

TITELSTORY

Dienstleister und ISVs müssen ihre Chancen im boomenden Markt für Software as a Service noch ausloten.

Der Blick auf SaaS ist noch getrübt

Übersicht

- Die Vorteile des SaaS-Modells für Endkunden, ISVs und Systemhäuser S. 29
- »SaaS erfordert eine neue Arbeitsteilung.« PC-Ware-Vorstandschef Dr. Knut Löschke erläutert, unter welchen Bedingungen SaaS ein Erfolg werden kann. S. 31

Ob Microsoft, IBM oder SAP – die **Software-Welt** macht sich auf in Richtung **Software as a Service (SaaS)**. Doch welche **Rolle** wird der **Fachhandel** hier künftig spielen? Bleiben ihm in der boomenden SaaS-Arena nur noch die billigen Stehplätze, werden sich wenige Große die VIP-Logen sichern oder können tatsächlich auch kleine Reseller langfristig mitspielen? Ein Stimmungsbild.

IT-BUSINESS / Heidi Schuster und Regina Böckle

Keine Krise ohne Zweckoptimisten: Den Prognosen der Marktforschungsinstitute Experton, IDC und Gartner zufolge könnten knappe Unternehmens-Budgets die ohnehin rosigen Aussichten für Software-as-a-Service-Modelle, kurz SaaS, durchaus beflügeln. IDC und Experton schätzen, dass bis zum Jahr 2011 sowohl weltweit als auch hierzulande die SaaS-Umsätze um 32 Prozent zulegen werden. Gartner geht davon aus, dass im Jahr 2011 ein Viertel aller Software-Installationen auf SaaS-Basis erfolgen.

Hierzulande prognostizieren die IDC-Analysten dem Software-Markt bis 2012 ein jährliches Wachstum von durchschnittlich fünf Prozent. Die Experten halten es außerdem für durchaus realistisch, dass die Ausgaben für IT-Services im laufenden Jahr um 4,7 Prozent zulegen, vor allem weil Unternehmen nach alternativen und preislich attraktiveren

Konzepten für den Soft- und Hardware-Bezug suchen. Kein Wunder also, dass Software-Hersteller ihren Resellern damit satte Zusatzgeschäfte zum bisher üblichen Lizenzverkauf versprechen.

RADIKAL UMDENKEN

Der Haken: Sowohl Software-Hersteller als auch Reseller, die diese Versprechen einlösen möchten, müssen sich auch von zahlreichen Vorteilen verabschieden, die der Verkauf von Software-Lizenzen mit sich brachte. Das fällt vor allem den Software-Herstellern – entgegen vollmundiger Ankündigungen – gar nicht so leicht. Denn ihnen brachte das bisherige System vorab einmalige Einnahmen für die Lizenzen sowie anschließend jährliche Wartungsgebühren in Höhe von 16 bis 25 Prozent des Lizenzpreises ein. Die gewöhnlich für

zwei bis drei Jahre geschlossenen SaaS-Verträge dagegen müssen jedes Mal erneut gegen Mitbewerber verteidigt werden und bringen vergleichsweise geringere Vertriebs-erlöse, wie IDC-Research-Manager Frank Naujoks betont. Hinzu kommen veränderte Anforderungen an die Software selbst, wie zum Beispiel Mehrmandanten-, Mehrwährungs-fähigkeit und Mehrsprachigkeit. Das mag auch die Ursache dafür sein, dass SaaS-konforme Lizenz- und Abrechnungsmodelle derzeit noch fehlen, obwohl die Abrechnung der Services reibungslos funktioniert. »Die Software-Hersteller reden den lieben langen Tag über SaaS und Software aus der Wolke, haben aber, wenn man es genau betrachtet, praktisch kein praktikables und vor allem kein simples Lizenzmodell und offensichtlich panische Angst vor pay per use«, bemängelt beispielsweise Dr. Knut Löschke, Vorstandsvorsitzender von PC-Ware.

