


Desktop Services Markt -
Deutschland 1995-1998

1 9 9 6



Desktop Services Markt - Deutschland 1995-1998

INPUT®

Frankfurt • London • New York • Paris • San Francisco • Tokyo • Washington D.C.

Clients make informed decisions more quickly and economically by using INPUT's services. Since 1974, information technology (IT) users and vendors throughout the world have relied on INPUT for data, research, objective analysis and insightful opinions to prepare their plans, market assessments and business directions, particularly in computer and services.

Contact us today to learn how your company can use INPUT's knowledge and experience to grow and profit in the revolutionary IT world of the 1990s.

SUBSCRIPTION SERVICES

- Information Services Markets
 - Worldwide and country data
 - Vertical industry analysis
- Systems Integration/Professional Services Markets
- Client/Server Software
- Outsourcing Markets
- Information Services Vendor Profiles and Analysis
- Electronic Commerce/Internet
- U.S. Federal Government IT
- IT Customer Services Directions (Europe)

SERVICE FEATURES

- Research-based reports on trends, etc. (More than 100 in-depth reports per year)
- Frequent bulletins on events, issues, etc.
- 5-year Market forecasts
- Competitive analysis
- Access to experienced consultants
- Immediate answers to questions
- On-site presentations

DATABASES

- Software and Services Market Forecasts
- Software and Services Vendors
- U.S. Federal Government
 - Procurement Plans (PAR, APR)
 - Forecasts
 - Awards (FAIT)

CUSTOM PROJECTS

For Vendors —analyze:

- Market strategies and tactics
- Product/service opportunities
- Customer satisfaction levels
- Competitive positioning
- Acquisition targets

For Buyers —evaluate:

- Specific vendor capabilities
- Outsourcing options
- Systems plans
- Peer position

OTHER SERVICES

Acquisition/partnership searches

INPUT WORLDWIDE

Frankfurt

Perchstätten 16
D-35428
Langgöns
Germany
Tel. + 49 (0) 6403-911-420
Fax + 49 (0) 6403-911-413

London

Cornwall House
55-77 High Street
Slough, Verksire
SL1 1DZ, England
Tel. + 44 (0) 1753-530 444
Fax + 44 (0) 1753-577 311

New York

400 Frank W. Burr Blvd.
Teaneck, NJ 07666
U.S.A.
Tel. 1 (201) 801-00 50
Fax 1 (201) 801-04 41

Paris

24, avenue du Recteur
Poincaré
75016 Paris
France
Tel. + 33 (1) 46 47-65 65
Fax + 33 (1) 46 47-69 50

San Francisco

1881 Landings Drive
Mountain View
CA 94043-0848
U.S.A.
Tel. 1 (415) 961-33 00
Fax 1 (415) 961-39 66

Tokyo

6F#B, Mitoshiro Building
1-12-12, Uchikanda
Chiyoda-ku
Tokyo 101, Japan
Tel. + 81 3 38 64-05 31
Fax + 81 3 38 64-41 14

Washington, D.C.

1921 Gallows Road
Suite 250
Vienna, VA 22182-3900
U.S.A.
Tel. 1 (703) 847-68 70
Fax 1 (703) 847-68 72

Abstrakt

Der Trend zu Client/Server Systemen und zur Desktop Technologie hält unvermindert an und beschert dem deutschen Markt für Desktop Services ein robustes Wachstum. Die Nachfrage nach Desktop Services steigt mit einer Wachstumsrate von durchschnittlich 11 Prozent pro Jahr.

Zu den Desktop Services, die mit überdurchschnittlich hohen Wachstumsraten aufwarten, gehören die Netzwerkmanagement Dienstleistungen und das Desktop Services Outsourcing. Moderates Wachstum hingegen ist für Installations- und Hardware/Software Maintenance Services zu verzeichnen.

Ziel der Studie *Desktop Services Markt - Deutschland, 1995-1998* ist es, den Gesamtmarkt für Desktop Services sowie seine einzelnen Teilmärkte zu quantifizieren. Darüber hinaus werden die maßgeblichen Charakteristika und Entwicklungen, die diesen noch jungen Markt in seiner frühen Wachstumsphase prägen, analysiert und herausgestellt.

Im einzelnen adressiert dieser Report folgende Fragestellungen:

- Welche ökonomischen und technologischen Kräfte beeinflussen den deutschen DTS-Markt?
- Welche Anbietergruppen spielen eine Rolle?
- Wie entwickelt sich der Gesamtmarkt für Desktop Services bis 1998?
- Wie entwickelt sich die Nachfrage in den einzelnen Teilsegmenten des Desktop Services Marktes bis 1998?

Research by
INPUT GmbH
Perchstätten 16
D-35428 Langgöns
Germany

Published by
INPUT
1881 Landings Drive
Mountain View, CA 94043-0848
United States of America

**Desktop Services Markt - Deutschland
1995-1998**

Copyright © 1996 by INPUT. All rights reserved. Printed in Germany. No part of the publication may be reproduced or distributed in any form, or by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

The information provided in this report shall be used only by the employees of and within the current corporate structure of INPUT's clients, and will not be disclosed to any other organisation or person including parent, subsidiary, or affiliated organisation without prior written consent of INPUT.

INPUT exercises its best efforts in preparation of the information provided in this report and believes the information contained herein to be accurate. However, INPUT shall have no liability for any loss or expense that may result from incompleteness or inaccuracy of the information provided.

Inhaltsverzeichnis

I	Einleitung	1
	A. Zielsetzung und Abgrenzung	1
	B. Definition Desktop Services	2
	C. Untersuchungsdesign und Methodologie	5
	D. Aufbau der Studie	8
	E. Weitere INPUT-Studien	9

II	Schlüsselergebnisse	11
	A. Robustes Wachstum von 11 Prozent für Desktop Services	11
	B. Das Netzwerk als Dreh- und Angelpunkt für Desktop Services	13
	1. Das Netzwerk als Services-Objekt	13
	2. Das Netzwerk als Gegenstand von Schulung und Weiterbildung	15
	3. Das Netzwerk als Infrastruktur für Desktop Services	15
	C. Desktop Services Outsourcing im Aufwind	16

III	Marktcharakteristika und Entwicklungen	19
	A. Rahmenbedingungen für den deutschen Desktop Services Markt	19
	B. Budgetentwicklung	20
	1. Desktop Budget	20

