



6 von 10 SAP-Kunden würden sich nicht noch einmal dafür entscheiden

Analysten

James Cooke, Fernando Cruz, Seth Lippincott, Anne Moxie, Brent Skinner, Moira Smalley, Rebecca Wettemann

KERNAUSSAGE

Der neue Marketing-Slogan „Run Simple“ von SAP ist nicht nur grammatisch falsch, sondern auch äußerst unzutreffend. Nucleus analysierte die Erfahrungen von SAP-Kunden und ermittelte durchwachsene Ergebnisse. Bestenfalls kann das als Zufriedenheit mit den vorhandenen Lösungen bezeichnet werden. Zudem gibt es eine große Zurückhaltung in Bezug auf die Implementierung aktueller SAP-Anwendungen. Sechs von zehn Bestandskunden würden sich nicht noch einmal für die gleiche Lösung von SAP entscheiden. Auf die Frage, ob sie den Kauf einer künftigen Lösung in Betracht ziehen würden, gaben diese Kunden für alle Märkte mit Ausnahme des ERP-Marktes an, dass sie künftige Angebote von SAP nicht berücksichtigen würden. Noch aussagekräftiger ist vielleicht, dass im ERP-Kernmarkt von SAP neun von zehn Kunden angaben, dass sie auf künftige Investitionen in S/4HANA verzichten würden und sich anscheinend nach und nach von SAP distanzieren und nach anderen im Markt verfügbaren Möglichkeiten suchen würden.

...

Auf der Kundenkonferenz Sapphire erklärte SAP, dass sich bereits mehr als 3.200 Kunden für einen Wechsel zu S/4HANA entschieden hätten, und zeichnete für Kunden, die sich für den Wechsel entscheiden, eine „einfache“ Roadmap. Führungskräfte aus verschiedenen SAP-Geschäftsbereichen sprachen über neue Cloud-Optionen und -Funktionen für Kunden. Der neue SAP-Slogan „Run Simple“ verdeutlicht außerdem eine dramatische Abkehr von herkömmlichen Auffassungen (und der Realität) in Bezug auf SAP-Lösungen.

SAP war lange Zeit das absolute Schwergewicht im Bereich Unternehmenssoftware. Das Unternehmen hat jedoch, wie viele seiner Marktherausforderer, nur sehr langsam den Weg zur Cloud gefunden. Cloud-Lösungen wurden hauptsächlich durch Zukäufe (SuccessFactors, Hybris, Concur) und seit Kurzem auch durch eine gewisse organische Produktentwicklung (SAP Cloud for Analytics) in das Portfolio aufgenommen. Um die aktuelle und künftige Realität für SAP-Kunden besser verstehen zu können, führte Nucleus ausführliche Interviews mit mehr als 40 SAP-Kunden (darunter viele SAP-Referenzkunden) und berücksichtigte dabei die Märkte für Customer Relationship Management (CRM), E-Commerce, Enterprise Resource Planning (ERP), Human Capital Management (HCM), Collaboration und Analytics. Wir analysierten außerdem die Daten von mehr als 200 Kunden, die SAP in den vergangenen sechs Monaten als potenziellen Anbieter bewertet hatten.

Auf Basis dieser Daten erhielt SAP von Nucleus die Durchschnittsbewertung der Note D. Obwohl das Portfolio einige vielversprechende Punkte enthielt, fanden wir die Produktausrichtung insgesamt konfus, erfassten Bedenken zu Unterbrechungen und Risiken beim Wechsel von vorhandenen Legacy-Anwendungen und identifizierten eine Geschichte voller Herausforderungen in Bezug auf die Schritte, die Software in Betrieb zu nehmen. All diese Punkte wirkten sich auf die Fähigkeit der Kunden aus, einen echten Wert aus der SAP-Software zu ziehen. Im Folgenden werden die Analysen der einzelnen Geschäftsbereiche im Detail vorgestellt.

