



PRESSEMITTEILUNG

DSAGLIVE: das virtuelle Alternativangebot zum DSAG-Jahreskongress

Mit Digitalisierungsschub gegen die Corona-Krise

- **Umsatz und IT-Investitionsbudgets rückläufig**
- **Hohe Digitalisierungskompetenz bei SAP**
- **Zustimmung zur SAP-Produktstrategie zum Vorjahr leicht gestiegen**

Walldorf, 12.10.2020 – Starke Umsatzrückgänge und schrumpfende IT-Investitionsbudgets sind akute Folgen der Corona-Krise. Das ergab eine Umfrage der Deutschsprachigen SAP-Anwendergruppe e.V. (DSAG) unter ihren Mitgliedern in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH). Aber die Digitalisierung lässt sich nicht aufhalten, auch wenn die Anforderungen steigen, wie 81 Prozent der Befragten einräumen. Der größte Handlungsbedarf zeichnet sich bei der Effizienzsteigerung bestehender Prozesse sowie der Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle und Services ab. Bei der Digitalisierung der Kernprozesse genießt SAP einen großen Vertrauensvorsprung.

„Zukunft mit Weitsicht! Nachhaltig gewinnt“ lautet das Motto der DSAGLIVE, dem Alternativangebot der DSAG für den 21. DSAG-Jahreskongress. Zukunft mit Weitsicht im wirtschaftlichen Kontext ist in Zeiten der Corona-Krise gefragt wie nie. Wie wirkt sich das auf die Situation der Firmen aus, welche Auswirkungen auf Investitionsbudgets hat die weltweite Ausnahmesituation und was sind die Anforderungen an die Digitalisierung?

Digitalisierung schreitet voran

Laut einer Online-Umfrage der DSAG im Sommer 2020 geht bei 74 Prozent der Befragten der Umsatz stark zurück bzw. zurück und nur 19 Prozent nehmen keine Auswirkungen auf den Umsatz wahr. Immerhin können 7 Prozent konstatieren,



PRESSEMITTEILUNG

dass ihr Umsatz stark steigt, bzw. steigt. Als Konsequenz von Corona auf die IT-Budgets, rechnen 22 Prozent mit einem Rückgang um über 20 Prozent. Klar ist aber auch, dass die Anforderungen bezüglich der Digitalisierung in den Unternehmen durch Corona prinzipiell zunehmen. Dem stimmen 81 Prozent der Befragten voll und ganz bzw. größtenteils zu. Entsprechend gut sind die Fortschritte bezüglich der Digitalisierung in den Unternehmen. 61 Prozent kommen schnell voran, bzw. voran und 34 Prozent immerhin langsam voran. Das ist eine deutlich positivere Bild als noch im [DSAG-Investitionsreport 2020](#), als sich nur 35 Prozent sehr weit und weit in ihrem Digitalisierungsprozess einschätzten.

Von den verstärkten Digitalisierungsbemühungen profitieren auch die S/4HANA-Projekte der DSAG-Mitglieder. 50 Prozent der Befragten beschleunigen ihre S/4HANA-Projekte bzw. verfolgen sie konsequent weiter. 43 Prozent verschieben sie, bzw. stellen sie prinzipiell zurück. „Der Zug der Digitalisierung fährt, die Unternehmen haben erkannt, wie wichtig das Thema ist und kommen voran. Dabei bewegen sie sich jedoch in einem Spannungsfeld aus sinkenden Umsätzen, massiv schrumpfenden IT-Budgets bei gleichzeitig höheren Anforderungen durch die Digitalisierung“, ordnet Marco Lenck, Vorstandsvorsitzender der Deutschsprachigen SAP-Anwendergruppe die aktuelle Situation ein.

Leicht erhöhte Zustimmung zur SAP-Produktstrategie

Bezüglich der SAP-Produktstrategie hat sich die Wahrnehmung unter den DSAG-Mitgliedern im Vergleich zum letzten Jahr nur leicht geändert. Für voll und ganz bzw. größtenteils belastbar und vertrauensvoll halten 31 Prozent die SAP-Produktstrategie und -Roadmaps, das sind 7 Prozent mehr als 2019. Auf teilweise Zustimmung stößt die Aussage bei 42 Prozent, ein Rückgang von 3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Weniger oder gar keine Zustimmung erhält SAP in diesem Punkt von 27 Prozent. „Das ist eine leichte Verbesserung gegenüber dem letzten Jahr. Sie zeigt, dass sich etwas getan hat und die Richtung stimmt. Aber das ist am Markt noch nicht in vollem Umfang angekommen. Da muss SAP fertige Lösungen entlang der Roadmaps noch besser kommunizieren“, schätzt Marco Lenck ein.