	2. Desktop Services Budget	22
C.	Der Anbieter-Markt für Desktop Services	23
D.	Bedeutung des Internets für Desktop Services	27
	1. Das Internet als Online-Support-Delivery Tool	27
	2. Schulung und Training für Internet Technologie und Services	30
	3. Installation von Internet Equipment und Support Services	32
E.	Industrie- und Finanzsektor dominieren zusammen mehr als die Hälfte des Desktop Services Marktes	33

IV Desktop Services 1995 - 1998 37

A.	Gesamtmarkt Desktop Services Deutschland	37
B.	Desktop Services	38
	1. User Support	38
	2. Installation und Hardware/Software-Maintenance	40
	3. Netzwerkmanagement Services	42
	4. Datensicherheits-Services	44
	5. Einsatzplanungs- und Kauf-Services	45
	6. Schulung und Weiterbildung	46
	7. Entwicklung und Programmierung	49
C.	Desktop Services Segmente	50
	1. Single Services und Professional Services	51
	2. Desktop Services Outsourcing	53

V Markteinschätzungen und Prognosen 57

A.	Desktop Services Markt nach Leistungen	57
B.	Desktop Services Markt nach Branchen	58
C.	Desktop Services Markt nach Anbieterkategorien	59
D.	Desktop Services Markt nach Segmenten	60

VI	Anhang	61
	Anbieterfragebogen	61

Abbildungsverzeichnis

I

-1	Desktop Services Übersicht	2
-2	Branchenchenzuordnung der Unternehmen	6
-3	Unternehmensgrößen	7
-4	Umsatzverteilung	8

II

-1	Wachstum Desktop Services Markt 1995-1998	12
-2	Wachstum Desktop Services Segmente 1995-1998	12
-3	Gründe für Erhöhung externer DTS-Ausgaben	14
-4	Struktur eines Desktop Services Outsourcing Partnerschaft	17

III

-1	Struktur Desktop Budget	20
-2	Desktop Budget Entwicklung 1995-1998	21
-3	Desktop Budget - Branchenentwicklung 1995-1998	22
-4	Desktop Services Budgetentwicklung 1995-1998	23
-5	Desktop Services Ausgaben nach Anbietergruppen	24
-6	Nutzeneffekte Online Support	28
-7	Zahlungsbereitschaft für Online Support	30
-8	Zukünftige Schulungsthemen liegen im Netzwerkbereich	31
-9	Desktop Services Umsatz nach Branchen 1995	33

IV

-1	Gesamtmarkt für Desktop Services 1995-1998	37
-2	User Support 1995-1998	38
-3	Installation und Hard-/Software Maintenance 1995-1998	40
-4	Netzwerkmanagement Services 1995-1998	43
-5	Datensicherheits-Services 1995-1998	44
-6	Einsatzplanungs- und Kauf-Services 1995-1998	46
-7	Schulung und Weiterbildung 1995-1998	47
-8	Entwicklung und Programmierung 1995-1998	49
-9	Desktop Services Marktsegmente	50
-10	Services-Beziehungen	52
-11	Single Services und Professional Services 1995-1998	53
-12	Desktop Services Outsourcing 1995-1998	55
-13	Desktop Services Markt nach Segmenten 1995	56
-14	Desktop Services Markt nach Segmenten 1998	56

V

-1	Desktop Services Markt nach Leistungen 1995-1998	57
-2	Desktop Services Markt nach Branchen 1995	58
-3	Desktop Services Markt nach Anbieterkategorien 1995	59
-4	Desktop Services Markt nach Segmenten 1995-1998	60

(unbeschrieben)

(unbeschrieben)



Einleitung

Der Trend zu Client/Server Systemen und zur Desktop Technologie hält unvermindert an und beschert dem deutschen Markt für Desktop Services ein robustes Wachstum. Die Nachfrage nach Desktop Serviceleistungen insgesamt steigt durchschnittlich mit 11 Prozent pro Jahr.

A.

Zielsetzung und Abgrenzung

Ziel der Studie *Desktop Services Markt - Deutschland, 1995-1998* ist es, den Gesamtmarkt für Desktop Services sowie seine einzelnen Teilmärkte zu quantifizieren. Darüber hinaus werden die maßgeblichen Charakteristika und Entwicklungen, die diesen noch jungen Markt in seiner frühen Wachstumsphase prägen, analysiert und herausgestellt.

Die quantitativen und qualitativen Analysen und Aussagen basieren zum einen auf dedizierten Befragungen von Desktop Services Anbietern, zum anderen auf umfangreichem und kontinuierlich durchgeführtem User-Research unter deutschen Unternehmen.

Im einzelnen werden folgende Fragestellungen adressiert:

- Welche ökonomischen und technologischen Kräfte beeinflussen den deutschen DTS-Markt?
- Welche Anbieterkategorien spielen eine Rolle?
- Wie entwickelt sich der Gesamtmarkt für Desktop Services bis 1998?
- Wie entwickelt sich die Nachfrage in den einzelnen Teilsegmenten des DTS-Marktes bis 1998?

Die in dieser Studie enthaltenen Daten und Fakten gelten ausschließlich für den deutschen Markt.