ERP: NOTE C FÜR SAP

Nucleus kam mithilfe aktueller Referenzkunden und anderen SAP-Beobachtern bei ERP auf die Note C. Begründung:

- 80 Prozent der Referenzkunden berichteten von umfassenden technischen Problemen bei der Implementierung und ernstem Support-Problemen nach dem Go-Live.
- Neun von zehn Bestandskunden (darunter acht SAP-Referenzkunden) gaben an, kein Interesse an einem Wechsel zu S/4HANA zu haben.
- Von den 45 ERP-Deals, die von Nucleus überprüft wurden, schaffte SAP es bei zwei Deals in die engere Wahl, erhielt aber kein einziges Mal den Zuschlag.

Neun von zehn SAP-Bestandskunden für ERP hatten kein Interesse an einem Wechsel zu S/4HANA

Objektiv betrachtet erwarten wenige Kunden von ERP-Anbietern, dass ihre Implementierung ein Kinderspiel wird. Ungewöhnlich bei SAP-Implementierungen jedoch ist die Menge der Schwierigkeiten, die Kunden mit ihren Implementierungspartnern erlebten, sowie der fehlende Support seitens SAP. Kundenaussagen:

- *„Der erste Versuch, BusinessOne zu implementieren, ging gehörig schief.“*
- *„SAP bekommt die Note B für den Support. Die Partner erhalten die Note D. Es gibt schlichtweg keinen Support. Es scheint, als ob sie nur auf den Account scharf wären und ihre Kunden dann vergessen.“*
- *„Wenn Boeing versuchen würde, seine Flugzeuge nach diesem Muster zu bauen, würden diese niemals abheben. Nach mehreren fehlgeschlagenen Versuchen mussten wir die gesamte Mannschaft in unsere Niederlassung zitieren um die Probleme zu beheben.“*

Wie alle ERP-Anbieter ist auch SAP voll auf Cloud-Lösungen fokussiert. Auf der Kundenkonferenz Sapphire 2016 diskutierten die Geschäftsführer von SAP lang und breit den Upgrade-Pfad zu S/4HANA sowie die Verbesserungen in den Anwendungen auf der HANA-Cloud-Plattform. Neun von zehn Bestandskunden drückten jedoch ihr Desinteresse an einem Upgrade aus. Selbst wenn Kunden sagten, dass sie planten, SAP treu zu bleiben, trafen sie diese Aussage mehr aus Resignation und Angst vor den Kosten der Vergangenheit als aus einer überragenden positiven Erfahrung:

- *„Wir machen schon Witze darüber, dass SAP im Englischen eigentlich für „Shut up and pay“ (Mund halten und zahlen) stehen müsste. So ist es halt.“*
- *„Jedes Projekt, das man mit SAP angeht, wird am Ende teurer als geplant.“*
- *„Insgesamt betrachtet ist die Lösung sehr klobig. Aber sobald man sich einmal SAP verschrieben hat, ist es zu schwierig, wieder zu wechseln.“*

Dies verstärkt die Probleme, die SAP mit seinen ERP-Bestandskunden und S/4HANA hat. Während SAP S/HANA bei seinen Partnern möglicherweise erfolgreich verkauft, wirken Kunden mit SAP-ERP-Erfahrung weniger interessiert, denn sie fürchten sich vor einem komplexen und anstrengenden Übergang auf die neue Umgebung.

Insgesamt betrachtet ist die Mehrheit der Kunden, die SAP-ERP in der eigenen Umgebung schließlich ins Laufen gebracht haben und produktiv nutzen, letztlich

mit der Lösung zufrieden. Die meisten Kunden erlebten bei der Inbetriebnahme ihres ERP-Systems und der Behebung von Problemen nach dem Go-Live allerdings große Schwierigkeiten. Daher stehen sie einem Wechsel in die Cloud-Umgebung und den damit einhergehenden Schritten eher zurückhaltend gegenüber. So sehr sich SAP auch bemüht, Kunden den Wechsel zu S/4HANA mit Attributen wie Einfachheit und Straffung schmackhaft zu machen, wurde diese Lösung bis dato mehrheitlich bei Neugründungen oder SAP-Partnern implementiert. SAP-ERP-Bestandskunden bleiben skeptisch.

