



Im Test: ERP-Händlerprogramme

Hattrick für Mesonic

Sieben Hersteller haben sich beim diesjährigen Test der ERP-Händlerprogramme um das Siegel »CRN Certified Program« beworben: Zum dritten Mal in Folge erzielt Mesonic das beste Ergebnis. Zu den Gewinnern zählen aber auch SAP und Softengine, die sich deutlich verbessern konnten. Myfactory landet dagegen erneut auf dem letzten Platz.

Überblick

- 16 Mesonic erneut erfolgreich**
Daneben konnten sich auch fünf andere Teilnehmer verbessern. Die Verlierer heißen Step Ahead und Myfactory.
- 20 »Wie in der Formel 1«**
Mesonic-Geschäftsführer Hans Walter Siegmund über die Gründe des Erfolgs.
»Ärgerliche Bewertung«
Myfactory-Geschäftsführer Marko Lorenz nimmt Stellung zu den Test-Ergebnissen.

karena.friedrich@crn.de

Die gute Nachricht zuerst: Trotz einiger Kritikpunkte konnten sich alle Teilnehmer die CRN-Auszeichnung für ERP-Händlerprogramme sichern. Die Reseller beurteilten die Leistungen der meisten Hersteller (mit Schulnoten von eins bis sechs) besser als bei der letzten Umfrage: Vier Unternehmen erhielten mit Noten besser als 2,0 sogar das Siegel »CRN Excellent Programm«. Insgesamt sieben Unternehmen stellten sich beim diesjährigen Test dem Urteil ihrer Partner. Wieder mit dabei waren Mesonic, Myfactory, SAP, Softengine, Step Ahead und Sage. Neu hinzugekommen ist der Mainzer Hersteller Godesys. Der strahlende Sieger aber heißt erneut Mesonic (siehe auch Interview). Zum dritten Mal in Folge kann sich der Scheeßeler ERP-Anbieter die Trophäe für das beste Händlerprogramm abholen.

Grund zum Lachen haben aber auch andere Teilnehmer: Jeweils um zwei Positionen nach vorne kämpften sich Softengine (Platz 2) und SAP (Platz 3). Neueinsteiger Godesys landet auf dem vierten Platz. Sage konnte sich zwar von Rang sieben (2004) auf Rang sechs verbessern, befindet sich aufgrund des um einen Teilnehmer reduzierten Feldes trotzdem auf dem vorletzten Platz. Eine ungewollte Kontinuität beweist dagegen der Jülicher Anbieter Myfactory: Erneut belegt er den letzten Platz beim CRN-Test (siehe Interview mit Myfactory-Geschäftsführer Marko Lorenz). Als einziger Anbieter verschlechtert hat sich Step Ahead. Das Unternehmen fällt vom zweiten auf den fünften Platz zurück. Drastisch verschlechtert hat sich hier die Beurteilung der Vertriebsschulungen. Der Hauptgrund für den Absturz liegt vermutlich in der Umgestaltung der Partnerbe-

Foto: www.photocase.com

treuung, an die sich die Partner offenbar noch gewöhnen müssen. Der Hersteller hatte im vergangenen Jahr begonnen, den Fokus von absatzfördernden Schulungen auf Marketing- und Projektunterstützung zu lenken. Dagegen konnten vor allem die Anbieter Mesonic, Sage und SAP mit ihrem Angebot an vertrieblichen Schulungen punkten.

SAP: Umgestaltung zahlt sich aus

Das ERP-Schwergewicht SAP machte auch insgesamt einen deutlichen Sprung nach vorne. Die umfassende Neugestaltung des Partnerprogramms »Partner Edge« im letzten Jahr zeigt offenbar Wirkung: In allen drei abgefragten Kategorien, allen voran beim Image, konnte sich SAP verbessern. Nur bei den Punkten Flexibilität und Bürokratie hapert es nach wie vor. Der Hersteller Sage landet hier zwar auf dem letzten Rang, konnte sein Image gegenüber dem letzten Ergebnis jedoch klar verbessern. Einen Spitzenwert (1,53) erreicht dagegen der Zweitplatzierte Softengine. Aber auch bei den harten Fakten konnte sich der Pfälzer Anbieter klar verbessern – bei der Unterstützung vor Ort sogar fast um eine ganze Note. Auch bei der Projektfinanzierung legte Softengine zu. Besonders anerkannt, da dieser Punkt von Partnern insgesamt am schlechtesten bewertet wird. Nur 37 Prozent der Reseller vergeben die Note eins oder zwei. Löbliche Ausnahme sind hier die Walldorfer, die ihr Angebot offenbar drastisch verbessert haben und dafür mit 1,57 Punkten die beste Benotung erhielten. Deutlicher Handlungsbedarf zeigt sich dagegen bei den Anbietern Step Ahead (3,18) und Myfactory (3,09).