B

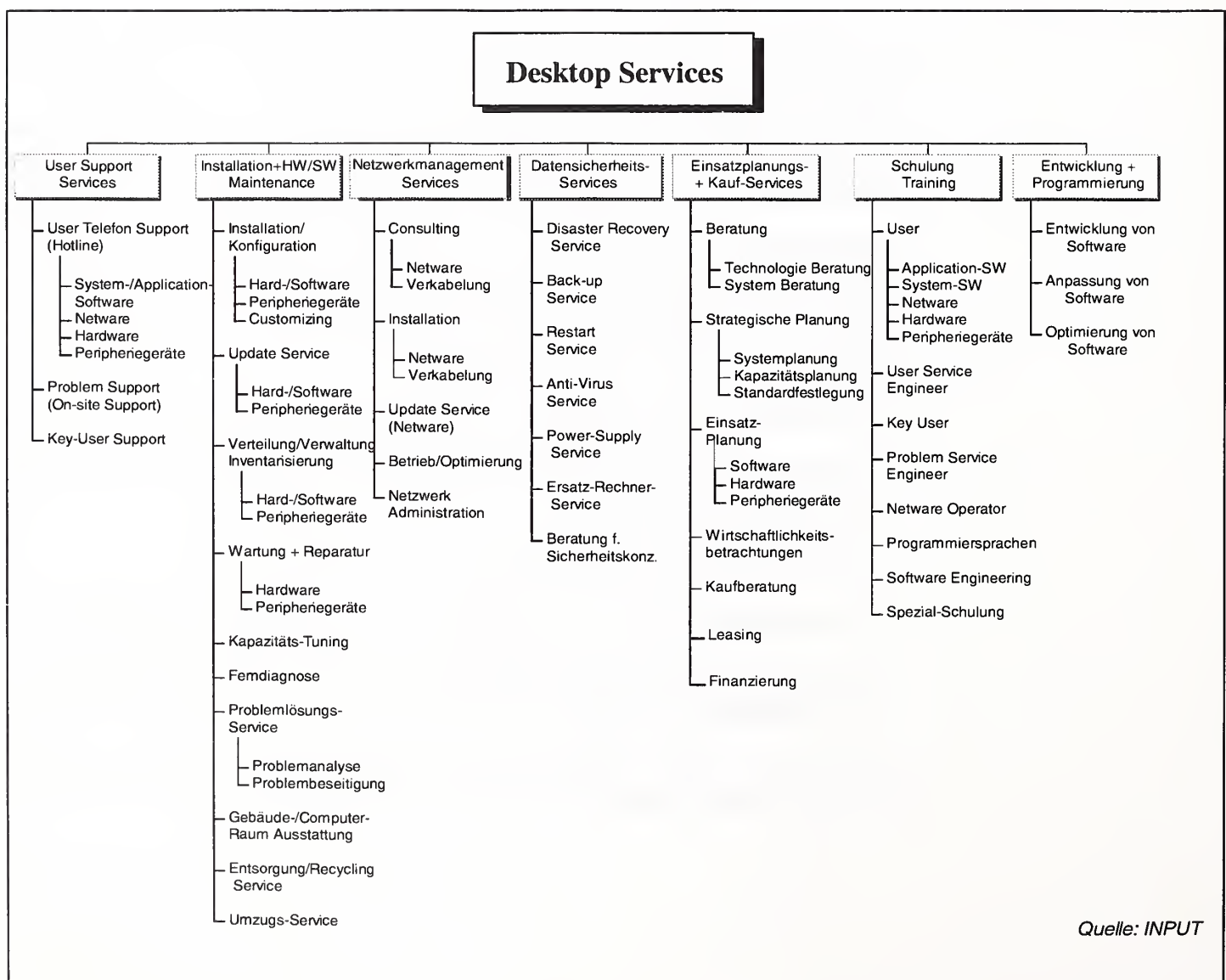
Definition Desktop Services

INPUT definiert den Begriff Desktop Services wie folgt: Desktop Services umschreibt alle Aktivitäten, die getroffen werden müssen, um die Funktionsbereitschaft von Desktops und Desktopsystemen (PCs, Workstation, Vernetzung (LAN) und Peripheriegeräte) aufrechtzuerhalten und zu optimieren sowie die Hinführung der Anwender zur optimalen Nutzung der Desktops.

Abbildung I-1 illustriert die Bandbreite der Desktop Serviceleistungen:

Abbildung I-1

Desktop Services Übersicht



Die einzelnen Desktop Serviceleistungen und einige ihrer charakteristischen Merkmale werden im folgenden näher beschrieben:

- User Support

Der User Support übernimmt die Aufgabe, den Anwender bei Fragen und Problemen bezüglich seiner Desktopsysteme zu betreuen. Er stellt eine wichtige Schnittstelle zwischen dem User und dem IT-Bereich bzw. der DV-Abteilung dar.

In der Praxis können Telefon Support (Hotline) und Problem Support (On-Site Support) sowie Key-User Support unterschieden werden. Kennzeichen des Telefon Support Systems ist die Standortunabhängigkeit. Dies stellt die Erreichbarkeit auch für externe Mitarbeiter (Vertriebsmitarbeiter mit Laptops) sicher. Dagegen sind der Problem Support und das Key-User System auf unmittelbare räumliche Nähe zum Anwender hin angelegt. Sie können bei Fragen und Problemen an Ort und Stelle weiterhelfen. Der Key-User ist ein Mitglied der Arbeitsgruppe einer Organisationseinheit. Eine Auslagerung bzw. ein Fremdbezug des Key-User Supportes im eigentlichen Sinne ist nicht möglich. Wohl aber kann die Key-User-Funktion durch einen DTS-Anbieter sehr effektiv unterstützt werden.

Bei einem Fremdbezug von User Support handelt es sich zumeist um Serviceleistungen für Software-Standardanwendungen wie z.B. kommerzielle Office Arbeitsplatz Software (Textverarbeitung, Datenbank, etc.) und Funktions-Software, beispielsweise SAP.

- Installation und Hard-/Software Maintenance

Unter diesem Begriff werden all jene Serviceleistungen zusammengefaßt, die sich auf die Wartung und die Installation bzw. Konfiguration von Hardware, Software, Netware und Peripheriegeräte sowie die Desktop Umgebung im allgemeinen (Environmental Services) beziehen.

In die Subkategorie *Verteilung/Verwaltung und Inventarisierung* ist das (nicht explizit in der Desktop Services Übersicht aufgeführte) Asset-Management einzuordnen; zu deutsch etwa Bestands-Management. Dieser Service bezeichnet ein auf die jeweiligen Desktop-Anforderungen des Kunden zugeschnittenes Leistungspaket, das unter anderem die Inventarisierung des gesamten Desktop Bestandes, aber auch den laufenden Support, Updates, Lizenzmanagement sowie Special Services wie Virus Services und Video Training umfassen kann.

- Netzwerkmanagement Services

Dieser Service umfaßt die Einzelservices:

- Consulting, Beratung
- Installation
- Update
- Betrieb
- Optimierung und
- Administration des lokalen Netzwerkes (LAN)

- Datensicherheits-Services

In der Regel werden die einzelnen Datensicherheits-Services wie Disaster Recovery Service, Back-up Service, Restart Service, Anti-Virus Service, Power-Supply Service und Ersatz-Rechner Service nur im Rahmen des Fremdbezuges weiterer Desktop Services bzw. im Falle eines Desktop Services Outsourcing von einem Dienstleister bezogen. Eine Ausnahme bilden die Beratungsleistungen für Sicherheitskonzepte, die auch „stand-alone“ fremdbezogen werden.

