kundenbasis auch nicht zwingend fürchten, dass den kleineren Anbietern kurzfristig „die Luft ausgeht“. Die vielen Hiobsbotschaften über Insolvenzen aus der 2. Liga der Software-Anbieter gehen möglicherweise eher auf das Konto des Börsen-Hypes und der damit verbundenen aberwitzigen Expansionsbestrebungen als auf die fehlende Tragfähigkeit des angestammten Software-Geschäftes dieser Anbieter.

Doch wie immer im Leben hat die Vielfalt des Anbietermarktes auch eine Kehrseite: Da es sich kaum ein Mittelständler leisten kann, den Software-Markt laufend zu beobachten, fällt es in der Regel schwer, den richtigen Spezialisten auch zu finden. Da bleibt dann oft nur die Hinwendung zu den bekannten Markennamen, und dies sind in aller Regel „SAP“, „Microsoft“ (bzw. auch heute noch „Navision“) oder „Oracle“. Zugleich stellt sich bei diesen Anbietern die Frage nach der Zukunftssicherheit meist erst gar nicht. Auf der anderen Seite haben sich einige der großen Anbieter in der Vergangenheit nur sehr bedingt dadurch hervorgetan, dass sie den Mittelstand als Zielgruppe wirklich ernst nehmen. Wobei Microsoft von dieser Aussage ausgenommen werden muss, da sich hinter dem Microsoft-Angebot mit Navision ein ehemals eigenständiger Anbieter verbirgt, der seit jeher gut im Mittelstand etabliert ist.

Kritisiert wird dabei vielfach, dass die angebotenen Software-Lösungen zu komplex und zu teuer in Einführung und Unterhalt seien. Darüber hinaus fühlen sich viele Mittelständler bei

den großen „Alles-Könnern“ oftmals nicht gut betreut: Vielfach findet man schon während der Implementierung keine gemeinsame Sprache. Neben vielen Anglizismen und IT-Phrasen wird z.B. das fehlende Verständnis für die branchen- und unternehmensspezifischen Zusammenhänge bemängelt, das für die schnelle und sichere Einführung einer ERP-Lösung unerlässlich ist.

Angesichts der überall propagierten neuen Mittelstandsinitiativen großer ERP-Anbieter wurde vor diesem Hintergrund im Jahr 2003 die Frage heiß diskutiert, ob im ERP-Markt für den Mittelstand ebenfalls mit einer Konsolidierung vergleichbar zum Marktsegment der großen Unternehmen zu rechnen ist.

### **Marktkonsolidierung im Mittelstand?**

Wagt man hier den Blick in die Glaskugel, dann finden sich sowohl Triebkräfte, die für eine derartige Konsolidierung sprechen, als auch Barrieren, die einer Konsolidierung entgegen stehen:

Angetrieben wird die Konsolidierung sicherlich durch die Notwendigkeit, dass Software-Anbieter mit den technologischen Innovationen im IT-Bereich Schritt halten. Neue Technologien, z.B. Internet und Web-Services, erfordern vielfach eine radikale Erneuerung der bestehenden Software-Plattformen, deren Ursprung oft noch aus den 70er und 80er Jahren des letzten Jahrhunderts stammen. Für Software-Anbieter, die derartige Technologiesprünge noch vor sich haben, stehen demnach sehr hohe Investitionen an, die angesichts des verhaltenen Neulizenzgeschäftes nicht jeder der kleineren Anbieter wird tragen können.

Ein weiteres Argument für eine Konsolidierung der Anbieter-Landschaft ergibt sich aus der Marken-Bekanntheit und finanziellen Stabilität großer Software-Hersteller. Angesichts des unübersichtlichen Software-Marktes stellen Marke und Finanzkraft für viele Mittelständler wesentliche Orientierungspunkte bei der Auswahl einer Software-Lösung dar. Auch die Mittelstandsinitiativen der großen ERP-Anbieter fördern eine Konsolidierung des ERP-Marktes: Auf die vielfach geäußerte Kritik an hohen Einführungskosten und mangelndem Service reagieren die großen Anbieter mit einem intensiven Auf- bzw. Ausbau ihrer Partner-Netzwerke für den Mittelstand. Auf diese Weise akquirieren sie die Kompetenz zur Entwicklung von vorkonfigurierten Branchenlösungen und erreichen gleichzeitig eine flächendeckende Präsenz. Die regionale Nähe erleichtert nicht nur die Kundenbetreuung. Der Software-Anbieter – in diesem Fall ein Systemhaus oder Vertriebspartner – bewegt sich auch noch „auf gleicher Augenhöhe“ mit seinen Kunden.

