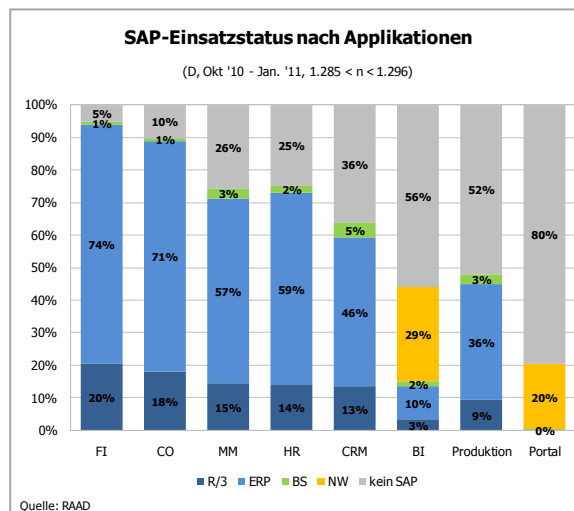


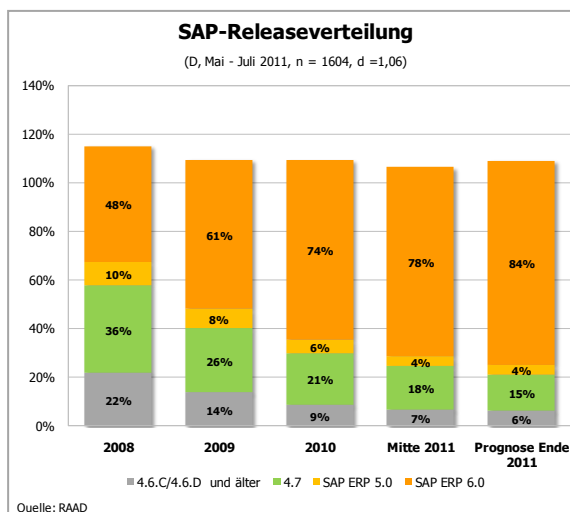
Die Studie

Die SAP AG hat innerhalb der letzten dreißig Jahre in Deutschland und weltweit einen Multimilliarden Euro schweren Markt entwickelt, an dem nicht nur die SAP partizipiert, sondern auch SAP-Dienstleister, ISVs, aber auch Kunden, die ihre SAP-Kompetenzen am Markt anbieten. Vor allem in Deutschland unterliegt der SAP-Markt einer besonderen Beobachtung, zum einen, weil SAP in Deutschland gegründet wurde, zum anderen, weil ca. 40% der deutschen Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern SAP-Kunden sind. Man könnte sagen, dass SAP eine eigene Industrie darstellt.

SAP bietet seinen Kunden mittlerweile mehrere hundert einzelne Produkte und Dienstleistungen an. Das Angebot reicht von der allumfassenden Business Suite bis hin zu kleineren Lösungen wie dem SAP NetWeaver Visual Composer. Für Kunden, aber auch für die Partner der SAP, ist es schwer, hierüber überhaupt einen Überblick zu behalten. Mit Berücksichtigung der vielen tausend Zusatzprogramme und Dienstleistungsangebote der SAP-Partner wird das Bild noch unübersichtlicher.



Um zumindest bei den Partnerlösungen eine Transparenz für Kunden herzustellen, offeriert SAP den SAP EcoHub, der als zentraler Anlaufpunkt für Kunden auf der Suche nach SAP-Lösungen dienen soll. Denn auch die Partnerlösungen reichen von großen zusätzlichen Suites



beispielsweise in den Bereichen Business Intelligence und Enterprise Content Management bis hin zu kleinsten Lösungen für bestimmte Mikrobranchen.

So unterschiedlich die Angebote der einzelnen Partner und auch der SAP sind, sie sind häufig abhängig von gewissen Grundvoraussetzungen des Marktes. So ist der Erfolg von für SAP NetWeaver zertifizierten Produkten davon abhängig, ob genügend SAP-Anwender den SAP NetWeaver einsetzen bzw. planen, dies zu

tun. Denn Unternehmen lassen sich nur schwer dazu bewegen, für kleine Partnerlösungen große SAP NetWeaver-Implementierungen durchzuführen.