- Einsatzplanungs- und Kauf-Services

Der Fremdbezug von Technologie- und Systemberatung steht bei Beschaffungsentscheidungen über Einsatzplanungs- und Kauf-Services zur Zeit im Vordergrund. Neben weiteren Serviceleistungen wie Einsatzplanung für Hardware, Software, Netzwerke sowie Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen und Kaufberatung sind auch Finanzierungs- und Leasingangebote für Desktopsysteme einschließlich korrespondierender Serviceleistungen in diese Kategorie einzuordnen. Insbesondere die Finanzierungs- und Leasing-Services werden in Zukunft an Bedeutung gewinnen.

- Schulung und Training

Die Weiterbildungs- und Schulungsleistungen gehören zu den „klassischen“ Desktop Services. Subjekte dieses Services sind die

User/Anwender, der Service Engineer, die Key User, der Problem Service Engineer sowie der Netware Operator. Objekte sind u.a. die Anwendungs- und Systemsoftware sowie Programmiersprachen und ggf. auch Hardware + Peripheriegeräte.

- Entwicklung und Programmierung

Die unter der Kategorie Entwicklung und Programmierung zusammengeführten Desktop Services betreffen die Entwicklung, die Anpassung und ggf. auch die Optimierung der Desktop Software.

C.

Untersuchungsdesign und Methodologie

Für Marktschätzungen und Marktprognosen wurde die etablierte INPUT-Methodologie verwendet. Diese Methode basiert auf extensiver Sammlung von Anbieterumsätzen plus erprobter Analysetechniken zur Bestimmung der Größe des korrespondierenden User-Marktes. Die Marktzahlen beantworten somit die Fragestellung: *Wieviel Mark gaben bzw. geben Unternehmen tatsächlich pro Jahr für Desktop Services aus?* Zusätzlich fließen die Ergebnisse eines umfangreichen User-Researches, den INPUT kontinuierlich durchführt, in die Analyse mit ein.

Die Analysen sind durch Sekundärforschung komplementiert. Bei den Quellen handelt es sich beispielsweise um Jahresberichte, Pressemitteilungen, Online-Informationen und spezielle Informationen, die in der Computerfach- sowie Wirtschafts- und Branchenpresse erschienen sind.

Die in die Analysen einbezogenen Anwender-Unternehmen entstammen verschiedenen Branchen. Umgerechnet auf Vollzeitmitarbeiter beschäftigt der Großteil der Unternehmen mehr als 1000 Mitarbeiter und verfügt über eine Installationsbasis von mindestens 200 Desktops.

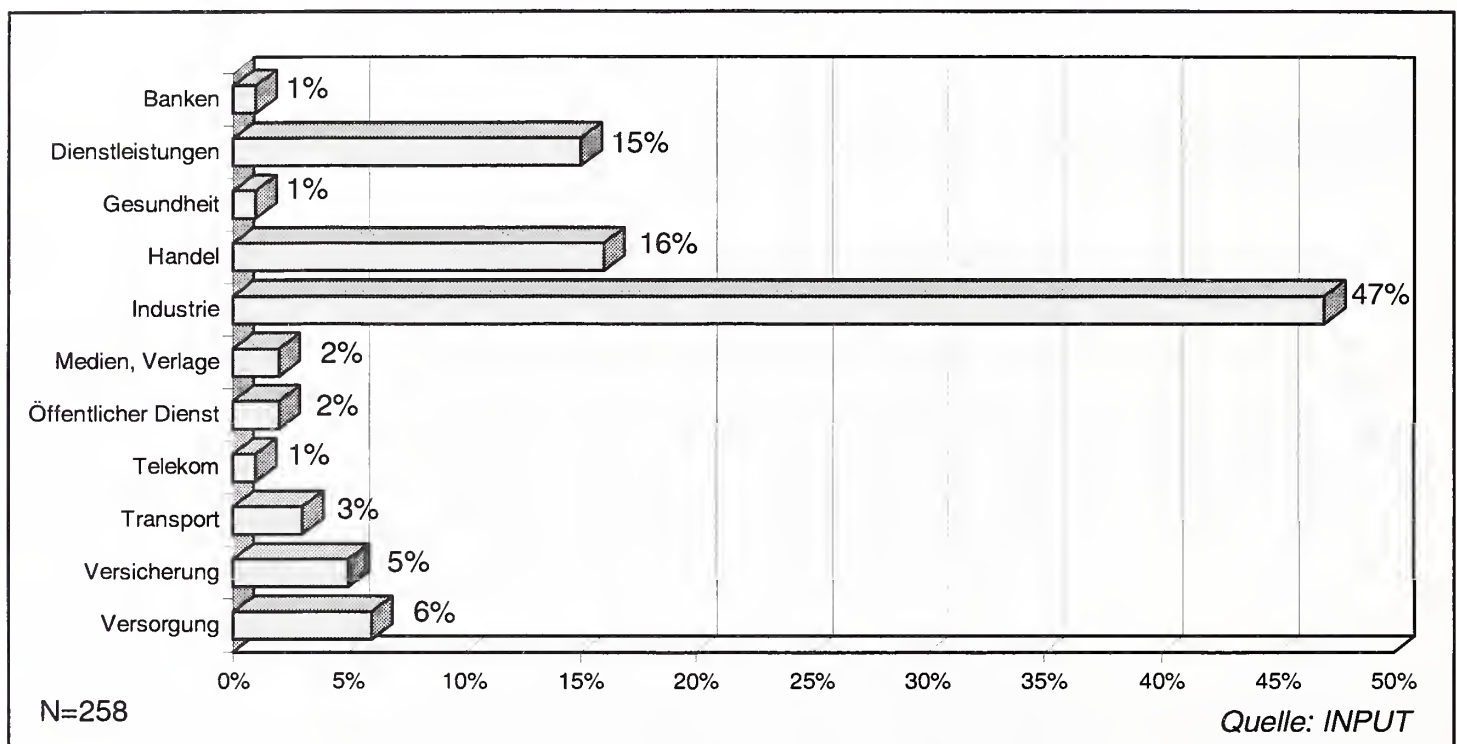
Als Bezugsjahr für die quantitative Analyse gilt das Jahr 1995. Auf Basis dieses Jahres werden Wachstumsprognosen für den Zeitraum der folgenden drei Jahre, 1996, 1997 und 1998 abgegeben. Sämtliche

Marktzahlen und -angaben gelten dabei ausschließlich für den deutschen Markt.