CRM: NOTE D FÜR SAP

Nucleus benotete das aktuelle CRM-Geschäft von SAP sowie die angebotenen Funktionen mit der Note D. Obwohl SAP bereits seit geraumer Zeit eine CRM-Lösung für lokale Installationen in seinem Portfolio bereithält, hat es lange gedauert, bis auch eine Cloud-basierte CRM-Option verfügbar war. Somit waren relativ wenige Referenzkunden verfügbar, die zu dieser Lösung befragt werden konnten. In unserer Analyse dieser wenigen Kunden, die ‚SAP Cloud for Sales‘ oder ‚Cloud for Marketing‘ bereits produktiv nutzen, ermittelte Nucleus, dass SAP auch in diesem Bereich zurückfällt. Schlüsseldaten zur Untermauerung der D-Bewertung:

- Einer von vier Referenzkunden für SAP Cloud for Sales hat sich entweder bereits von dieser Lösung verabschiedet oder plant, dies zu tun. Außerdem ermittelte Nucleus unabhängig davon neun SAP-CRM-Kunden (darunter zwei SAP-Partner), die kürzlich von einer Version von SAP CRM zu einem Marktherausforderer gewechselt sind.
- Etwa ein Drittel der von SAP genannten Referenzkontakte waren in den angesprochenen Unternehmen nicht mehr angestellt.
- Von den letzten 80 von Nucleus analysierten Deals im Bereich CRM betrachteten nur zwei Unternehmen SAP als ernsthafte Option.
- Keiner der von Nucleus analysierten Kunden von SAP CRM hatte SAP CRM ohne eine zugrunde liegende Investition in SAP ERP ausgewählt.

Viele der von SAP für CRM genannten SAP-Referenzkunden sind keine Kunden von Cloud for Sales oder Cloud for Marketing. SAP argumentiert hier, dass es viele neue und umfangreiche Cloud-Implementierungen gibt, die nicht referenzierbar seien. Dies mag der Wahrheit entsprechen, aber ist es auch ein Anzeichen dafür, was Nucleus von Kunden vernahm: Die Implementierungen waren langwierig und nicht

prognostizierbar und an vielen dieser Implementierungen würde noch gearbeitet, um sie voll produktiv zu machen. Kundenaussagen:

- *„Wir haben mehrere Versuche gestartet, konnten das System aber nicht so in Betrieb nehmen, wie wir es uns gewünscht hätten.“*
- *„Wir hatten uns für Hybris entschieden, da wir meinten verstanden zu haben, dass SAP Hybris übernehmen würde und diese Lösung in sein Portfolio integrieren würde. Und wir waren an der Stärke des SAP-Supports interessiert. Es stellte sich jedoch schnell heraus, dass sie mit Hybris genauso verfahren würden wie mit anderen [Produkten]. Sie beauftragen Drittanbieter mit der Implementierung der von SAP verkauften Software. Die Qualität der Implementierungen ist jedoch erschreckend, die Kosten sind höher, als sie sein dürften, und es müssen im Nachgang viele Problemstellen gelöst werden.“*

SUPPLY CHAIN: NOTE D FÜR SAP

Nucleus analysierte die Erfahrungen von 15 Unternehmen, die derzeit SAP Supply Chain-Tools einsetzen, und gab SAP die Note D. Dafür sorgten die aktuellen Herausforderungen in Bezug auf die Funktionalität bzw. Benutzerfreundlichkeit und Annahmen über die künftigen SAP Supply Chain-Angebote. Begründung:

- Weniger als die Hälfte der SAP Supply Chain-Kunden planen, SAP bei künftigen Beschaffungen im Bereich Supply Chain zu berücksichtigen.
- Nucleus analysierte außerdem elf Unternehmen, die sich bei ihren Supply Chain-Lösungen entweder von SAP getrennt oder SAP auf der Suche nach modernen Spitzenlösungen außer Acht gelassen hatten. Diese Unternehmen entschieden sich für moderne Spitzenlösungen, um ein höheres Maß an Funktionalität oder Benutzerfreundlichkeit von den Anbietern zu erhalten.
- Von den 32 von Nucleus analysierten Deals im Bereich Supply Chain zogen nur fünf Unternehmen auf der Liste möglicher Anbieter SAP in Betracht.

SAP Supply Chain-Bestandskunden dazu:

- *„Ich würde SAP aufgrund mangelnder Funktionalität nicht empfehlen. Die zugrunde liegende Technologie ist mangelhaft. Es gibt bei HANA keinen entscheidenden Mehrwert, da heutzutage alle Anbieter bereits eine Art In-Memory-Technologie zur Verfügung stellen. Und der Mehrwert der Plattform wird eh überschätzt.“*

- *„Da Daten heutzutage in der Cloud abgelegt werden können und Benutzer sich nicht mehr auf der gleichen Software-Plattform bewegen müssen, rechne ich damit, dass sich noch mehr Kunden von SAP abwenden werden.“*
- *„Wenn ich ein Start-up-Unternehmen hätte, würde ich diese Software [von SAP] nicht in Betracht ziehen.“*
- *„Benutzer müssen sich darüber im Klaren sein, wie komplex die Implementierung ist. Plug & Play ist etwas anderes.“*

Obwohl Supply Chain-Manager die Anwendungen für die Ausführung höher als die für die Planung bewerteten, monierten Benutzer von SAP EIS und APO speziell die klobigen Oberflächen, Einschränkungen bei der Funktionalität und den Mangel an Visualisierungsmöglichkeiten bei der Berichterstellung. Und obwohl SAP eine neue Cloud-basierte Supply Chain-Lösung bewirbt, die auf HANA läuft, erlebt SAP einen starken Wettbewerb durch Anbieter moderner Spitzenlösungen, die mit stabilen Cloud-Lösungen zu günstigeren Preisen das Angebot von SAP konkurrenzieren. Da SAP Supply Chain-Deals zu Zeiten lokal installierter Software gewinnen konnte, in der CIOs nach architektonischer Gleichförmigkeit strebten, wird es nun deutlich schwieriger, neue Deals in der Cloud-Ära zu gewinnen, insbesondere bei Unternehmen, bei denen der leitende Supply Chain-Mitarbeiter das letzte Wort bei den Beschaffungen hat.

ANALYSE: NOTE C FÜR SAP

Nucleus gab SAP für seine Analyse-Anwendungen die Note C. Obwohl das Unternehmen durchaus eine zukunftssträchtige Cloud-Lösung in seinem Portfolio anbietet, hat die lokal installierte Lösung nach wie vor einen größeren Marktanteil und bindet weiterhin Ressourcen auf Seiten der Kunden. Nucleus konnte keine offiziellen Referenzkunden für SAP Cloud for Analytics und nur eingeschränkte Details für BusinessObjects Cloud ermitteln. Die Kunden werden daher über die Produktausrichtung im Unklaren gelassen.