Als durchschnittlich beste verkaufsunterstützende Maßnahme schneidet, anders als bei der letzten Umfrage, der Bereich technischer Support ab: 84 Prozent der Befragten vergeben hier die Note 1 oder 2. Nur Myfactory erzielt hier mit Abstand die schlechteste Note. Auch mit der Bereitstellung von Demogeräten und Testinstallationen zeigen sich 82 Prozent der Partner zufrieden. Hier sticht vor allem Mesonic mit einem Ergebnis von 1,06 hervor. Neuling Godesys erweist sich bei der Projektunterstützung als Testsieger, mit der sich vor allem die Händler der kleineren Anbieter zufrieden zeigen.

In punkto Image erzielten im Durchschnitt alle Teilnehmer positive Werte: So empfinden 95 Prozent der Händler ihren Hersteller als fairen Geschäftspartner und fühlen sich als Kunde dort gut aufgehoben (92 Prozent). Fast ebenso viele würden den Anbieter auch an Kollegen weiterempfehlen (90 Prozent). Ebenfalls positiv beur-

teilt werden die Kommunikation mit dem Hersteller, die fachliche Kompetenz und die Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter. Hier tun sich vor allem Mesonic, Softengine und die Walldorfer hervor, die sich damit abermals deutlich verbessern konnten.

Bei der Frage nach der Zusammenarbeit mit Herstellern spielen neben den partnerschaftlichen natürlich auch die technologischen Aspekte eine wichtige Rolle: Ein Großteil der Partner zeigt sich insbesondere mit Zusatzmodulen für Trendthemen, der Konfigurierbarkeit der Produkte sowie mit dem Umfang der verschiedenen ERP-Module zufrieden. Jeweils über 90 Prozent vergeben in diesem Punkt die Note eins

oder zwei. Dahinter platzieren sich die Qualität (88 Prozent) und Interoperabilität der eigenen Produkte (87 Prozent) sowie der Preis der Produkte (85 Prozent). Rabatte und Margen bei ERP-Produkten bewerten immerhin noch 82 Prozent aller Reseller als gut oder sehr gut. Durchschnittlich eher unzufrieden sind die Partner mit der Umsetzung moderner Technologien wie Java/DotNet oder auch der Interoperabilität mit Produkten von Drittanbietern. Reges Interesse herrscht allerdings nach wie vor an Lösungen für das Kundenbeziehungsmanagement: Mehr als die Hälfte der Befragten schätzt die Nachfrage nach CRM-Modulen weiterhin als stark ein. ■

i Godesys AG
www.godesys.de
Mesonic Software GmbH
www.mesonic.de
Myfactory
www.myfactory.de
Sage Software GmbH & Co. KG
www.sage.de
SAP Deutschland AG
www.sap.de
Softengine GmbH
www.softengine.de
Step Ahead AG
www.stepahead.de