Doch das sind nicht die einzigen Hürden, die manchen Reseller bislang davon abhielten, auf den SaaS-Zug aufzuspringen. »Je nach Anbieter fallen die Provisionen für die Vermittlung eines SaaS-Kunden nur im ersten Jahr an; an den Wartungserlösen parti-

SaaS- und ASP-Modell

Bei SaaS stellt der Reseller seinen Kunden Software-Applikationen via Internet und Wartungs-Services als Gesamtpaket gegen eine monatliche Pauschale zur Verfügung. Diese umfasst die monatliche Miete der Software sowie weitere Dienstleistungen, wie beispielsweise individuelle Anpassungen, garantierte Verfügbarkeiten und Reaktionszeiten.

zipieren die Dienstleister auch nicht mehr, und die Möglichkeiten des Customizings sind Modell-gegeben sehr eingeschränkt, denn sonst ist die Release-Fähigkeit nicht mehr sichergestellt«, wie IDC-Experte Naujoks weiter ausführt. Zwei der drei klassischen Säulen des Geschäftsmodells eines Dienstleisters – Lizenzverkauf und Software-Anpassung – sind so deutlich beschnitten.

Skepsis herrscht bei einigen Resellern auch im Hinblick auf die Channel-Treue der Hersteller: »Das Software-as-a-Service-Modell stempelt uns Fachhändler langfristig zu Handy-Verkäufern ab, die für einen Euro Marge komplexe Produkte verkaufen und

supporten sollen«, wettet ein Systemhaus-partner gegenüber IT-BUSINESS. »Wenn unsere Aufgabe nur noch darin liegen soll, den Zugang zum Endkunden zu schaffen, dann wird man uns in diesem Modell nicht mehr lange brauchen«.

Die Hardware-Ausstattung kommt heute selbst bei mittelständischen Endkunden oft schon vom Hersteller direkt oder ist für Partner nur noch ein Null-Marge-Geschäft. Die Horror-Vision, die den Fachhandel umtreibt, lautet: »Wenn nun auch noch die Software samt Updates vom Hersteller per Abo bezogen wird, und die großen Hoster und Outsourcer den First und Second Support für die SaaS-Lösungen übernehmen, dann dürfen wir als Fachhandelspartner die Software nur noch frei schalten, und das war's dann. Das macht uns Angst«.

Software-One-Geschäftsführer Reinhold Käfer nennt einen weiteren Hemmschuh: »Vielfach wird SaaS von den Software-Herstellern noch im Ausland gehostet. Das schreckt viele Kunden ab. Außerdem stehen die Unternehmen dann wieder vor dem Problem, dass sie mit x unterschiedlichen Herstellern Verträge abschließen, die verwaltet werden müssen.« Seiner Ansicht nach wird SaaS in fünf bis zehn Jahren richtig ausge-reift sein und erst dann durchschlagen.

Die dritte Säule im Dienstleistungsgeschäft könnte mit SaaS-Modellen aber wachsen: die Einbindung der Anwendung in die bestehende IT-Landschaft des Endkunden. »Deshalb stehen insbesondere Dienstleister vor der Frage, wie sie ihr Unternehmen aufstellen sollen, um dem Wegbrechen zweier Einnahmequellen zu begegnen«, so der IDC-Experte. Naujok empfiehlt hier neben dem Einstieg in das Hosting-Geschäft auch den Ausbau der Prozessberatung.

WIE ES FUNKTIONIEREN KANN

Dennoch wird SaaS schon erfolgreich gelebt, wie Dr. Löschke betont: »Wir sollten nicht so tun, als ob das alles ganz neu wäre. Datev beispielsweise bietet in Deutschland seit langem ein klares SaaS-Modell. Salesforce.com ist sehr erfolgreich mit CRM-Software, Outgesourcetes SAP-Hosting ist was ganz Normales, um nur einige zu nennen. Dass heute alle Welt über SaaS, ASP, Software aus der Wolke und wie die Marketing-Gags alle heißen, reden, zeigt nur: wir sind im Stadium der Produktivität dieser Technologie angelangt.«