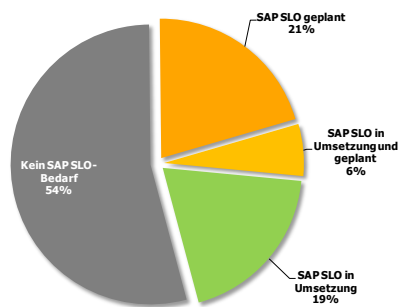
In der Studie werden Status und Entwicklungen im ERP- und SAP NetWeaver-Bereich eingehender betrachtet. Neben den kurzfristigen Marktdeterminanten werden auch mittelfristige Herausforderungen für SAP und SAP-Partner beschrieben, die sich aus der hohen User-Durchdringung von SAP-

Kunden ergeben. Viele Aussagen werden auf aggregiertem Niveau getroffen, da die Menge der möglichen Interpretationen abhängig vom jeweils eigenen Unternehmenskontext ist. Allein die Betrachtung der verschiedenen Partnerstatus der SAP – SAP Channel Partner, SAP Content Partner, SAP Education Partner, SAP Hosting Partner, SAP Service Partner, SAP Software Partner, SAP Technologie Partner, SAP Support Partner - offenbart die vielfältigen Einsatz- und Interpretationswege dieser Studie. Wir sehen diese Studie deshalb als Arbeitsgrundlage für Mitarbeiter der SAP und der SAP-Partner, um für das eigene Unternehmen Implikationen aus dem Marktgeschehen abzuleiten. Gerne stehen wir Ihnen hierbei unterstützend zur Seite.

RAAD Research befragt die SAP-Bestandskunden in Deutschland seit 1996 kontinuierlich zu ihrer SAP-Landschaft. Zweimal jährlich werden dabei jeweils über 2.000 SAP-Kunden befragt. Die in der Studie dargestellten Ergebnisse basieren auf den Ergebnissen der Befragung bis Juli 2011.

Projekte im Bereich System Landscape Optimization (SLO) bei SAP-Kunden

(D, April - Juli '11, n = 153)



Quelle: RAAD

Der Analyst



Dipl. Kfm. Dr. Cristian Wieland, Senior Analyst

Dr. Wieland ist für die Studien zum SAP-Markt in Deutschland bei RAAD Research der verantwortliche Analyst. Der promovierte Diplom-Kaufmann ist Autor zahlreicher IT-Marktstudien und erwarb sich seine Expertise in über zehn Jahren Branchenerfahrung und hunderten Beratungsprojekten mit und für IT-Unternehmen. Seine Themenschwerpunkte liegen auf dem Markt für Enterprise Applications, dem IT-Service-Management sowie auf Marktforschung in den Bereichen Business Intelligence und Enterprise Content Management.

Gliederung und Inhalte

Sie erhalten die Studie in Form einer Power-Point-Präsentation mit über 60 ausführlich kommentierten Folien. Sie finden darin folgende Kapitel:

- **Einleitung** (3 Seiten)
Der Markt, die Produkte, die Partner
- **Migrationswellen – Produkteinsatz bei SAP-Kunden** (7 Seiten)
Aktuelle Produktanteile, Entwicklung der letzten Jahre, Prognose Technologieakzeptanz, SAP-Userverteilung nach Produkteinsatz, Enhancement-Packages für SAP-ERP, Potenziale für Schleppegeschäft, Releasepflege und funktionale Erweiterungen
- **Mehr als nur Technologie – Einsatz des SAP-NetWeaver** (9 Seiten)
SAP-NetWeaver-Status in der Anwenderschaft, Einsatzszenarien, aktive Komponenten und "passive" Nutzung, SAP-Userverteilung und Entwicklung der NetWeaver-Releaseupgrades
- **Kurzfristige Planungen bei SAP-Kunden** (7 Seiten)
Entwicklung IT-Budgets 2011, Quote IT-Projekte und Arten von Projekten, SAP ERP-Planungen nach Branchen, Migrationspotenzial
- **SAP-Systemlandschaftsoptimierung** (18 Seiten)
Struktur der Systemlandschaften, Konsolidierungsprojekte, Treiber für Systemoptimierungen, Anzahl und Art der Projekte 2011/2012, Vergleich Standardisierungsgrad und Innovationscharakter, Wartungsaufwand und Projekte zur Wartungsoptimierung, Lizenztransparenz, Ausblick auf die zu erwartende Entwicklung
- **Herausforderungen und Potenziale für SAP und Partner** (13 Seiten)
Möglichkeiten für mehr Umsatz und Wachstum in der Bestandskundenbasis, Durchdringung der Bestandskunden mit Usern und Funktionen, Business Intelligence als Treiber, mobile Anwendungsszenarien im BI-Umfeld, Desktop, Prozesse und Anwendungsintegration, Abhängigkeit von Projektquote und Technologieakzeptanz
- **Fazit und Ausblick** (3 Seiten)
Aufzeigen der potenzialträchtigen Projekttypen für 2011/2012

Beratung und Workshops

Individuelle Beratung und Workshops

Worte sagen mehr als 1.000 Bilder!

Nutzen Sie die Gelegenheit zum direkten Gespräch mit unseren Analysten. Diskutieren Sie Ihre konkrete Marktsituation vor dem Hintergrund unserer Marktforschungsergebnisse. Sie erhalten Hintergrundinformationen, Wissen, Meinungen und konkrete Empfehlungen von Experten mit jahrelanger Erfahrung und Expertise im IT-Markt.

