

**All for One Steeb AG**

Suchbegriff 1. All for One, -Steeb AG

Verlag MEDIENHAUS Verlag GmbH, URL: [www.medienhaus-verlag.de](http://www.medienhaus-verlag.de)  
Redaktion IT-Mittelstand Redaktion, Tel.: 02204 9214 0, E-Mail: [redaktion@itmittelstand.de](mailto:redaktion@itmittelstand.de)



Ausgabe 01.06.2017 • Nr. 5/2017

Seite 28

Rubrik

Medientyp Fachpresse  
Erscheinungsweise 10 x jährlich  
Branche IT Management allgemein  
Bundesland Überregional

Publikation	verkauft	verbreitet	gedruckt	Reichweite Mio	Medien-Nr.
IT Mittelstand	457	16.103	16.271	0,09	9844

© Copyright des Artikels liegt beim Verlag

322.545.705



**051.069** | 10 | ▲ | 2

DIE ROLLE DER SYSTEMHÄUSER ALS TECHNOLOGIEÜBERSETZER

# INTERESSEN- VERTRETER DER ANWENDER



## Unterhalb der Konzernebene vertreiben die großen IT-Anbieter wie Microsoft und SAP ihre Produkte und Lizenzen in der Regel über Systempartner.

Deren Aufgabe besteht zumeist darin, die mehr oder weniger mächtigen Software-Lösungen in mittelstandskompatible Branchenpakete herunterzubrechen, verschiedene Software-Komponenten (ERP, CRM, BI) sinnvoll miteinander zu verbinden und vor allem Prozessberatung zu leisten. Mindestens ebenso wichtig ist jedoch die Wahrung der Anwenderinteressen in Richtung der Software-Lieferanten. >>>



# H



**HIESIGEN MITTELSTÄNDLERN WIRD HÄUFIG NACHGESAGT,** sie hätten hinsichtlich Digitalisierung einigen Nachholbedarf. Dieses Pauschalurteil mag in dem ein oder anderen Fall stimmen, besitzt aber sicher keine Allgemeingültigkeit, wenn man sich die führende Rolle deutscher Unternehmen auf dem Weltmarkt vor Augen führt. Vielleicht ist es manchmal auch genau andersherum, dass nämlich die Software-Riesen unter dem Gesichtspunkt der Gewinnmaximierung schlicht zu falsch vorantreiben, wenn sie neue Technologien und Architekturen (siehe Seite 32) oder neue Bezugsmodelle unter dem Namen Cloud so schnell und so flächendeckend wie möglich an den Mann bringen wollen. Denn Mittelständler können ihre IT- oder ERP-Landschaften in den seltensten Fällen von heute auf morgen umstellen oder in die Cloud transferieren, alleine schon aus datenschutztechnischen Gründen. Und selbst ohne juristische Fallstricke sind solche Schritte mit Bedacht zu gehen und sollten auf solider strategischer Planung sowie intensiver Beratung basieren. Genau hier kommen die Systemhäuser ins Spiel, einerseits mit ihrem Wissen um die Produkte, andererseits mit ihrem Branchen-Know-how.

## Branchenwissen erforderlich

„Microsoft als Technologie- und Plattformpartner liefert uns eine umfassende Palette professioneller Anwendungen und Cloud-Services“, sagt beispielsweise Georg Mersmann, Geschäftsführer bei GWS in Münster. Allerdings fehle dem Konzern die konkrete Adaption der Werkzeuge an die Herausforderungen in den jeweiligen Branchen, weshalb GWS im Produkt-Management, in der Entwicklung, im Consulting und im Vertrieb eine Reihe von Branchenfachleuten beschäftigt, die die jeweiligen Anforderungen kennen.

Begriffe wie Übersetzer, Mittler oder Botschafter fallen denn auch immer wieder, wenn die Repräsentanten der Systemhäuser ihre Rolle beschreiben sollen. Es geht laut Klaus Aschauer, Vorstand beim Microsoft-Partner Cosmo Consult, darum, Standard-Software ohne Branchenbezug so zu veredeln, dass komplexe branchenbezogene Anforderungen standardisiert für die jeweiligen Branchen abgebildet werden können. Dieses Argument greift auch Holger Behrens von Cormeta auf, der mit den SAP-Lösungen seines Unternehmens die ERP-Software eines Konzerns auch für den Mittelstand „begreif- und erlebbar“ – sprich einsetzbar – machen möchte.