Vorteile des SaaS-Modells

1. FÜR DEN ENDKUNDEN:

- Abrechnung nach Nutzung, keine Einstiegs-kosten und damit schnelle Einführung neuer Technologien
- Schneller Return on Investment
- Keine Kosten für IT-Betrieb, Support, Hardware und den Aufbau von Know-how zum Lizenzrecht
- Keine Bilanzierung von (Hard-) und Software; damit höhere Eigenkapitalquote
- 60 Tage freie Nutzung der Software
- Kein »Stress« mit der IT

2. FÜR INDEPENDENT SOFTWARE VENDORS UND INTEGRATOREN:

- Zusatzgeschäft zum Lizenzverkauf: 25 Prozent aller Software-Installationen werden 2011 auf SaaS-Basis erfolgen (Gartner 2007). IDC und Experton schätzen, dass bis zum Jahr 2011 sowohl weltweit als auch hierzulande die SaaS-Umsätze um 32 Prozent zulegen werden.
- Zusätzlich zu den Software-Standardlösungen können insbesondere Independent Software Vendors (ISVs) eigene Anwendungen und Services verkaufen, für die sie mit den Endkunden Service Level Agreements (SLAs) vereinbaren: In diesen SLAs werden dem Kunden die vereinbarten Dienste und Applikationen mit einer definierten Verfügbarkeit zugesichert.

3. WAS KÖNNEN ISVs UND SYSTEM-INTEGRATOREN VERDIENEN?

- Laut Marktforschungsinstitut IPED (2008) gilt die Faustregel: Jeder Euro, den der Endkunde in eine SaaS-Lösung investiert, generiert für den Reseller sechs Euro Umsatz.
- Selber hosten oder hosten lassen? Aus Sicht vieler Branchenexperten ist SaaS für Reseller nur sinnvoll, wenn sie das Hosting selbst übernehmen. Anwendungen und Daten außerhalb Deutschlands hosten zu lassen, kommt vor allem für Mittelstands-unternehmen nicht in Frage, weil sie damit der Gerichtsbarkeit des entsprechenden Landes unterliegen – und die kann sich von der hierzulande stark unterscheiden.

Nur wenn die Rollen klar verteilt sind, können SaaS-Partner in der ersten Liga mitspielen.



↳ RESELLER-NETZWERK SENKT KOSTEN

Die Investitionen in die Infrastruktur, die es Partnern erst erlaubt, SaaS-Modelle als Hosters anzubieten, sind jedoch aufwändig, und für kleinere Systemhäuser allein oft nicht zu stemmen. Aus Sicht von Novastar-Marketing-Chef Elmar Ortner muss das aber noch lange nicht bedeuten, dass der SaaS-Markt an diesen Partnern vorbeigeht. »Ziel muss es sein, ein mehrstufiges Konzept zu entwickeln, bei dem ein sehr großes Systemhaus oder ein Provider die erforderliche SaaS-Infrastruktur im Rechenzentrum bereit stellt, und kleinere Partner sich hier andocken können.« Die Modelle gibt es bereits: PC-Ware beispielsweise stellt das eigene Rechenzentrum heute schon anderen Systemhäusern zur Verfügung. Die Zusammenarbeit und die Abrechnungsmodi ließen sich vertraglich problemlos so regeln, dass die Interessen aller sicher gewahrt werden, so Löschke.

BEISPIEL COMTEAM-PARTNER

Dass eine derartige Kooperation auch in anderen Bereichen funktionieren kann, zeigt das Beispiel einiger Comteam-Systemhäuser. Für sie hat das Kooperationsmitglied MCM eine Infrastruktur für Managed Security Services (MSS) aufgebaut, die mit anderen Comteam-Partnern geteilt wird. Nach mehr als drei Jahren werden über das Rechenzentrum von MCM rund 100 Sonicwall-Firewalls mittelständischer Endkunden verwaltet und gesteuert. Etwa die Hälfte der MSS-Kunden werden von MCM-Partnern betreut. Um mehr Partner zu gewinnen, will MCM Schulungen sowie ein günstigeres Preismodell anbieten. »Die Standardmarge für die angeschlossenen Partner liegt dabei zwischen 25 und 40 Prozent«, berichtet MCM-Geschäftsführer Jürgen Koch.