Alle Marktwachstumsprognosen berücksichtigen eine Inflationsrate von 2,4 Prozent pro Jahr (Quelle: OECD).

Abbildung I-2

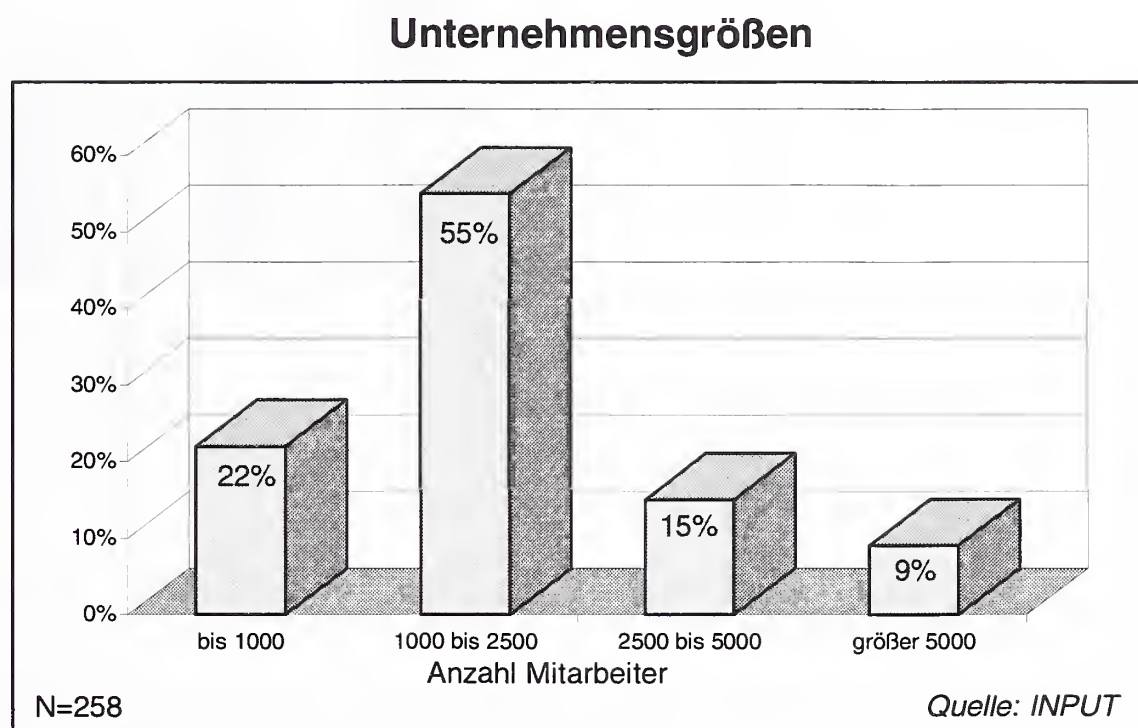
Branchenzuordnung der Unternehmen



In die Analyse des deutschen Desktop Services Marktes waren Unternehmen nahezu aller Branchen mit einbezogen. Etwas weniger als die Hälfte der Unternehmen ist dabei dem Industriesektor (Prozeßfertigungs- und Einzelfertigungsindustrie) zuzuordnen, der Rest ist dem „Nicht-Industriesektor“ zuzuordnen. So entfallen auf die Branchen Banken, Gesundheit und Telekommunikation jeweils ein, auf die Branchen Öffentlicher Dienst und Medien/Verlage jeweils zwei Prozent. Unternehmen der Branchen Transport sind mit drei, Unternehmen der Branche Versicherung mit fünf und Unternehmen der Branche Versorgung mit 6 Prozent vertreten. Auf die Branche Dienstleistungen (z.B. Hotels, IT-Dienstleister, Reparatur- und Personaldienstleistungen) entfallen 15 und auf Unternehmen der Branchenkategorien Groß- und

Einzelhandel 16 Prozent. Die Verteilung zwischen Industrie- und Nicht-Industriesektor ist daher mit 47 zu 53 Prozent nahezu gleichgewichtig.

Abbildung I-3

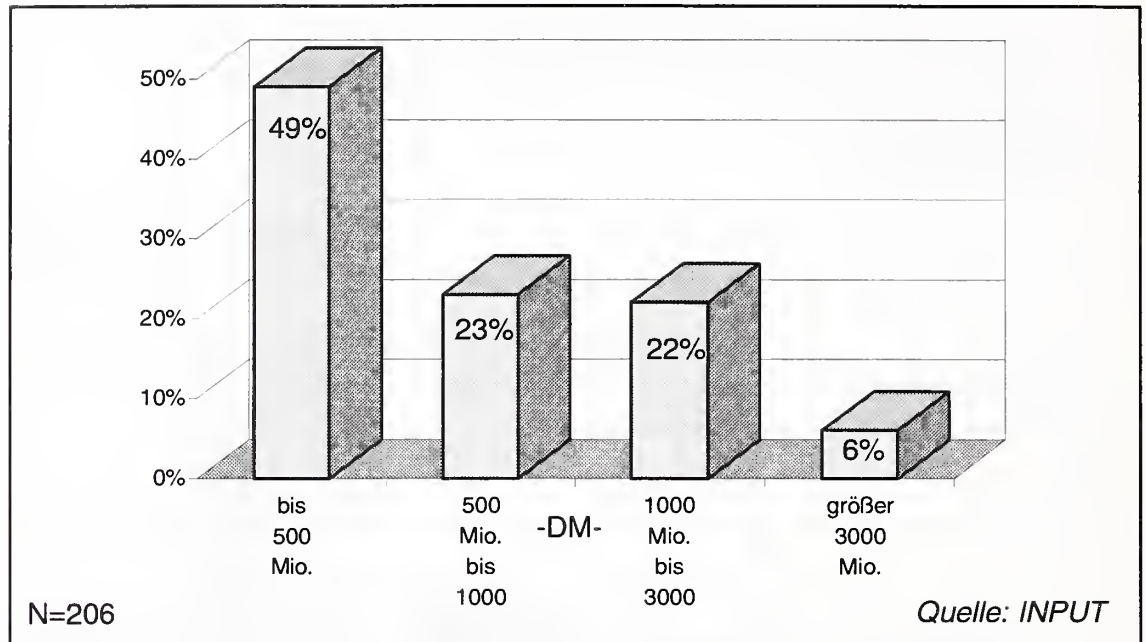


Beinahe alle der in die Analyse einbezogenen Unternehmen beschäftigen mehr als 1000 Mitarbeiter. Der Anteil jener Unternehmen, die die Grenze von 1000 Mitarbeitern minus 20 Prozent unterschreiten d.h. weniger als 800 Mitarbeiter beschäftigen beträgt 10 Prozent. Die Verteilung der Unternehmen in den Klassen mit mehr als 1000 Mitarbeitern entspricht annähernd der nationalen Verteilung von mittelgroßen Unternehmen und Großunternehmen in Deutschland.