Bei Kumavision sieht man sich eher als Anbieter von Business-Lösungen auf Basis von Microsoft-Technologien denn als klassisches Systemhaus, da man Beratungs- und Branchenkompetenz mit der Entwicklung,

Einführung und Betreuung von ERP- und CRM-Software verbinde. Dies bedeutet für Vorstand Markus Birk, von Microsoft nicht nur Technologien zu beziehen, sondern beim Konzern auch die Weiterentwicklung im Sinne der Anwender und Märkte aktiv einzufordern. „Gleichzeitig unterstützen wir unsere Kunden bei strittigen Lizenzfragen oder kritischen Support-Fällen.“ Ebenso sieht er es als seine Aufgabe an, die Anliegen von Microsoft gegenüber den Anwendern zu kommunizieren.

## Gefühl für die Produktstrategien

Dies ist ein wichtiger Punkt, denn schließlich müssen die Anwender ein Gefühl für die generelle Richtung der Produktweiterentwicklung bekommen. Doch dieses Gefühl zu entwickeln, scheint nicht immer einfach zu sein. „Aktuell stellen wir fest, dass es für viele Unternehmen schwierig ist, der hohen Taktung des technologischen Fortschritts in adäquater Geschwindigkeit zu folgen“, konstatiert Michael Ferschl, Geschäftsführer des Nürnberger Microsoft-Partners Implexis. Dies liegt in seinen Augen daran, dass die IT-Abteilungen zum einen den Betrieb der Bestandlösungen sicherstellen müssen und auf der anderen Seite professionelle Digitalisierungsstrategien entwickeln sollen. Dies gelinge in den wenigsten Fällen, da alleine schon die Evaluierung der aktuellen Möglichkeiten eine zeitraubende Angelegenheit darstelle. Erschwerend komme hinzu, dass für diese Technologien Know-how aufgebaut werden müsse, was nicht einfach nebenbei erfolgen könne. Zu alledem müsse zusätzlich eine zukunftsfähige und systemübergreifende Gesamtstrategie erarbeitet werden. Diese überbordende Erwartungshaltung kann dann schon einmal dazu führen, dass Digitalisierungsprojekte im Keim ersticken werden.

Da die Position des Chief Digital Officers, der in den Vorträgen der selbst ernannten Digitalisierungs-Evangelisten so etwas wie die Unumgänglichkeit in Person ist, in näherer Zukunft in mittelständischen Unternehmen wohl eher selten besetzt werden wird, fällt die Aufgabe der Erarbeitung einer sinnvollen und tragfähigen Digitalisierungsstrategie folglich den IT-Leitern und eben den Systempartnern zu. Ziel muss es sein, die Anwender bestmöglich hinsichtlich der zu erwartenden Kosten sowie der notwendigen Ressourcen zu beraten.

Sehr deutlich wird in diesem Zusammenhang Markus Birk, wenn er sagt, dass sowohl die Anwender als auch Kumavision selbst klare Aussagen zur mittelfristigen Produktstrategie von Microsoft erwarten – schließlich werden ERP-Systeme meist erst nach zehn oder mehr Jahren erneuert. „Das heißt, wir benötigen eine belastbare Investitions- und Zukunftssicherheit“, so Birk. Auch bei den Lizenzen gebe es mitunter Handlungsbedarf: Wenn den Kunden etwa aktuelle Lizenzmodelle aufgrund unterschiedlicher Preisgestaltung nicht mehr die Wahlfreiheit zwischen On Premise und Cloud lassen, ist dies für ihn nicht akzeptabel.

## Nicht zu hastig in die Cloud

Womit wir schon bei einem der absoluten (Marketing-) Dauerbrenner der letzten Jahre sind: der Cloud. Wie viele andere Fachleute auch zählt Georg Mersmann das Tempo, mit dem sich die Rahmenbedingungen und Geschäftsmodelle derzeit verändern, zu einem der zentralen Problempunkte der Anwender. Um dieses Tempo mitgehen zu können, benötigten sie moderne IT-Architekturen, scheuten sich aber vor



**Georg Mersmann,** Geschäftsführer bei GWS in Münster: „Microsoft als Technologie- und Plattformpartner liefert uns eine umfassende Palette professioneller Anwendungen und Cloud-Services. Allerdings fehlt dem Konzern die konkrete Adaption der Werkzeuge an die Herausforderungen in den jeweiligen Branchen.“



den notwendigen Updates. An dieser Stelle böten cloud-basierte Technologien und Plattformen entsprechende Lösungsansätze.