Von den 72 Analytics-Kunden, die von Nucleus in den vergangenen acht Monaten befragt wurden, nutzt keiner SAP Cloud for Analytics. Und nur vier der Befragten hatten jemals SAP in die engere Wahl gezogen. Der Grund dafür liegt darin, dass SAP häufig ignoriert wird. Die folgenden beiden Kundenberichte zu BusinessObjects zeigen warum:

- *„Ich verwende den Großteil meiner Arbeitszeit für die Wartung von SAP, da die Anwendung wirklich alt ist. Es ist mir ein Rätsel, warum wir sie überhaupt haben.“*

- *„Wir haben die letzten Monate damit verbracht, Daten von BusinessObjects in unsere neue Cloud CPM-Lösung zu transferieren. Das Ganze dauert wesentlich länger als geplant, sprengt das dafür vorgesehene Budget und wir sind noch nicht einmal sicher, ob am Ende alles noch funktioniert.“*

SAP benötigt eine bessere Strategie, um seine Kunden davon zu überzeugen, ihre nicht mehr aktuellen, lokal installierten BusinessObjects-Anwendungen durch Cloud-Lösungen zu ersetzen. Alle Kunden, die BusinessObjects nach wie vor nutzen, sollten sich Gedanken darüber machen, wie es mit der Nutzung weitergehen soll, denn es gibt klare Abstriche in puncto Nachhaltigkeit und bindet Ressourcen, die an anderer Stelle besser eingesetzt werden könnten.

Im Oktober 2015 stellte SAP eine neue Version von ‚Cloud for Analytics‘ vor, mit der die Cloud-eigenen Vorteile für langfristige Leistungen genutzt werden sollen (Nucleus Research, *„Ongoing benefits of SAP Cloud for Analytics“ (Dauerhafte Vorteile von SAP Cloud for Analytics)*, S. 185, Oktober 2015). Obwohl SAP diese funktionsfähige Cloud-Analytics-Lösung in seinem Portfolio führt, war das Unternehmen bislang nicht sehr erfolgreich darin, in diesem Markt Fuß zu fassen. Daher geben wir SAP eine C-Bewertung für seine Analyse-Lösungen und wiegen damit die mittlerweile veraltete BusinessObjects-Anwendung mit dem wesentlich moderneren SAP Cloud for Analytics auf.

Auf dem Weg zum Erfolg sollte SAP seinen Kunden mit lokal installierten Lösungen Prozesse für einfachere Migrationen in die Cloud bereitstellen. Auf diese Weise wären Kunden in der Lage, ihre Daten in eine auf lange Sicht nachhaltige und moderne Anwendung zu übertragen. Ohne die Einblicke, die in aktuellen Analyse-Anwendungen verfügbar sind, werden Kunden weiterhin in die Falle tappen und mit zeitaufwändigen Wartungsaufgaben und einer ineffektiven Datennutzung konfrontiert sein.

HCM: NOTE D FÜR SAP

SAP kann nach wie vor keine integrierte Suite vorweisen, die das gesamte Spektrum im Bereich Human Capital Management (HCM) abdeckt. Es vertraut bei der sehr überschaubaren Funktionalität, die es seinen Kunden anbietet, mehr auf Zukäufe. Für die HCM-Kernfunktionalität, also das Management von Anwesenheit, Mitarbeiterleistungen und Lohn- und Gehaltsabrechnungen, vertraut SAP auf WorkForce Software und Kronos. Bei der Talentmanagement-Funktionalität, darunter Leistungsmanagement, Mitarbeiterentwicklung und Strategien zur Mitarbeiterbindung, vertraut SAP auf SuccessFactors. Obwohl es in der

Talentmanagement-Software von SAP durchaus einen Mehrwert zu erkennen gibt, ist sie eher kein zentraler Bestandteil der HCM-Funktionalität und wird in Regel nur in größeren Unternehmen verwendet, die bereit sind, in die Mitarbeiterentwicklung zu investieren. Weitere Gründe für die Note D:

- Von den letzten 30 Deals, die Nucleus im Bereich HCM mit vollständigen HCM-Implementierungen analysierte, betrachteten nur sieben Unternehmen SAP als ernsthaftige Option.
- Nur jeder sechste Benutzer der HCM-Kernlösung von SAP würde diese Lösung, wenn sich die Gelegenheit dazu ergäbe, erneut kaufen.
- Innerhalb der Unternehmen, bei denen diese Lösung implementiert ist, ist Talentmanagement nur mit einem Anteil von 20 Prozent von HCM vertreten.