Knapp 30 Prozent der Unternehmen erreichte 1995 einen Jahresumsatz von mehr als 1 Milliarde Mark. 6 Prozent davon erzielte sogar einen Jahresumsatz von mehr als 3 Milliarden Mark.

Abbildung I-4

Umsatzverteilung



D.

Aufbau der Studie

Die restlichen Kapitel dieser Studie sind:

Kapitel II bietet die Schlüsselergebnisse der Studie.

Kapitel III zeichnet einige wichtige Charakteristika des deutschen Desktop Services Marktes nach. Weiterhin werden Entwicklungen dargestellt, die diesen Markt zur Zeit und über die nächsten Jahre hinweg beeinflussen und prägen werden.

Kapitel IV beziffert die Größe des Gesamtmarktes für Desktop Services und seiner Teilmärkte und prognostiziert das Marktwachstum bis zum Jahre 1998. Zusätzlich wird die Marktgröße und -entwicklung für die Desktop Services Segmente

- Single Service und Professional Services
- Desktop Services Outsourcing aufgezeigt.

Kapitel V faßt die quantitativen Analysen für den deutschen Desktop Servicesmarkt in Tabellenform zusammen.

Der Anhang enthält den Anbieterfragebogen.

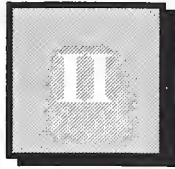
E.**Weitere INPUT-Studien**

Weitere INPUT-Studien zur Desktop Services Thematik in Deutschland und anderen europäischen Ländern:

- *Pricing und Marketing von Desktop Services, Deutschland 1996*
- *Les Services Micros et Réseaux Locaux: Guide de Références des Principaux Prestataires en France, 1996*
- *Desktop Services Deutschland, Kosten-Nutzen-Risiken-Services Tools- 1995*
- *Desktop Services Deutschland, 1995*
- *Desktop Services Schweiz, 1995*
- *Les Services Micros et Réseaux Locaux: Pratiques et Satisfaction des Entreprises, 1995-2000*
- *Les Services Micros et Réseaux Locaux: Termes et Conditions des Offres, 1995-2000*
- *Client/Server Systems Management Software, 1995*
- *Delivering Customer Services Through the VAR Channel, Europe 1995*
- *The Future of IT-Support-Multivendor Services in Europe 1995-2000*
- *Pricing and Marketing of Professional Services, 1995*
- *Pricing Mechanisms in Information Systems Outsourcing Europe, 1995*
- *IT Customer Services Market Trends and Forecast - Europe 1995-2000*
- *IT-Customer Services Competitive Analysis Europe,*
- *Desktop Network Support Opportunities - Europe, 1994 - 1999*
- *Desktop Services Outsourcing - Europe, 1994*
- *Les Services Micros: Expériences et Stratégies des Entreprises Françaises - France 1994*
- *Les Services Micros: Réalités de l'offre et Stratégies Gagnantes - France 1994*
- *Les Services Micros: Prévisions et Perspectives de Marché - France 1994*
- *The Client/Server Explosion: how Users Choose Platforms - Europe, 1994*

(unbeschrieben)

(unbeschrieben)



Schlüsselergebnisse

A.

Robustes Wachstum von 11 Prozent für Desktop Services

Die hohen Investitionen deutscher Unternehmen in Client/Server Systeme und Desktop Technologie begünstigen das Wachstum des Desktop Services Marktes. So steigen die Budgets für Desktop bzw. /Desktopsysteme im Durchschnitt mit knapp neun Prozent pro Jahr. Knapp die Hälfte der Unternehmen beabsichtigt dabei, den Anteil der Ausgaben für externe Services in den nächsten Jahren zu erhöhen.

Die sehr positive Wachstumsentwicklung des Desktop Services Marktes hat IT-Anbieter unterschiedlicher Herkunft und Größe sowie unterschiedlichen Alters angelockt, die sich entsprechend ihre Angebotstiefe und breite spezialisiert haben. Die Gruppe der Systemhersteller kann dabei mit 45 Prozent den größten Anteil der externen Desktop Services Ausgaben deutscher Unternehmen für sich verbuchen, gefolgt von der Gruppe der VARs/Händler/Distributoren (25 Prozent), der dedizierten Dienstleister (13 Prozent), der Softwareanbieter (9 Prozent) und der Beratungshäuser (8 Prozent).

Dramatische Verschiebungen dieser Anteile sind in den nächsten Jahren nicht zu erwarten. Dennoch erwächst den großen Systemherstellern in der Anbietergruppe der Value Added Reseller/ Händler/Distributoren verstärkt Konkurrenz. Die einige Jahre zuvor noch uneingeschränkte Loyalität deutscher Unternehmen zu ihren Systemlieferanten ist nicht länger unumstößlich. Indes begreift und definiert der „Händlerkanal“ das Services-Geschäft zunehmend als Kernaktivität und weitet sein Angebotsspektrum kontinuierlich aus.

Die externen Ausgaben deutscher Unternehmen betragen im Jahre 1995 3,53 Milliarden Mark und wachsen mit durchschnittlich 11 Prozent pro Jahr auf 4,8 Milliarden Mark im Jahre 1998.

