

»Die Gleichsetzung von ASP mit One-to-Many war falsch.«

JOSEF LAMPRECHT LEITET SEIT OKTOBER 2001 ALS GESCHÄFTSFÜHRER DEN BRANCHENVERBAND ASP-KONSORTIUM UND WILL DIE BEZEICHNUNG ASP AUS DEN NEGATIVEN SCHLAGZEILEN BRINGEN. IM GESPRÄCH MIT MICHAELA WURM ÄUSSERTE SICH LAMPRECHT ZUR SITUATION AUF DEM DEUTSCHEN MARKT UND ZU DEN ENTWICKLUNGSCHANCEN DES MODELLS.

Nach dem Hype der vergangenen zwei Jahre hat sich ASP nicht durchgesetzt. Wie sieht der deutsche ASP-Markt Anfang 2002 aus?

Es gibt mehrere Faktoren, warum man nicht zufrieden sein kann oder besser gesagt, warum die »großen Erwartungen« nicht eingetroffen sind. Zum einen haben die Marktforscher Ende 1999 riesige Umsätze im ASP-Markt vorausgesagt. Daraufhin sind viele einfach losgezogen, ohne sich zu überlegen, mit welchen Angeboten man in den Markt gehen sollte. Außerdem hat man zu techniklastig agiert und in Vertrieb und Marketing die Lösung beziehungsweise den Nutzen zu wenig berücksichtigt. Viele der großen Hosters und ASPs haben damit argumentiert, dass sie über ein super Glasfasernetz und mehrere Rechenzentren verfügen, statt auf die Bedürfnisse des Kunden einzugehen.

Viele Anbieter haben aber auch die Marktsituation falsch eingeschätzt.

In den Jahren 1996 bis 1999 wurden Milliarden in neue IT-Strukturen investiert. ASP kam zu spät, um daran noch zu partizipieren. Nach

dem Börsencrash im Frühjahr 2001 gingen die Investitionen rapide zurück. Und genau in dieser Zeit wollten ASPs noch Millionen aus dem Markt holen. Dieses Timing-Problem führte dazu, dass zu wenig durchdachte und auf echte Kundenbedürfnisse zugeschnittene Angebote auf den Markt gelangten. Jetzt ist es Zeit, das Versäumte nachzuholen.

Wie wird sich der Markt entwickeln?

Es wird noch acht bis zwölf Monate dauern, bis der Markt wieder in Schwung kommt. Erst muss der Zyklus der Jahrtausendinvestitionen zu Ende gehen, und neue Techniken müssen kommen. Die großen Softwarehäuser waren mit der Y2K-Problematik und der Euro-Umstellung ausgelastet, arbeiten jetzt aber alle an neuen Projekten. Im Jahr 2002 werden diese marktreif, und dann müssen sich die Unternehmen überlegen, ob sie alles selbst machen oder lieber auslagern. Ich gehe davon aus, dass es in zehn Monaten wieder bergauf geht. ASP ist ein evolutionärer Prozess. Jeder von uns wird wie selbstverständlich auf mobilen,

drahtlosen Endgeräten Applikationen nutzen, ohne zu wissen, wie das technisch funktioniert.

ASP wurde in der Startphase zumeist mit dem One-to-Many-Modell, der Bereitstellung von Standardsoftware über das Web, gleichgesetzt. Gerade dieses Modell fand bisher bei der Zielgruppe der kleinen und mittleren Unternehmen kaum Anklang. Ist das »klassische« ASP-Modell tot?

Diese Gleichsetzung von ASP mit One-to-Many war von Anfang an falsch. Die Entwicklung hat gezeigt, dass es nur sehr wenige geeignete Lösungen für dieses Modell gibt, die meisten im B2C-Umfeld, wo zudem wenig zu verdienen ist. Bei europäischen Unternehmenskunden sind Standardlösungen aber wenig gefragt, sie wollen Softwarelösungen, die ihre firmeninternen Abläufe und Geschäftsprozesse stark berücksichtigen und abbilden.

Lässt sich ASP also heute nur als individuelle One-to-One-Lösung für große Unternehmen oder als Intra-ASP-Lösung verkaufen?

Keineswegs. Als erfolgreich und Gewinn bringend haben sich für das ASP-Modell vertikale, branchenspezifische Lösungen erwiesen. Sie sind gut umzusetzen, und es gibt bei Unternehmenskunden jeder Größenordnung Nachfrage. So ist beispielsweise die von der Claasware GmbH



Foto: CRN

Nach Einschätzung von Josef Lamprecht, Geschäftsführer des ASP-Konsortiums, wird es noch acht bis 12 Monate dauern, bis der ASP-Markt wieder in Schwung kommt.

in Freiburg im ASP-Modell vertriebene Software zur Reisekostenabrechnung sehr erfolgreich. Reisekosten.de wird übers Internet angeboten und sowohl von Privatkunden als auch von großen Firmenkunden gegen Gebühr genutzt.

Sie sind seit Oktober Geschäftsführer des ASP-Konsortiums. Welche Pläne haben Sie für den Branchenverband?

Wir werden mehr auf externe Kommunikation setzen und erfolgreiche Projekte, die es zur Genüge gibt, darstellen, um so Vertrauen zu bilden. Intern haben wir uns zur Aufgabe gesetzt, gezielt Gruppen zusammenzubringen, die dann eine komplette ASP-Lösung anbieten können, etwa Softwarehersteller und Firmen, die sich mit Wireless-ASP beschäftigen. Ein weiteres Projekt ist die Verwendung

von Success-Stories auf unserer Website. Wir werden im Rahmen der Ce-bit 2002 einen verbesserten ASP-Award ins Leben rufen, der auch Nichtmitgliedern offen steht. Wir bieten auch diesen Unternehmen die Möglichkeit, ihre Lösungen zu präsentieren. Dafür bauen wir unter www.asp-award.de eine neue Domain auf. Dort werden wir die einzelnen Kategorien und die Jury vorstellen.