PRESSEMITTEILUNG

Prozesse müssen effizienter werden

Nach dem größten Handlungsbedarf aufgrund der Corona-Krise in Bezug auf die Digitalisierung im SAP-Kontext befragt, antworteten 72 Prozent mit der Effizienzsteigerung bestehender Prozesse. Als im letzten Jahr im Zuge der [DSAG-Jahreskongress-Umfrage 2019](#) nach den Bereichen mit der größten Auswirkungen durch die digitale Transformation gefragt wurde, stand die Effizienzsteigerung noch bei 62 Prozent am höchsten im Kurs. Die Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle und Services steht in diesem Jahr bei 36 Prozent und damit weiterhin an zweiter Stelle. Eine flexiblere Beziehung zwischen Kunden und Partnern im Rahmen einer Plattformstrategie sehen nur 24 Prozent als wichtig an. „Es ist verständlich, dass die Effizienzsteigerung als klassisches Handlungsfeld immer noch vorn liegt. Ich sehe darin eine klare Reaktion auf den geringeren Umsatz und die kleineren IT-Budgets“, so Marco Lenck. Allerdings hat die DSAG bereits in ihrem [Statement zu Corona](#) darauf hingewiesen, dass Unternehmen, die in Zukunft erfolgreich sein wollen, langfristig nicht nur ihre Geschäftsprozesse digitalisieren sollten, sondern auch ihre Geschäftsmodelle verändern müssen.

Zudem zeigt sich der Vorstandsvorsitzende auch etwas enttäuscht, dass die Flexibilisierung der Kunden- und Partner-Beziehung laut Umfrage nur für knapp ein Viertel der Unternehmen von Bedeutung ist. „Die Corona-Krise hat gezeigt, dass es ungeheuer wichtig ist, schnell auf neue Anforderungen reagieren zu können. Das scheint noch nicht bei allen angekommen zu sein. Da sehen wir uns neben SAP auch in der Pflicht, weiter Aufklärungsarbeit zu leisten“, erläutert Marco Lenck.

Plattformstrategie auf dem Vormarsch

Wenngleich die Flexibilisierung der Kunden- und Partnerbeziehung für viele Befragte keine große Rolle zu spielen scheint, so haben sie dennoch die Wichtigkeit einer Plattform-Strategie erkannt. Bei 58 Prozent der Befragten wird diese beschleunigt oder konsequent weiterverfolgt. 24 Prozent verschieben oder überdenken aktuell ein entsprechendes Projekt. Und nur 19 Prozent sehen darin kein Thema oder haben es prinzipiell zurückgestellt. „Es ist erfreulich, dass trotz anders gelagerter Prioritäten die Plattformstrategie dennoch bei einem Großteil der



PRESSEMITTEILUNG

Unternehmen konsequent weiterverfolgt wird. Das ist der richtige Schritt in die richtige Richtung, da Themen wie Integration, Erweiterungsfähigkeit, die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und das Vorantreiben von Innovationsprojekten durchaus wettbewerbsentscheidend sein können“, kommentiert Marco Lenck.

Wer sich mit einer Plattformstrategie auseinandersetzt, hat die Qual der Wahl unter den Anbietern. In Bezug auf die Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten genießt SAP bei 72 Prozent eine hohe und sehr hohe Relevanz, gefolgt von Microsoft mit 37 Prozent und anderen mit 22 Prozent. Bei der Flexibilisierung von Lieferketten bescheinigen noch 65 Prozent SAP eine sehr hohe und hohe Relevanz, gefolgt von Microsoft mit 19 Prozent und anderen mit 15 Prozent. „Die hohe Zustimmung für SAP und Microsoft finde ich in diesen Bereichen gegenüber den anderen mit 22 Prozent bemerkenswert. Hier hätte ich in der Zusammenarbeit mit den Kunden doch andere weiter vorn erwartet. Das ist eine prägnante Aussage, dass sich SAP auch in diesem Bereich von starken Wettbewerbern absetzen kann“, kommentiert Marco Lenck.