Schließlich forcieren die in letzter Zeit platzierten Sonderangebote zur Finanzierung von Software-Investitionen eine Marktkonsolidierung: Derartige Instrumente zur Absatzfinanzierung, wie Leasing-Angebote mit sehr günstigen Konditionen (z.B. SAP und Microsoft mit 0%-Leasing) und gleichzeitig deutlich geringeren Bonitätsanforderungen an den Leasing-Nehmer, können sich nur sehr große Software-Anbieter leisten. Angesichts der traditionell geringen Kapitalausstattung im Mittelstand und einer zunehmend restriktiven Kreditpolitik vieler Banken kann ein attraktives Finanzierungsangebot durchaus ausschlaggebend für die Vergabe des einen oder anderen Software-Projektes sein. Ein letztes Argument für die Marktkonsolidierung leitet sich aus der wirtschaftlichen Situation von mittelgroßen Software-Anbietern ab: Zur Deckung ihrer Fixkosten benötigen diese eine kritische Masse an Neu- aber vor allem an Bestandskunden. In diesem Wettlauf um Marktanteile kaufen zur Zeit einige finanzstarke Software-Anbieter - alleine oder mit der Unterstützung von Beteiligungsgesellschaften - mittelgroße Software-Anbieter mit etablierter Kundenbasis auf (z.B. SSA GT/Baan oder Agilisys/Brain AG, Infor Business Solutions AG und zuletzt auch Varial Software AG). Auch auf diese Weise verschwinden einige etablierte Unternehmen vom Markt.

Diesen Argumenten stehen jedoch auch gewichtige Argumente gegenüber: So reduzieren kleinere Anbieter die Belastung durch die grundlegende Erneuerung ihrer Software-Produkte mittels Kooperationen. D.h., sie konzentrieren sich mit ihrem Angebot auf einen wichtigen Bestandteil eines ERP-Systems und überlassen die Neuentwicklung ergänzender Module ihren Partnern. Der mit großem Marketing-Budget erkaufte breiten Bekanntheit großer ERP-Anbieter setzen kleinere Anbieter die intensive Bearbeitung von Marktnischen (v.a. ausgesuchten Branchen) entgegen. Auf diesem Weg etablieren Branchenspezialisten (z.B. CSB-System AG in der Nahrungsmittelindustrie oder MBI<sup>®</sup> Software Company GmbH in der Möbelindustrie) ohne allzu großen Aufwand ihre Marke in einer überschaubaren Zielgruppe. Gleichzeitig verfügen sie für das jeweilige Einsatzgebiet über sehr ausgereifte, relativ schlanke Produkte, die sich leicht einführen lassen und den Anwender nicht überfordern. Den Mittelständler überzeugen hier nicht nur überschaubare Investitionen sondern auch die Tatsache, dass er die Branchenerfahrung und -Kompetenz des Software-Anbieters unmittelbar an der Software ablesen kann.

Auch in Puncto finanzieller Stabilität können sich diese - selbst eher mittelständisch geprägten - Anbieter meist sehen lassen: Aufgrund des deutlich geringeren Overhead weisen sie auch unter schwierigen Marktbedingungen oft eine erstaunliche Ertragskraft auf. Darüber hinaus zwingt die Komplexität eines breit aufgestellten Produktportfolios große Anbieter zu einer straffen Produktpolitik. Der daraus resultierende Zwang zu Release-Wechseln bzw. Wegfall der Wartung für alte Release-Stände wird seitens mittelständischer Unternehmen oft als überbordender Innovationsdruck bzw. fehlender Investitionsschutz wahrgenommen.

Schließlich gibt es auch aus der Sicht großer Anbieter Grenzen bzgl. der Attraktivität des Mittelstandssegmentes: So stellt der Aufbau und die Steuerung komplexer Partner-Netzwerke auch für die großen Anbieter eine enorme Herausforderung in Puncto Kommunikation, Qualifizierung und Qualitätssicherung dar. Dies ist nicht zuletzt mit erheblichen Kosten verbunden. Dem steht gegenüber, dass die Projektbudgets im Mittelstand bei weitem nicht die Erträge hergeben wie in Großunternehmen. Das Instrument der Vertriebspartnerschaften scheidet letztlich spätestens dann, wenn die Unternehmen der Zielgruppe kaum noch Möglichkeiten für das klassische Projektgeschäft bieten, wie es bei kleineren Mittelständlern der Fall ist. Da die Vertriebspartner heute vor allem auf das Dienstleistungsgeschäft im Rahmen einer Software-Einführung angewiesen sind, befinden sich in diesem Bereich etablierte „Out-of-the-Box“-Anbieter (z.B. Sage KHK GmbH) deutlich im Vorteil.

### **Fazit**

Die hier aufgeführten Argumente legen demzufolge nahe, dass es auch im Mittelstandssegment des ERP-Marktes zu einer Marktberreinigung kommen wird. Allerdings wird diese aller Voraussicht nach bei weitem nicht so gravierend ausfallen, wie im ERP-Markt für große Unternehmen. Das Motto „Klein aber fein“ lässt sich aus der Sicht größerer Software-Anbieter auf Kunden aus dem Mittelstand münzen. Angesichts fehlender Wachstumschancen im Großkundensegment wird es sie auch zukünftig motivieren, in die Erschließung des Mittelstand zu investieren. Aus der Sicht des Mittelstandes wiederum gilt dieses Motto gleichermaßen für eine Reihe von Software-Anbietern, so dass in diesem Segment auch zukünftig mit einer lebendigen Anbieter-Vielfalt gerechnet werden kann.

Autor: Dr.-Ing. Dipl.-Wirt.-Ing. Karsten Sontow, Vorstand Trovarit AG, Aachen.