Obwohl es sich bei den Integrationen von SAP um Cloud-zu-Cloud-Integrationen handelt, die nahtlos für den Benutzer einsetzbar sein sollten, versuchen die meisten Anbieter, so viel Integration wie möglich zu streichen. Kunden haben die Vorteile der HCM-Suite erlebt und scheuen nun davor zurück, sich dem mangelhaften Kundenservice und der geringen Benutzerfreundlichkeit auszusetzen, die mit den Lösungen mit überfrachteten Benutzeroberflächen eingehen. Im Vergleich zu nativen HCM-Lösungen, z. B. denen von Ultimate Software, Ceridian und ADP, sind nicht-native Lösungen immer auf der Verliererstraße (Nucleus Research, „*Parsing SAP's Apparent Partnering Strategy for SuccessFactors*“ (Analyse der offenkundigen SAP-Partnerstrategie für SuccessFactors), S. 97, Juni 2015). Auch das Feedback von Kunden wurde bei der Bewertung berücksichtigt:

- *„Die Zusammenarbeit mit SAP wirkt manchmal so, als wenn mehrere Anbieter unter einem Hauptanbieter arbeiten. Man kommt nur in den Genuss der integrierten Suite, wenn alles in SF enthalten ist.“*
- *„SAP SuccessFactors erfordert viel mehr Technologieverwaltung als erwartet. Es kommt vor, dass nach Veröffentlichung einer neuen SuccessFactors-Version bestimmte Funktionen nicht mehr funktionieren. So war beispielsweise das Modul „Onboarding“ einen Monat lang nicht verfügbar. Wir mussten einen Konfigurationspartner mit der Behebung dieses Problems beauftragen.“*
- *„Die Kundensupport-Manager von SAP scheuen sich vor komplizierten Sachverhalten, beispielsweise wenn eine Funktion defekt ist. In einem solchen Fall wird man an einen Partner verwiesen und aufgefordert, eine Leistungsbeschreibung abzugeben, damit das Problem behoben wird.“*

- *„Sie haben möglicherweise einen unternehmenskritischen Fehler identifiziert, der behoben werden muss. Wenn dieser Fehler aber nicht bei vielen Installationen in der Community auftritt, müssen Sie lange auf eine Lösung warten.“*

INHALT UND ZUSAMMENARBEIT: NOTE F FÜR SAP

Keiner der SAP-Kunden in den Bereichen CRM und ERP, mit denen Nucleus sprach, erwähnte das Collaboration-Tools SAP Jam, als er auf die SAP-Produkte angesprochen wurde, die er derzeit benutze. Da SAP derzeit kein eigenes, unabhängiges Enterprise Content Management (ECM)-Tool anbietet, gibt es derzeit auch keine ECM-Referenzkunden, die von Nucleus hätten befragt werden können. SAP erhält von Nucleus eine F-Bewertung für seine ECM-Angebote. Grund dafür ist der Mangel an organischen ECM-Angeboten, der nur marginal durch die Verfügbarkeit von SAP Jam kompensiert werden kann.

An der ECM-Front setzt SAP bei der Erfüllung der Content-Management-Anforderungen seiner Kunden nach wie vor auf Funktionalität von Partnern. Mit der um die Partnerlösung OpenText erweiterte ECM for SAP Business Suite können Kunden die Integrationen von SAP- und OpenText-Produkten nutzen, um auf Inhalte zuzugreifen, ohne die SAP-Benutzeroberfläche zu verlassen. Neben der durch Partner bereitgestellten erweiterten Funktionalität können SAP-Kunden außerdem die Produkte zur Einhaltung der Compliance von OpenText nutzen. Für diese Produkte ist nur eine geringe Beteiligung der IT-Abteilung erforderlich.