Passend zum Angebot der Studie "SAP-Bestandskunden – Themen und Potenziale 2011/2012" können Sie zu besonders günstigen Konditionen Zugriff auf unser Expertenwissen nehmen.

Kontakt

Hoppenstedt Firmeninformationen GmbH

Geschäftsbereich RAAD Research

Scharnhorststraße 48

D-48151 Münster

Tel: +49 251 48 80-0

Fax: +49 251 48 80-299

www.raad.de

eMail: info@raad.de

Nutzungsrechte

Was ist bei der Verwendung der Inhalte generell zu beachten?

Eine Veränderung der Inhalte oder das Entfernen der Quellenangabe ist nicht gestattet. Ebenso ist eine entgeltliche Weitergabe von Inhalten, die auf RAAD-Informationen beruhen oder aufbauen, generell nicht erlaubt.

Einzelnutzerlizenz

Wer darf die Studie nutzen?

Im Rahmen einer Einzelnutzerlizenz, die gerade für kleinere Unternehmen gedacht ist, sind Sie berechtigt, die Inhalte und Grafiken für die eigene persönliche Tätigkeit im Unternehmen zu nutzen. Andere Mitarbeiter Ihres Unternehmens dürfen die Studie nicht nutzen, die Weitergabe an andere Personen oder Unternehmen ist nicht gestattet.

Dürfen die Inhalte für eigene Präsentationen verwendet werden?

Ja! Allerdings begrenzt sich die Nutzung auf Zitate. Sie dürfen dementsprechend einzelne Textpassagen oder Marktzahlen für eigene Präsentationen verwenden, dabei muss jeweils RAAD als Quelle angegeben werden. Die Nutzung von kompletten Folien oder Grafiken ist im Rahmen der Einzelnutzerlizenz nicht erlaubt.

Können die Inhalte für Marketing- und PR-Zwecke verwendet werden?

Ja! Allerdings begrenzt sich die Nutzung auf den oben angegebenen Umfang.

Unternehmenslizenz

Wer darf die Studie nutzen?

Im Rahmen der Unternehmenslizenz darf jeder Mitarbeiter ihres Unternehmens (hierbei gilt die Rechtsperson des Lizenznehmers) die Studie nutzen! Sie erwerben eine Unternehmenslizenz ohne weiteren Verteilschlüssel. Lediglich die Weitergabe an andere Unternehmen und Personen außerhalb des Unternehmens ist nicht gestattet.

Dürfen die Inhalte für eigene Präsentationen verwendet werden?

Ja! Sie erhalten die Studie im PowerPoint-Format und können komplette Folien, einzelne Textpassagen oder ausgewählte Marktzahlen in eigene Präsentationen übernehmen. Allerdings dürfen die daraus abgeleiteten Werke keine "gesamthafte" Übernahme der Inhalte darstellen (bspw. das Kopieren kompletter Kapitel) und müssen für die übernommenen Inhalte eine Quellenangabe beinhalten, die auf RAAD hinweist.

Können die Inhalte für Marketing- und PR-Zwecke verwendet werden?

Ja! Allerdings begrenzt sich die Nutzung auf den oben angegebenen Umfang.

Publishinglizenz

Wer darf die Studie nutzen?

Im Rahmen der Publishinglizenz darf jeder Mitarbeiter ihres Unternehmens (das gilt auch für verbundene Unternehmen) die Studie nutzen! Sie erwerben eine Gesamtlizenz ohne weiteren Verteilschlüssel. Ebenso ist die persönliche Weitergabe an andere Unternehmen und Personen ausdrücklich und unlimitiert gestattet. Lediglich eine Verteilung per Massenaussendung oder als Download von der eigenen Website ist nicht gestattet.

Dürfen die Inhalte für eigene Präsentationen verwendet werden?

Ja! Sie erhalten die Studie im PowerPoint-Format und können die vollständige Studie, ganze Kapitel, komplette Folien, einzelne Textpassagen oder ausgewählte Marktzahlen für eigene Präsentationen übernehmen. Die Inhalte dürfen jedoch nicht verändert oder sinnentstellend aus dem Zusammenhang gerissen werden. Für alle verwendeten Inhalte muss RAAD als Quelle angegeben werden.

Können die Inhalte für Marketing- und PR-Zwecke verwendet werden?

Ja! Wenn Sie beispielsweise eigene Pressemeldungen mit unseren Marktzahlen anreichern wollen, können Sie das jederzeit tun. Wenn Sie Kunden oder Interessenten die vollständige Studie oder Auszüge zukommen lassen wollen, ist das ebenfalls ohne jede Einschränkung möglich, dabei muss jeweils RAAD als Quelle angegeben werden.