

# Handelsblatt.com

29.07.2008

## Preiserhöhungen

### Softwarefirmen verärgern Kunden

von Jens Koenen

**Die Konsolidierung im Markt für Unternehmenssoftware zeigt ihre hässliche Seite: Mit SAP und Oracle haben die beiden Marktführer in den letzten Wochen deutlich die Preise erhöht. Viele Anwender stöhnen unter den zusätzlichen Kosten. Doch am Ende werden sie die Forderungen mangels Alternativen akzeptieren müssen.**



SAP-Chef Leo Apotheker hat verstanden, wie man ein Duopol nutzt. Foto: AP

FRANKFURT. „Die nahezu duopolistische Natur des Marktes für Unternehmensanwendungen hat ihren Vorteil – zumindest für die Anbieter“, analysiert Adam Shepherd von Dresdner Kleinwort trocken.

Der jüngste Streitpunkt: SAP wird die Preise für die Wartung ab 2009 über vier Jahre von 17 auf 22 Prozent des Softwarepreises erhöhen. Für die Kunden bedeutet das einen Mehraufwand von 30 Prozent. Im Gegenzug verspricht der Konzern mehr Supportleistungen, die angesichts der zunehmend komplexeren Systeme erforderlich seien. Zuvor hatte bereits Oracle die Preise um bis zu 25 Prozent erhöht, allerdings für die Software selbst.

Gerade kleinere Firmen leiden unter den Zusatzkosten. Zudem zweifeln sie wie im Fall der SAP-Wartung am Zusatznutzen der teureren Produkte. „Der Mehrwert für größere Kunden ist sicherlich gegeben. Bei kleineren Kunden, die nur das Kernprogramm und ein Zusatzmodul verwenden, kann ich diesen dagegen nur schwer erkennen“, sagt Ralph Treitz, Gründer und Chef von VM Solutions (VMS), ein Kunde von SAP und zugleich Dienstleister im SAP-Umfeld.

Die Deutschsprachige SAP-Anwendergruppe (DSAG) sieht Gesprächsbedarf. „Der Mehrwert hängt zwar grundsätzlich von der jeweiligen Systemlandschaft ab. Viele Mittelständler haben aber nicht derart komplexe Systeme, dass sich der teurere Support lohnen würde“, sagt Gunther Reinhard, DSAG-Vorstandsmitglied und Sprecher des Arbeitskreises „SAP im Mittelstand“.

Uwe Hommel, Leiter der SAP-Supportsparte, kann den Unmut zwar verstehen. „Viele Kunden stehen unter Kostendruck und Budgetzwängen. Von daher ist es verständlich, dass die Erhöhung erst mal Unbehagen erzeugt“, räumt er ein. Dennoch glaubt er, dass das neue Wartungskonzept „gerade für Mittelständler von Vorteil ist, weil sie selten über die Ressourcen verfügen, dieses Konzept selbst zu entwickeln und umzusetzen“.

„Die Kunden bekommen etwas, was sie von sich aus weder bestellt noch gekauft hätten“, kontert Treitz von VMS. Auch Reinhard von der DSAG, im Hauptberuf IT-Chef der Ami Doduco GmbH für elektrische Bauteile, hat Zweifel. „Wir brauchen zum Beispiel keinen Support an sieben Tagen rund um die Uhr. Zwar wird auch bei uns nachts gearbeitet, aber dann sind nur die Werker da. Die greifen aber nicht auf SAP zu“, klagt er.

Zwar will der Walldorfer Konzern heute bei der Vorlage der Quartalszahlen nochmals Stellung zur verteuerten

Wartung nehmen. Eine Rücknahme erwartet aber keiner in der Branche. Schließlich haben die Anbieter von Unternehmenssoftware kaum etwas zu befürchten. Alternativen sind rar, SAP-Erzwirler Oracle verlangt bereits seit längerem 22 Prozent Wartungsgebühr. Zudem passt die Erhöhung zur Strategie des künftigen SAP-Alleinchefs Leo Apotheker, die Marge zu erhöhen.

Gerade die Wartungserlöse, die bei SAP und Oracle höher sind als der Umsatz mit den eigentlichen Software-Lizenzen, sind ein idealer Ansatzpunkt. Sie fließen regelmäßig und gelten als margenstark. Shepherd von Dresdner Kleinwort taxiert den Mehrumsatz bei der Wartung in den kommenden fünf Jahren auf 900 Mill. Euro und den Effekt für das Betriebsergebnis (Ebit) auf 500 Mill. Euro.

## **Starke Marktposition**

### **Fast-Duopol**

Der Markt für Firmensoftware ist fragmentiert. Der führende Anbieter SAP hat einen Weltmarktanteil von unter 20 Prozent, Oracle liegt noch darunter. Der Rest entfällt auf zahllose kleine und national tätige Firmen. De facto landen große und mittelgroße Firmen, die global tätig sind, aber doch bei SAP oder Oracle. Die Programme der kleineren Software-Firmen verfügen entweder nicht über die notwendigen Funktionen, oder es mangelt an ausreichenden Sprachversionen.

### **Lukrative Wartung**

Die Kunden bezahlen für die Software eine einmalige Lizenzgebühr. Hinzu kommt ein jährlicher Prozentsatz dieser Gebühr für die Fehlerbeseitigung, neue Versionen oder Anpassungen an neue Gesetze. Dieses Wartungsgeschäft ist in der Regel größer als der eigentliche Software-Verkauf.

---

**Link zum Artikel:** <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/softwarefirmen-veraergern-kunden;2016603>

---

© 2008 ECONOMY.ONE GmbH - ein Unternehmen der **Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH**

Verlags-Services für Werbung: [www.gwp.de](http://www.gwp.de) (Mediadaten) | Verlags-Services für Content: [Content Sales Center](#) | [Sitemap](#) | [Archiv](#)

Powered by [Interactive Data Managed Solutions](#)

Keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben. Bitte beachten Sie auch folgende [Nutzungshinweise](#), die [Datenschutzerklärung](#) und das [Impressum](#).