Erwähnenswert ist die interne Enterprise Collaboration-Lösung SAP Jam. Jam wurde nach der Übernahme von SuccessFactors durch SAP entwickelt und ist Bestandteil der SAP-Produkte. Mit dieser Anwendung können Benutzer Videos und Dokumente teamintern untereinander austauschen. Mit dem gemeldeten Abbonnentenzuwachs scheint Jam der einzige Lichtblick im Bereich Collaboration für SAP zu sein. SAP hat jedoch darauf verzichtet, weiteres Kapital und Ressourcen in dieses Produkt zu investieren. Dies lässt auf eine Selbstgefälligkeit schließen, die modernen Nutzern eine Warnung sein sollte. Neben dieser Boilerplate-Funktionalität hat SAP nur wenig dafür unternommen, jene Kunden anzulocken, die nach Anwendungen suchen, um Lösungen für die umfassenden Anforderungen zu finden, die von großen ECM-Anbietern erwartet werden können.

Mit einem starken Fokus auf Partnerschaften zur Bereitstellung der von Kunden nachgefragten ECM-Funktionalität nimmt SAP im Grunde einen Platz in der hinteren Reihe der führenden ECM-Anbieter ein. Nach derzeitigem Stand werden

anscheinend alle Pläne zur eigenen organischen Entwicklung von Content Management-Funktionen zu Gunsten anderer Unternehmensaktivitäten minimiert. Im Prinzip hat SAP es anderen Unternehmen überlassen, die Fäden im ECM-Geschäft in die Hand zu nehmen. Daher ist SAP trotz des SAP Jam-Angebots für die Zusammenarbeit in Unternehmen auf dem ECM-Markt praktisch nicht existent und zeigt auch keinerlei Bestrebungen, diese Situation zu verändern.

FAZIT

SAP setzt bei seinen künftigen Geschäften auf den Erfolg der HANA-Plattform und die damit verbundenen Cloud-Initiativen. Es scheint jedoch zwischen der Marketingkommunikation des Unternehmens und der Wirklichkeit auf Seiten der Kunden eine große Diskrepanz zu geben. Eines wurde deutlich: Wir konnten keine SAP-Kunden finden, die „SAP“ und „Simple“ in einem Atemzug nannten. Sechs von zehn dieser Kunden würden ihre SAP-Lösung weder noch einmal kaufen noch den SAP-Roadmap als attraktiv genug bewerten, um sie bei künftigen Investitionen zu berücksichtigen.

Obwohl ERP-Kunden mit ihren bestehenden ERP-Implementierungen möglicherweise Erfolge erzielen können, werden neun von zehn Kunden auf künftige Investitionen in die „Run Simple“-Zukunft von SAP verzichten – insbesondere aufgrund der wahrgenommenen Risiken und der Unvorhersehbarkeit von SAP selbst und ihren eigenen Erfahrungen mit Implementierungs- und laufenden technischen Herausforderungen. Außerdem entwickelt sich der Markt immer weiter und der ausbleibende Enthusiasmus für S/4HANA kann teilweise an den Erwartungen liegen, dass neue Lösungen anderer Anbieter bereits am Horizont zu erkennen sind.

Für SAP birgt die Bedeutung des ERP-Kernmarktes zur Förderung der Verkäufe in den anderen Geschäftsbereichen (CRM, SCM, HCM und Analytics) langfristige Risiken, sollte SAP es nicht schaffen, einen nachhaltigeren wirtschaftlichen Nutzen für S/4HANA zu schaffen. Wenn SAP zulässt, dass die ERP-Basis entsprechende Investitionen weiter aufschiebt, wird sich das allmählich auch nachhaltig auf die anderen SAP-Geschäftsbereiche auswirken.

Betrachtet man das gesamte Produktportfolio, steht SAP viel Arbeit bevor, um seine Kunden davon zu überzeugen, dass ihre Zukunft mit SAP deutlich besser und einfacher verlaufen kann.