Offenbar funktioniert hier die Vertragsgestaltung unter den Partnern. Probleme gab es bisher keine, was das Konkurrenzverhalten unter den Systemhäusern betrifft, da die Kundenbindung grundsätzlich beim einzelnen Kollegen liegt und es Comteam-Mitglieder eher als hilfreich ansehen, wenn MCM beim Managed Security Service unterstützen kann. Vertraglich geregelt ist auch, dass MCM die Kunden der teilnehmenden Partner nicht angehen darf. Koch ergänzt dazu: »Warum sollte ich einen Kunden in Garmisch-Patenkirchen oder Hamburg angehen, wenn unser Wirkungskreis in Nürnberg liegt? Für mich ist es wichtig, dass die Plattform mehr lebt.«

STARTHILFEN

Reseller, Systemhäuser, Software-Entwickler und Dienstleister, die in das SaaS-Geschäft einsteigen möchten, können sich für den Aufbau eines eigenen Hosting-Centers, ebenso wie bei der Suche nach einem Hosting-Partner Unterstützung von Distributoren und Herstellern holen.

So bietet beispielsweise Value Added Distributor ADN seinen Partnern nicht nur die Microsoft-Hosting-Lizenzen (SPLA) an, sondern unterstützt sie auch beim Aufbau effektiver Hosting-Strukturen. Workshops vermitteln, wie man ein Hosting-Center designed, um darüber SaaS-Anwendungen anzubieten. Microsoft unterstützt mit Hilfe der virtuellen Musterfirma »Contoso«, die es Resellern ermöglicht, ihren Kunden in Echtzeit-Szenarien das Hosted-Modell vorzustellen.

Umfassende Beratung rund um SaaS und Managed Security Services bietet außerdem die SaaS-Distribution. Der Distributor vermittelt Resellern das nötige Know-how, diese Service-Modelle erfolgreich zu vermarkten und zu supporten. □

Kommentar

Vertrauensfrage gestellt

Wie ernst ist es den Software-Herstellern tatsächlich mit ihrer SaaS-Strategie und mit der Rolle der Partner innerhalb dieses Modells? Der Channel stellt diese Vertrauensfrage allerdings nicht nur den Herstellern, sondern auch den Endkunden. Denn auf beiden Seiten bestimmt häufig die

Angst die Debatten um den Nutzen von SaaS: Das Beharren auf dem Kopier-Recht, das Hersteller bei der Bereitstellung ihrer Software an den Tag legen, spiegelt die Angst vor Missbrauch und vor Margenverlust wieder. Es ergibt aber keinen Sinn, auf



REGINA BÖCKLE

Leitende Redakteurin
IT-BUSINESS

der einen Seite die SaaS-Tore zu öffnen, um sie auf der anderen Seite per Lizenz- und Preisdurchengel wieder zu überwachern.

SaaS lebt vom Vertrauen – nicht von blindem, aber von klaren, transparenten Regeln in der Zusammenarbeit – auch mit Blick auf die Lizenzgestaltung. Hier ist noch Nacharbeit erforderlich.

Den Endkunden plagen Sorgen um die Sicherheit, gerade wenn es um die Auslagerung unternehmenskritischer Daten geht. Angesichts der momentan etwas unklaren Rechtslage für den Umgang mit Kundendaten sowie der jüngsten Pannen und Missbräuche, mögen diese Bedenken berechtigt sein.

Ob die Unternehmen jedoch hausintern die Zugriffsrechte und Nutzung ihrer Daten derart akribisch und hochsicher gestaltet haben, wie sie es selbst vermuten – daran darf man allerdings zweifeln.

Soll Software as a Service künftig halten, was es verspricht, dann müssen die Karten aller Beteiligten auf den Tisch. Denn die Vertrauensfrage wird über den Erfolg von SaaS entscheiden.

INTERVIEW

»SaaS erfordert eine neue Arbeitsteilung«



DR. KNUT LÖSCHKE ist Gründer, Vorstandsvorsitzender und Hauptaktionär der PC-Ware Information Technologies AG.