Händlerprogramme im Test: ERP

	Reseller News 2007 EXCELLENT PROGRAM	Reseller News 2007 EXCELLENT PROGRAM	Reseller News 2007 EXCELLENT PROGRAM	Reseller News 2007 EXCELLENT PROGRAM	Reseller News 2007 CERTIFIED PROGRAM	Reseller News 2007 CERTIFIED PROGRAM	Reseller News 2007 CERTIFIED PROGRAM
	Mesonic	Softengine	SAP	Godesys	Step Ahead	Sage	Myfactory
Hard Facts: Bewertung der verkaufsunterstützenden Maßnahmen							
Technischer Support	1,53	1,89	1,56	1,83	1,7	2,13	2,87
Unterstützung vor Ort	1,5	1,82	2,29	1,83	2,17	2,08	2,15
Presales-Support	1,5	1,67	1,7	1,67	2,21	2,13	2,5
Postsales-Support	1,41	1,89	1,6	2,14	2,28	2,14	2,5
Endkundenaktionen zusammen mit Herstellern	1,65	1,53	1,9	2	1,9	1,73	2,36
Technische Schulungen	1,59	1,95	2	2,43	1,9	2	2,33
Vertriebs-Schulungen	1,44	1,78	1,5	2,17	2,25	1,6	2,57
Marketing-Unterstützung	1,59	1,58	1,8	2	2,35	1,8	2,33
Projektunterstützung	1,56	1,63	2	1,4	2,21	2,14	2,21
Projektfinanzierung	1,8	1,62	1,57	2	3,18	2,8	3,09
Bereitstellung von Demogeräten/Demoinstallationen	1,06	1,41	1,89	1,71	1,67	1,86	2
Vermittlung der Zusammenarbeit mit and. Partnern	1,53	1,47	1,67	2,17	2,06	2,5	1,57
Gesamtnote	1,51	1,69	1,79	1,95	2,16	2,08	2,27
Soft Facts: Bewertung der Zusammenarbeit							
Qualität der Informationen	1,41	1,95	1,7	2,43	2,1	2,2	2,53
Form der Informationen (per Fax, Internet, E-Mail etc.)	1,29	2,05	1,8	2	1,8	1,93	2,27
Telefonische Erreichbarkeit	1,71	2,11	1,5	2	1,65	2,13	2,6
Unterstützung bei Problemen	1,53	1,74	1,6	1,57	2	2,6	2,33
Kommunikation mit dem Hersteller	1,35	1,63	1,6	1,86	1,8	1,93	2,07
Reaktionszeit der Ansprechpartner	1,65	2,16	2	2	2,4	2,53	2,53
Fachliche Kompetenz der Mitarbeiter	1,41	1,84	1,9	1,29	1,9	2,27	2,29
Marktkompetenz der Mitarbeiter	1,81	1,84	2,2	1,67	2,37	2,27	2,43
Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter	1,24	1,37	1,2	1,57	1,45	1,93	1,43
Gesamtnote	1,49	1,85	1,72	1,82	1,94	2,2	2,28
Image des Herstellers							
Nimmt die Kunden ernst	1,24	1,37	1,2	1,71	1,8	2,33	2,07
Ist ein fairer Geschäftspartner	1,18	1,37	1,1	1,57	1,75	1,87	1,67
Ist flexibel und unbürokratisch	1,53	1,53	2,6	1,86	2,05	2,73	1,73
Würde ich meinen Kollegen empfehlen	1,24	1,58	1,5	1,71	1,65	2	1,73
Fühle mich dort als Kunde gut aufgehoben	1,24	1,53	1,5	1,71	1,8	1,8	2,07
Hat einen guten Ruf	1,41	1,84	1,2	1,83	2,21	2	2,36
Gesamtnote	1,31	1,54	1,52	1,73	1,88	2,12	1,94
Gesamtnote total	1,47	1,69	1,72	1,88	2,06	2,11	2,27

CRN Certified Program

Die einzelnen Leistungen der Hersteller bewerten die befragten Reseller mit Schulnoten von eins bis sechs. Damit auf einen Blick erkennbar ist, welcher Anbieter sich intensiv um den Channel bemüht, verleiht CRN die Auszeichnung »CRN Certified Program«. Beurteilt werden die Leistungen in drei Kategorien: vertriebsfördernde Maßnahmen (Hard Facts), Kooperationsverhalten (Soft Facts) und Image.

In die endgültige Beurteilung fließen Hard Facts als dreifache Wertung ein. Eine Auszeichnung erhält, wessen Angebot mit einer Gesamtnote besser als 2,50 bewertet wird.