Dies mag für Bereiche wie Software-Testverfahren sicher zutreffend sein und passt in Microsofts Strategie „Cloud First – Mobile First“, die laut Kai Göttmann, bei All for One Steeb verantwortlich für den Ausbau des Cloud-Geschäfts, mit Vorlauf von zwei Jahren angekündigt wurde und nun konsequent umgesetzt werde. „Cloud-Services werden quasi permanent und in Echtzeit erneuert und auf das Cloud-Einsatzszenario optimiert und weiterentwickelt. Dies trifft insbesondere für Office 365 und Azure zu.“ Das im deutschen Mittelstand dominierende Betriebsmodell sei jedoch hybrid und entsprechend verlangten die Anwender nach Kompetenz sowohl im Public- als auch im Private-Cloud-Bereich.

Heißt: Manchmal müssen die Konzerne auch die Gegebenheiten und die Gesetze in den entsprechenden Zielmärkten akzeptieren und Zugeständnisse machen, um ihre Produkte zu verkaufen – „Cloud First – Mobile First“ hin oder her. An dieser Stelle kommt den Systempartnern die ganz entscheidende Rolle der Anwenderinteressensvertretung zu: Als Microsoft für die neuen Versionen der ERP-Produkte Dynamics und AX alleinig das Bezugsmodell über die Cloud vorsah, regte sich verständlicherweise Widerstand in der Anwenderschaft. Dass es heute neben der reinen Cloud-Variante auch eine lokal installierbare und eine Hybridversion gebe, belegt nach Meinung von Klaus Aschauer von Cosmo Consult den Einfluss der Partner auf die Produktstrategie der Software-Riesen.

### Welchen Einfluss haben Systemhäuser?

Ähnlich bewertet man die Situation bei GWS. Als Microsoft Global Independent Software Vendor und im Rahmen des European Industry Partner Program stehe man in direktem und engem Kontakt mit den Entwicklungs- und Produktverantwortlichen der Microsoft Corporation in den USA. „So haben ‚unter unserer Flagge‘ die führenden Dynamics-AX-Partner aus der Region DACH gemeinsam mit Microsoft die Herausforderungen, rechtlichen Rahmenbedingungen und Besonderheiten der deutschsprachigen Märkte herausgearbeitet – vor allen Dingen im Hinblick auf den Betrieb in der Cloud.“ Als Ergebnis gebe es nun nicht nur die Microsoft Cloud Deutschland, sondern Dynamics 365 for Operations auch als Bereitstellung „On Premise“

Eine interessante Sichtweise bringt Markus Birk ein. „Europa und speziell Deutschland sind ein zentraler Zielmarkt für Microsoft, schließlich entfällt ein wesentlicher Teil des Lizenzumsatzes auf diese Region. Dennoch wird die Software in den USA und Däne-

„Aktuell stellen wir fest, dass es für viele Unternehmen schwierig ist, der hohen Taktung des technologischen Fortschritts in adäquater Geschwindigkeit zu folgen“,

konstatiert Michael Ferschl, Geschäftsführer des Nürnberger Microsoft-Partners Implexis.

mark gemacht, alles andere zu denken, wäre eine Illusion“, so sein unmissverständliches Urteil. In Gremien und durch direkte Kontakte versuchten die Partner, die Anforderungen der mittelständischen Kunden in die Weiterentwicklung einzubringen. Doch dies sei nicht immer einfach, „denn nicht nur wir beobachten, dass die Microsoft-Landesgesellschaften zunehmend an Einfluss verlieren. Dazu kommt ein oft fehlendes Bewusstsein dafür, dass Märkte einfach unterschiedlich funktionieren.“

Birk bringt ein anschauliches Beispiel: Während amerikanische Unternehmen damit zufrieden seien, mit einer ERP-Software etwa 40 Prozent ihrer Prozesse abzubilden, streben deutsche Mittelständler erfahrungsgemäß über 90 Prozent Abdeckungsgrad an. Die Voraussetzungen seien also komplett unterschiedlich. „Die Tatsache, dass standardisierte Cloud-Lösungen in den USA funktionieren, heißt nicht, dass dieses Geschäftsmodell in Deutschland bei allen Kunden funktioniert.“ In diesem Fall hat die Einflussnahme also noch gegriffen.