Zur Person

Dr. Knut Löschke ist Gründer, Hauptaktionär und Vorstandsvorsitzender der PC-Ware Information Technologies AG für die Bereiche Strategie, Marketing und Vertrieb. Seine Karriere startete der promovierte Physiker 1986 als IT-Manager beim Unternehmen Wälzlager und Normteile. 1990 gründete er die PC-Ware GmbH und stand dem Unternehmen bis 1998 als Geschäftsführer vor. 1998 übernahm er den Vorstandsvorsitz der seit 2000 börsennotierten PC-Ware Information Technologies AG.

Aus Sicht von PC-Ware-Chef **Dr. Knut Löschke** setzt SaaS lediglich die **Bereitstellung von Software** mit neuen technologischen Methoden fort. Der **Hemmschuh** aber steckt im **Detail**. Das Interview führte Regina Böckle

ITB: Was hat PC-Ware zum Einstieg in das SaaS-Geschäft bewogen?

DR. LÖSCHKE: Wir sind nicht plötzlich eingestiegen, wir sind schon immer drin. Denn eines unserer Kerngeschäfte ist im weitesten Sinne die Bereitstellung von Software für IT-Infrastrukturen. In der Vergangenheit geschah dies fast ausschließlich über den Verkauf von Benutzungserlaubnissen – Lizenzen – in Verbindung mit Datenträgern, auf denen Kopien der Software zur Installation im Kundensystem geliefert wurden. Seit Jahren sehen wir eine erfreuliche technologische als auch lizenzrechtliche Entwicklung, die zahlreiche Möglichkeiten eröffnet, Software flexibel zu nutzen. Insofern beschreibt Software als Service genau dies und wir befinden uns von Anfang an mitten in diesem spannenden Geschäft.

ITB: Welche Probleme hatten Sie als Anbieter einer SaaS-Plattform zunächst zu meistern?

DR. LÖSCHKE: Die Kapazität der Hochleistungsrechenzentren, in denen die Software läuft, ist vorhanden. Schnelle und sichere Netze, mit denen die Softwareleistung und deren Steuerung übertragen wird, sind existent und bezahlbar, und eine Menge Software selber

ermöglicht die Nutzung über ASP. Technische Probleme gibt es praktisch nicht mehr. Allenfalls Akzeptanzprobleme, Preis- und Lizenzmodell-Fragen, die entweder schon gelöst sind oder noch gelöst werden müssen.

ITB: Können Sie diese beiden Punkte – Akzeptanzprobleme auf der einen und Preis- und Lizenzmodell-Fragen auf der anderen Seite – näher erläutern?

DR. LÖSCHKE: Auf Seiten der Endkunden gibt es noch immer große Bedenken, sobald es um die Auslagerung von Daten geht. Technologisch lässt sich der Zugriff auf die Daten, ebenso wie die Daten selbst, garantiert hoch verschlüsselt schützen. Dennoch haben Kunden das Gefühl, die Daten seien einfach sicherer, wenn sie lokal vor Ort gespeichert werden. Das bedeutet: die Verarbeitungsleistung der Daten – und nichts anderes macht ja jede Software – kann immer extern erfolgen. Doch kaum ein Kunde will die Daten selbst extern hosten lassen. Erst auf diese Weise wäre es ihm aber möglich, weltweit und jederzeit sicher per Browser-Zugriff alle Unternehmensanwendungen und -daten zu nutzen. Salesforce.com ist ein gutes Beispiel dafür, dass es

TITELSTORY

funktionieren kann. Ein weiteres Problem ist die Furcht vor mangelnder Verfügbarkeit, wie sie beispielsweise bei schlechten Internetverbindungen auftreten kann. Auch dies ist eher ein psychologisches Problem, denn der Hosting-Partner hat zahlreiche Möglichkeiten, seinem Kunden den Zugriff auf Software und Daten auch offline jederzeit zu gewährleisten.

ITB: Wie wichtig ist den Kunden, dass die ausgelagerten Daten dann »physisch« bei einem Host in Deutschland verbleiben?