Abbildung II-1

Wachstum Desktop Services Markt 1995-1998

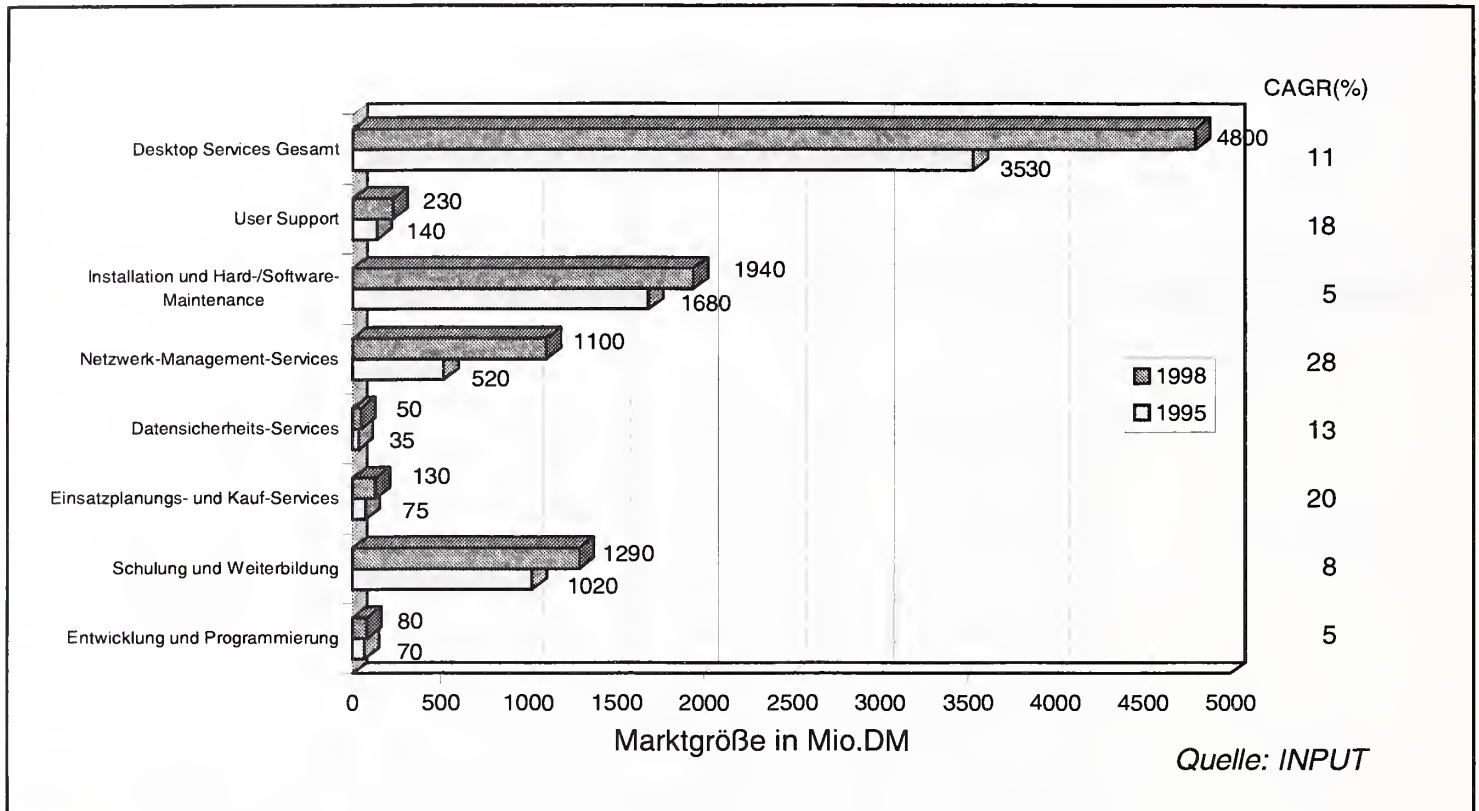
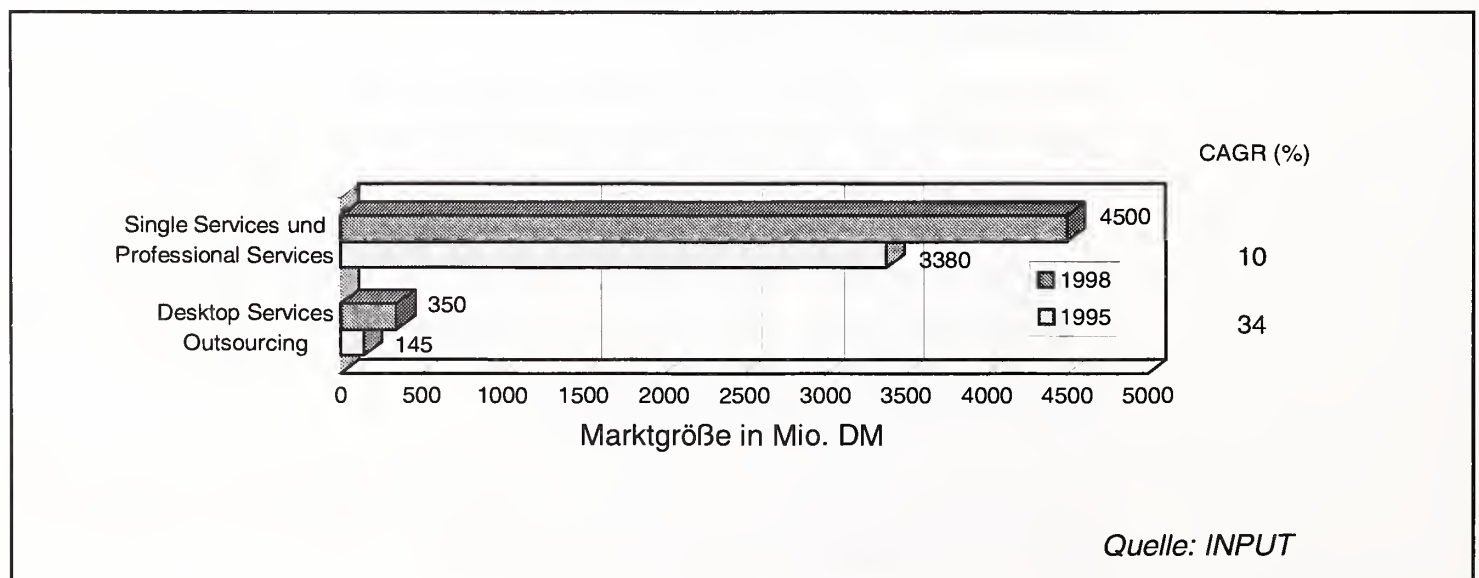


Abbildung II-2

Wachstum Desktop Services Segmente 1995-1998



Zu den Desktop Services, die sich mit überdurchschnittlich hohen Wachstumsraten bei gleichzeitig hohem Umsatzpotential entwickeln, gehören die Netzwerk-Management-Services. Die externen Ausgaben für Netzwerk-Support wachsen mit durchschnittlich 28 Prozent pro Jahr von 520 Millionen Mark auf 1100 Millionen Mark im Jahre 1998. Darüber hinaus spielt das Netzwerk als technische Infrastruktur auch für die „Auslieferung“ von Desktop Services und als Gegenstand der Schulung und Weiterbildung im Desktop Umfeld eine große Rolle.