SAP unangefochten in der Produktentwicklung

Auch in punkto Produktentwicklung ist die identische Reihenfolge zu beobachten, wenngleich die absoluten Zahlen deutlich geringer sind. So führt hier SAP mit 33 Prozent vor Microsoft mit 26 Prozent und anderen mit 23 Prozent. Bezüglich der Finanz- und Zahlungsabwicklung wird SAP von 77 Prozent eine sehr hohe und hohe Relevanz bescheinigt, gefolgt von anderen mit 17 Prozent und mit weitem Abstand vor Microsoft mit 6 Prozent. „Dieses Ergebnis ist nur folgerichtig. Im Bereich Finanzen liegt seit Jahrzehnten eine Kernkompetenz von SAP. Viele Unternehmen sind damit groß geworden und haben die entsprechenden Prozesse tief verankert“, erläutert Marco Lenck. Beim Thema Umwelt und Nachhaltigkeit hingegen, konnte SAP die Top-Position nicht erringen. Hier wird anderen mit 16 Prozent knapp vor SAP mit 14 Prozent und Microsoft mit 11 Prozent eine sehr hohe und hohe Relevanz bescheinigt.



PRESSEMITTEILUNG

Großer Vorsprung dank Planungssicherheit

Wiederum in der Pole-Position ist SAP im Bereich der Human-Resources-Prozesse. Hier liegt SAP mit 66 Prozent weit vor Microsoft mit 9 Prozent und Google mit 3 Prozent in Front. „Dass die Kunden die [On-Premise-Lösungen für das Personalwesen SAP Human Capital Management \(SAP HCM\)](#) und [Travel Management für das Reisekosten-Management](#) integriert in S/4HANA betreiben können, hat für Planungssicherheit gesorgt und sicherlich zu diesem hohen Wert der Zustimmung beigetragen“, kommentiert Marco Lenck.

Fazit

Nachhaltig gewinnt, bedeutet in Bezug auf SAP: Ein Produkt ist nur so gut, wie es sich in den Unternehmen umsetzen lässt, im Idealfall schnell und einfach. Die Fakten liegen auf dem Tisch, nun muss SAP zeigen, was sie an den Prozessen grundlegend verändert hat. In vielen Bereichen genießt SAP einen hohen Vertrauensvorsprung unter den DSAG-Mitgliedern. „Bei SAPs Produktstrategie sehen wir noch Potenzial und einen großen Kommunikationsauftrag. Mit dem SAP Road Map Explorer und der Integrationsstrategie werden wichtige Schritte getan, um den Kunden Orientierung zu geben. Hierzu stehen wir weiterhin in gutem und konstruktivem Dialog mit SAP. Doch die Produktstrategie ist in der Wahrnehmung der Kunden noch gekennzeichnet durch eine unklare Richtung sowie eine verbesserungswürdige Integration. Und SAP muss dafür sorgen, dass sich die Kunden besser orientieren können. SAP hat zugesichert, daran zu arbeiten. Diesen Taten müssen nun Ergebnisse folgen.“

***Erhebungsgrundlage der Umfrage**

Die DSAG hat im Sommer eine Online-Umfrage bei SAP-Anwenderunternehmen im deutschsprachigen Raum durchgeführt. Befragt wurden CIOs und Vertreter von DSAG-Mitgliedsunternehmen in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Knapp die Hälfte der Befragten kommt aus Unternehmen mit einer Größe zwischen 500 bis 5.000 Mitarbeitern. Knapp ein Drittel aus Unternehmen mit mehr als 5.000 Be-



PRESSEMITTEILUNG

schäftigten. Insgesamt nahmen 262 CIOs und Vertreter von DSAG-Mitgliedsunternehmen an der Umfrage teil. Befragt wurde jeweils ein Ansprechpartner pro Unternehmen.



PRESSEMITTEILUNG

Über die DSAG

Die Deutschsprachige SAP-Anwendergruppe e. V. (DSAG) ist einer der einflussreichsten Anwenderverbände der Welt. Mehr als 60.000 Mitglieder aus über 3.700 Unternehmen bilden ein starkes Netzwerk, das sich vom Mittelstand bis zum DAX-Konzern und über alle wirtschaftlichen Branchen in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) erstreckt. Auf Basis dieser Reichweite gewinnt der Industrieverband fundierte Einblicke in die digitalen Herausforderungen im DACH-Markt. Die DSAG nutzt diesen Wissensvorsprung, um die Interessen der SAP-Anwender zu vertreten und ihren Mitgliedern den Weg in die Digitalisierung zu ebnet.

Weitere Informationen finden Sie unter:

www.dsag.de, www.dsag.at, www.dsag-ev.ch

Ansprechpartner für die Presse

DSAG

Thomas Kircher

Deutschsprachige SAP® Anwendergruppe (DSAG) e. V.

Altrottstraße 34a

69190 Walldorf

Telefon: +49 6227 35809-66

Fax: +49 6227 35809-59

E-Mail: presse@dsag.de

Internet: www.dsag.de