DR. LÖSCHKE: Unser ASP-Angebot lässt dem Kunden technisch wie organisatorisch die Wahl, Daten lokal, also auf den Servern des Unternehmensnetzes, ebenso wie bei uns – also außerhalb des Kundennetzes – zu speichern. Das halte ich für sehr wichtig. Ich würde vielleicht etwas polemisch sagen: kein deutscher Mittelständler, keine Bank und kein Industrieunternehmen sieht seine Daten gern auf Servern in den USA, Indien oder sonstwo.

ITB: Wie stimmig sind die aktuellen SaaS-Preis- und Lizenzmodelle?

DR. LÖSCHKE: Obwohl SaaS derzeit von praktisch allen Software-Herstellern propagiert wird, hinken die Lizenz- und Preismodelle diesem Anspruch völlig hinterher. Der große Wurf ist hier noch nicht gelungen. Denn die Lizenzregeln werden immer komplizierter und sind auf die Bedürfnisse der SaaS-Nutzer nicht wirklich zugeschnitten.

ITB: Woran liegt das?

DR. LÖSCHKE: Die Ursache liegt meines Erachtens darin, dass Software-Hersteller immer noch Kopier-Rechte verkaufen möchten, statt die Nutzungs-Rechte. Das ist nicht mehr zeitgemäß und hat zur Folge, dass die Leistungsberechnung für die Software-Nutzung immer



Zum Unternehmen

PC-Ware wurde 1990 gegründet, ging 2000 an die Börse und ist heute zweitgrößter Lizenzierer von Microsoft-Software in EMEA, vor Hewlett Packard, Dell und Fujitsu Siemens.

Das Start-up mit ursprüngliche drei Mitarbeitern und einem Umsatz von 0,3 Millio-

nen Euro im ersten Geschäftsjahr hat sich zu einer Gruppe mit weltweit rund 1.600 Mitarbeitern und etwa 780 Millionen Euro Umsatz entwickelt. Das Kerngeschäft bilden Software-Lizenzierung und Software Asset Management.

Mit dem konsequenten Aufbau spezieller Dienstleis-

tungskompetenzen, mit der Erschließung weiterer flankierender Geschäftsfelder sowie mit kompletten IT-Lösungsangeboten will PC-Ware 2009 in die Liga der weltweit agierenden IT-Dienstleister und über die Umsatzgrenze von einer Milliarde Euro vorstoßen.

intransparenter wird und damit auch schwieriger zu vergleichen.

ITB: Wie könnte die Lösung aussehen?

DR. LÖSCHKE: Angesichts der vielen Micropayment-Systeme wäre es technisch gar kein Problem, die tatsächliche Nutzung zu berechnen und diese Kosten dem Endkunden in Rechnung zu stellen. Ziel müsste es sein, dass Software als Wirtschaftsgut anerkannt wird, dessen Rechte beachtet, bezahlt und geschützt werden. Die Hersteller sollten ihren Hosting-Partnern auch vertrauen, dass sie rechtlich sauber arbeiten wollen, statt ihnen generell Missbrauchsabsichten zu unterstellen. Denn dann könnte der Partner auch die Nutzungsregeln mit dem Endkunden direkt vertraglich vereinbaren, statt wie bislang die Hersteller-Regeln nur Eins zu Eins weiterzugeben. Dann könnte SaaS die wunderbaren Möglichkeiten für den Endkunden auch einlösen: nämlich aus einem Meer

an Software nach seinem Gusto die Menüs auszuwählen, die er für sein Geschäft benötigt. Und der Hosting-Partner könnte sie ihm in den richtigen Portionen auf dem Silbertablett liefern.

ITB: Was müssten Kunden und Software-Anbieter tun, um das SaaS-Modell weiter zu beflügeln?

DR. LÖSCHKE: Die Softwarehersteller sollten Software herstellen. Wir als Lizenzberater und Software-Händler und -Makler werden das Richtige tun, um diese Software unseren Kunden zur Verfügung zu stellen und Kunden werden die Nutzung dieser Software bezahlen. Es ist an der Zeit, die Arbeitsteilung neu zu besprechen und uns als seriöse Berater sowohl für Kunden als auch für Softwarehersteller zu sehen. Wenn wir über SaaS reden, dann müssen wir unbedingt über die Simplifizierung und Anpassung des Lizenzrechtes und über Pay per Use reden. □