Weitere Informationen erteilt Frank Sautner, CMP-WEKA research+consulting, Tel. 08121 95-1595, E-Mail: frank.sautner@cmp-weka.de

Quelle: CMP-WEKA research + consulting / © CRN-Grafik 12/2007

»Das ist wie in der Formel 1«

Interview

Mesonic erzielt zum dritten Mal in Folge das beste Ergebnis beim »CRN Certified Program« für ERP-Händlerprogramme. Das Scheeßeler Unternehmen konnte sich gegenüber dem letzten Test vor drei Jahren sogar nochmals verbessern. CRN-Redakteurin Karena Friedrich sprach mit Geschäftsführer Hans Walter Siegmund über die Gründe des Erfolgs.

CRN: Mesonic ist zum dritten Mal Sieger des CRN-Tests »ERP-Händlerprogramme«. Wie erklären Sie sich diesen Erfolg?

Siegmund: In unserem Markt wird sehr viel über »Augenhöhe« gesprochen. Wir leben dies seit Jahren. Die erfolgreiche Achse Anwender – Vertriebspartner – Hersteller sorgt für einen sehr hohen Anwendernutzen, der sich zwangsläufig auf unsere Partner überträgt.

CRN: Mesonic hat nicht nur gewonnen, sondern das Gesamtergebnis im Vergleich zu 2004 noch einmal verbessern können. Haben Sie das damalige Feedback genutzt, um bestimmte Punkte noch zu verbessern?

Siegmund: Das erfolgreiche Abschneiden über Jahre, über das wir uns natürlich riesig freuen, ist nicht nur Verpflichtung, sondern auch immer wieder eine neue Heraus-

forderung. Wir zertifizieren unsere Partner, bieten applikationsübergreifende Schulungen im Bereich Development und Sales an. Die Situation ist vergleichbar mit der Formel 1. Sie brauchen nicht nur einen starken Motor und optimale Reifen, sondern für den Sieg auch einen Spitzenfahrer.

CRN: Bei der »Unterstützung vor Ort« konnte sich Mesonic von 2,25 auf 1,5 deutlich verbessern. Haben Sie Ihr Team vergrößert?

Siegmund: Nicht wesentlich. Aber unsere Vertriebler und Supporter unterstützen unsere Partner bereits in der Presales-Phase und begleiten sie auf Wunsch auch während der Projekte.

CRN: Bei der Bewertung der Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Händler erhält Mesonic vor allem bei der »Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter« einen Spitzenwert. Wie erreichen Sie



Hans Walter Siegmund,
Geschäftsführer bei Mesonic

diesen offensichtlich ausgeprägten Dienstleistungsgedanken?

Siegmund: Hier schließt sich der Kreis. Wir bieten unseren Kunden Lösungen an, die für den bestmöglichen Anwendernutzen ein optimales Zusammenspiel zwischen Partner und Hersteller erfordern. Das ist allen Mitarbeitern bewusst.

CRN: Auch bei den Fragen zum Image des Herstellers hat Mesonic durchgehend bessere Wer-

te erreicht – beispielsweise »Hersteller ist ein fairer Geschäftspartner« mit einer Note von 1,18. Wie erreichen Sie das?

Siegmund: Lassen Sie mich das einmal so sagen. Wir verdienen nicht an, sondern mit unseren Partnern. Das ist überhaupt die Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Dazu gehören leistungsorientierte Handelsspannen, faire Wartungsverträge und ebenso anständige Schulungs-, Trainee- und Dienstleistungsbedingungen.

CRN: Mesonic feierte 2006 »20 Jahre indirekten Vertrieb«. Was haben Sie sich für die nächsten zwei Jahrzehnte vorgenommen?

Siegmund: Als Erstes werden wir weiter daran arbeiten, das bisher Erreichte nicht nur auf diesem Niveau zu halten: Wir wollen mit geeigneten Maßnahmen auf die jeweiligen Anforderungen und Veränderungen unseres Marktes im Interesse aller Beteiligten reagieren. Selbstverständlich werden wir mit dem Begriff »Indirektvertrieb« auch weiterhin zuverlässig umgehen und den seit über 20 Jahren eingeschlagenen Weg konsequent weitergehen. ■

i Mesonic Software GmbH
Hirschberger Straße 18, 27383 Scheeßel/Hamburg
Tel. 04263 93-900, Fax 04263 86-26
www.mesonic.de