Die Frage ist generell, warum die Software-Riesen so vehement den Weg in die Cloud propagieren, wenn man weiß, dass ihre Gewinne – wie auch Holger Behrens, Vorstand des SAP-Partners Cormeta, bestätigt – in erster Linie auf den erzielten Lizenzumsätzen beruhen. Zwei Gründe könnten zugrunde liegen: Geht man davon aus, dass langfristig gesehen die Kosten für die Miete den Kosten für den Lizenzkauf in nichts nachstehen werden, dann erhöht der Gang in die Cloud zumindest Stand heute die



## Maximales Software Asset Management

Asset.Desk  
LicenseMaster Edition

- Bildet alle marktüblichen Lizenzmodelle und -metriken ab
- Bereitet Sie vollständig auf ein Lizenzaudit von Microsoft bzw. der Software Alliance vor
- Verhindert Unterlizenzierung und schafft Rechtssicherheit
- Erfüllt alle Voraussetzungen für Software Compliance
- Stoppt Überlizenzierung

SEARCH LICENSE GO



# NEUES RELEASE ODER NEUES PRODUKT?

SYSTEMHÄUSER  
ZU SAP S/4/HANA:

SAP S/4 Hana ist die neueste Version der ERP-Produktreihe des Walldorfer Software-Konzerns. Für viele Anwender stellt sich damit die Frage, inwieweit es sich „nur“ um ein neues Release oder doch um ein gänzlich neues Produkt handelt – was nicht ganz unerheblich bezüglich der zu erwartenden Kosten und des Aufwands sein dürfte.

**D**r. Marco Lenck, Vorstandsvorsitzender der Deutschsprachigen SAP-Anwendergruppe e.V. (DSAG), äußert sich diplomatisch und ein wenig hin- und hergerissen: „S/4Hana ist mehr als nur ein neues Release, weil es zum einen neue Funktionalitäten mit sich bringt, zum anderen aber auch alte Funktionalitäten wegfallen. Und weil in manchen Bereichen einiges weitergeführt und in anderen Bereichen völlig Neues geschaffen wird. Somit ist es aber auch kein gänzlich neues Produkt, sondern eher eine Runderneuerung des SAP ERP. Es liegt also genau dazwischen. In einem Satz: S/4 Hana ist die natürliche Fortentwicklung von SAP ERP.“

Und was sagen die SAP-Systempartner? – Sehr eindeutig und ohne große Erklärungen positioniert sich Itelligence-Vorstand Andreas Pauls: „Wir sehen S/4 Hana ganz klar als neues Produkt und nicht als Release.“ Eine Erklärung liefert demgegenüber Ralf Linha, wenn er die Zukunftsfähigkeit des Produktes in den Mittelpunkt rückt. Für das Mitglied der Geschäftsleitung bei All for One Steeb bietet S/4 Hana auch aus Sicht des Systempartners sehr viele Mehrwerte für Mittelständler: „Es unterscheidet sich insbesondere bei der Produktphilosophie von SAP ECC, weil Datenbank und Applikation völlig neue Möglichkeiten bieten. Im ECC können die Anforderungen, die man heute durch die Digitalisierung hat, nicht oder nur mit hohem Aufwand abgebildet werden (IoT, Predictive Analytics, ausnahmebasiertes Handeln etc.).“ Des Weiteren bietet S/4 Hana viele technologische Vorteile, z.B. dieselbe Codeline bei On-Premise- und Cloud-Systemen, was die Wartung deutlich reduziere. „Es ging nicht darum, ein Produkt zum Selbstzweck zu schaffen, sondern darum, aktuelle und zukünftige Bedürfnisse abbilden zu



**„SAP S/4 Hana unterscheidet sich insbesondere bei der Produktphilosophie von SAP ECC, weil Datenbank und Applikation völlig neue Möglichkeiten bieten. Im ECC können die Anforderungen, die man heute durch die Digitalisierung hat, nicht oder nur mit hohem Aufwand abgebildet werden.“**

Ralf Linha, Mitglied der Geschäftsleitung bei All for One Steeb



können.“ Deshalb sei SAP S/4 Hana kein neues Release, sondern ein neues Produkt.

Auch Cormeta-Vorstand Holger Behrend äußert sich in sehr ähnlicher Weise: „Aufgrund der komplett neuen Technologie basierend auf In-Memory ist S/4 Hana ein neues Produkt und eben kein Release.“ Er verweist auf viele Kunden, die diesen enormen Technologiesprung aus Überzeugung bereits vollzogen haben, um für die künftigen Aufgaben in einer digitalisierten Welt gewappnet zu sein. „Und für ein überragendes Produkt ist auch ein Mittelstandskunde durchaus bereit, einen angemessenen Preis zu entrichten.“ Die Überzeugungsarbeit liege eher bei den Vorteilen der neuen Technologien, weshalb die eigenen Branchenlösungen für den technischen Handel und die Prozessindustrien zum Großteil schon auf Hana umgestellt und durchgetestet worden seien, um den Kunden die Vorteile sehr konkret nahebringen zu können. ➔

GUIDO PIECH

Itelligence-Vorstand Andreas Pauls ist sehr eindeutig:

**„Wir sehen S/4 Hana ganz klar als neues Produkt und nicht als Release.“**



› Abhängigkeit vom Software-Lieferanten. Denn bislang ist noch keineswegs allgemeingültig geklärt, wie eine Rückabwicklung oder die Übergabe an einen anderen Cloud-Anbieter vonstatten gehen könnten. Zudem könnten sich die Anbieter die Audits, die derzeit noch mit erhöhtem Aufwand und entsprechender Erlaubnis beim Kunden vor Ort durchgeführt werden müssen, jederzeit und ohne Ankündigung stattfinden lassen. Zumindest der erstgenannte Punkt wäre nicht zum Vorteil der Anwender. Für Implexis-Chef Michael Ferschl steht fest, dass das Thema Cloud von den Konzernen zu radikal angegangen wurde, was bei den Anwendern zu Vorbehalten geführt habe. Diese Vorbehalte können seiner Meinung nach nur langsam durch die Erarbeitung sinnvoller, hybrider Lösungsarchitekturen reduziert werden.

Doch Vorbehalte gegenüber der Cloud könnte man wohl auch bei den Systemhäusern selbst vermuten, schließlich müssen auch sie ihre Rolle in zukünftigen Cloud-Szenarien erst finden und müssen definieren, auf welche Weise sie die Anwender unterstützen können. Denn heute leben die Partner noch maßgeblich von Software-Anpassungen und Projektberatung. Wenn aber in der Cloud zunehmend standardisiert wird, so wie von den Software-Unternehmen immer propagiert, dann werden Individualisierungen und Beratung zwangsläufig entbehrlicher. Pragmatisch formuliert es Holger Behrend: „Die Herausforderung lautet doch,



**Markus Birk**, Vorstand bei Kumavision:

„Sowohl die Anwender als auch wir selbst erwarten klare Aussagen zur mittelfristigen Produktstrategie von Microsoft – schließlich werden ERP-Systeme meist erst nach zehn oder mehr Jahren erneuert.“

sich den neuen Beratungsfeldern zu öffnen, die künftig gefragt sind. Die klassische ERP-Beratung mit Prozessoptimierung, Anpassungen und Customizing wird in der standardisierten Cloud-Welt rückläufig sein, doch die Technologie- und Strategieberatung wird sprunghaft zunehmen, davon bin ich überzeugt.“ Aus diesem Grund bietet Cormeta z.B. bereits heute Workshops an, um die Kunden auf die digitale Transformation vorzubereiten.



Klaus Aschauer von Cosmo ergänzt, dass sich Dienstleister wie sein Unternehmen künftig noch weit mehr mit Prozessabläufen werden beschäftigen müssen, wenn unterschiedlichste digitalisierte Welten zusammengebracht werden müssen. Das werden nur noch wenige Unternehmen beherrschen. „Sehr früh haben wir deshalb angefangen, branchenbezogene Templates als vorkonfigurierte Lösung bereitzustellen und anhand des so definierten Standards zu beraten. Diese Beratungsleistungen für die optimale prozessuale Nutzung haben Software-Anpassungen in Form von Code-Anpassungen schon vor längerer Zeit verdrängt.“ Sein Fazit: Mit der Digitalisierung werde es immer notwendiger, Standard-Software mit Prozessverständnis zu implementieren.

Neben allem Prozess- und Branchenwissen sind es jedoch letztlich immer Menschen, die zusammenarbeiten (müssen). Und gute Zusammenarbeit basiert auf Vertrauen. Wir fragten die Verantwortlichen der Systemhäuser, wie sie den Konflikt bewältigen, einerseits die Anwender bestmöglich zu beraten, gleichzeitig den Gewinn des Software-Konzerns zu steigern und auch selbst eine Marge einzufahren? Vielleicht vorhersehbar, dass die meisten diesen Konflikt nicht sehen, weil die Kunden bereit seien, für gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit einen angemessenen Preis zu bezahlen. Stimmt, trotzdem kann in dem Gewirr der Digitalisierungsstrategien und -visionen nicht immer jeder Anwender den kompletten Überblick über sämtliche Produkte und Lösungen behalten. „Die bestmögliche Lösung für den Kunden (...) kann auch heißen, dass wir empfehlen, auf günstige Alternativen auszuweichen oder auf teure Individualentwicklungen zugunsten unserer Best-Practice-Prozesse zu verzichten.“ Die Erfahrung zeige: Eine optimale Beratung und Betreuung führe zu Wachstum – und damit zu weiteren Lizenz- und Dienstleistungsumsätzen. ↗