
MICROSOFT UND DAS PARTNER-DILEMMA

Zürich/Köln, 28.11.2008.

Ohne Partner geht bei Microsoft nichts – doch muss ein Weg gefunden werden, die eigene Attraktivität des Angebots zu steigern, ohne den Partnern allzu viel Geschäft kaputt zu machen.

Einerseits ist Microsoft eine indirekt verkaufende Firma. Ohne Partner kein Geschäft, nimmt man die 400 Grosskunden aus, die von Microsoft direkt bedient werden. Auch die müssen im Bereich Geschäftsanwendungssoftware Microsoft Business Solutions über Partner kaufen und können nicht auf ihre ausgehandelten Volumenverträge zurückgreifen. Andererseits muss Microsoft den Partnern immer mehr Geschäft wegnehmen, denn jede funktionelle Erweiterung und jede neue Branchenlösung macht den Partnern Geschäft kaputt.

Momentan herrscht unter den Partnern noch verhaltener Optimismus bezüglich der für Dynamics AX angekündigten Branchenversionen in den Bereichen Manufacturing, Retail, Distribution & Wholesale und Public Sector. Denn die Partner bekommen releasefähige Standards an die Hand und hoffen, die Basisbranchenentwicklung Microsoft überlassen zu können. Doch gleichzeitig steigt auf Partnerseite der Zwang zur stärkeren Spezialisierung, um dem Kunden einen Mehrwert zu bieten. Nur wenn das gelingt ist der Partner wertvoll – sowohl für den Anwender als auch für Microsoft. Denn hochspezialisierte Partner liefern passgenaue Lösungen und sorgen für nachhaltigen Umsatz.

Microsoft's Dilemma beginnt, wenn es darum geht, selbst Branchenlösungen anzubieten. Denn das ist bis dato Partnergeschäft und fähige Branchenspezialisten sind begehrte Partner – auch bei den Mitbewerbern, die gerne unzufriedene Partner der Konkurrenz aufnehmen. Gleichzeitig bieten Microsoft's Wettbewerber unter eigenem Label Branchenlösungen an und implizieren Releasefähigkeit und Branchenwissen. Um sich dagegen wehren zu können, muss Microsoft nachziehen, um die Marketingschlacht nicht zu verlieren und gleichzeitig den Partnern einen Weg aufzeigen, weiter Gewinn zu machen. Mit Dynamics AX ist der Anfang gemacht, Dynamics NAV wird mit der Zeit folgen und auch für die CRM-Lösung bieten sich Branchenspezialisierungen an.

Für die Partner bieten sich durchaus Chancen, wenn sie sich weiter spezialisieren und der groben Branchenaufteilung eine sehr granulare

Spezialisierung entgegensetzen. Am Ende des Tages bleiben dann die Partner übrig, die den grössten Mehrwert bieten.

HINTERGRUNDINFORMATIONEN ZUR I2S GMBH, ZÜRICH

Die i2s ist eines der führenden, anbieterunabhängigen Beratungs- und Research-Unternehmen mit Schwerpunkt ERP und Business Software. Im Bereich „i2s consulting“ unterstützt sie ihre Kunden im gesamten deutschsprachigen Raum und Mitteleuropa bei der Optimierung von Prozessen, der Auswahl von ERP-Systemen und ähnlichen Business Applikationen sowie beim Fällen von Investitionsentscheiden. Der Bereich „i2s research“ veröffentlicht regelmässig Studien und Marktinformationen, wobei der Anwendersicht und täglichen Praxis im Tagesgeschäft ein wichtiges Augenmerk geschenkt wird. Die i2s research ist Initiator der regelmässig stattfindenden ERP-Zufriedenheitsstudie (www.erp-z.info).

Weitere Informationen

intelligent systems solutions (i2s) GmbH

Frank Naujoks
Bereichsleiter Research & Market Intelligence
Stampfenbachstr. 159
CH 8006 Zürich

Tel.: +41 44 360 51 30

Fax.: +41 44 360 51 32

E-Mail: naujoks@i2s-consulting.com

Internet: <http://www.i2s-consulting.com>
<http://www.erp-z.info>

Abdruck kostenlos, Belegexemplare erbeten.