Ebenfalls im Aufwind befindet sich derzeit das Desktop Services Outsourcing, d.h. die Komplettauslagerung oder Auslagerung signifikanter Teile der Desktop-Infrastrukturen und Services. Dieser Markt kann mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 34 Prozent p.a. über die nächsten drei Jahre hinweg zulegen.

B.

Das Netzwerk als Dreh- und Angelpunkt für Desktop Services

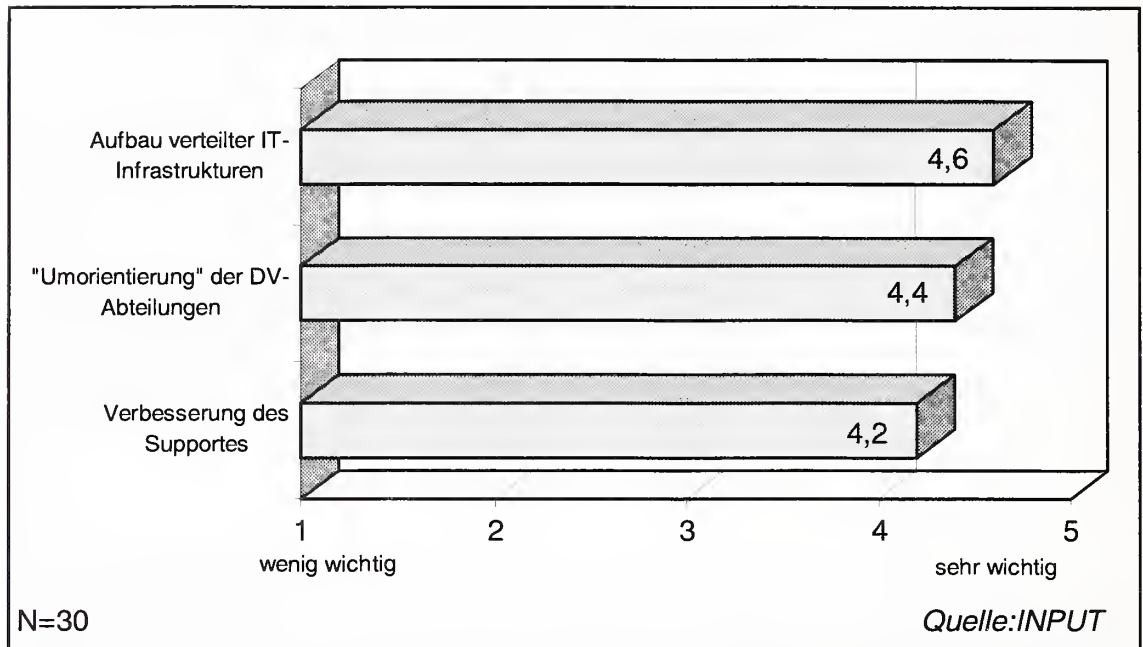
Dem Netzwerk kommt im gesamten Umfeld der Desktop Services eine große Bedeutung zu. Zum einen ist es Objekt einer Serviceleistung (Netzwerk Support), zum anderen ist es Gegenstand von Schulungs- und Weiterbildungsaktivitäten sowie Basisinfrastruktur zur „Auslieferung“ von Desktop Services.

1) Das Netzwerk als Services-Objekt

Das „Network-centric“ Modell setzt sich Business-Modell in den deutschen Unternehmenslandschaften zunehmend durch. Der Aufbau und der Ausbau der Netzwerkinfrastrukturen stellt daher in den meisten Unternehmen eine der vordringlichsten und wichtigsten Aufgaben dar.

Abbildung II-3

Gründe für Erhöhung externer DTS-Ausgaben



Viele Unternehmen haben die Betreuung des Netzwerkes bislang als Kernaktivität ihrer DV-Abteilungen und als sensible Unternehmensressource betrachtet, so daß vielfach lediglich Design- und Implementierungsaufgaben von außen bezogen wurden.

Vor dem Hintergrund einer steigenden Komplexität und den teilweise „chaotischen“ Zuständen in den Netzwerklanschaften sind viele DV-Manager jedoch zunehmend bereit, auch den Betrieb sowie das Management und die Administration ihrer Netzwerke in die Hände eines Serviceleisters zu geben. Gegenwärtig ist eine hohe Nachfrage nach Design-, Implementierungs- und Supportleistungen unter deutschen Unternehmen festzustellen.

Die IT-Abteilungen konzentrieren sich vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen wieder verstärkt auf Schlüsselentwicklungen und operative Aufgaben und vergeben Support-Dienstleistungen für das Netzwerk an Dritte. Durch den Trend der „Umorientierung“ der DV-Abteilungen in Richtung strategische Aufgaben erfolgt meist automatisch eine Umschichtung zwischen internen und externen Servicesbudgets bzw.-ausgaben.

2. Netzwerk als Gegenstand von Schulung und Weiterbildung

Die erfolgreiche Realisierung der mit dem „Network-centric“-Modell verbundenen Chancen ist über die rein technologischen Aspekte hinaus auch von der Qualifikation und dem Know-how der Mitarbeiter in den jeweiligen Unternehmen abhängig.

Allgemein wird bei einer Umstellung bzw. Einführung von verteilter Informationsverarbeitungskonzepte und -applikationen sowohl bei Anwendern als auch bei IT-Professionals ein entsprechender Schulungsbedarf generiert. So existiert beispielsweise eine große Nachfrage nach Schulungsleistungen im Zusammenhang mit dem Aufkommen neuer Software-Entwicklungstechniken, Software-Tools und Methoden. Eine besondere Herausforderung dürfte hierbei in der Umschulung des Mainframe-orientierten Entwicklungspersonals bestehen, deren bisherige Arbeitsmethoden und -konzepte sich von jenen, die einer Client/Server Umgebung erforderlich sind, drastisch unterscheiden.

Diese Wissenslücke wird von den Unternehmen einerseits durch den Zukauf von „Know-how“ oder aber die Auslagerung der entsprechenden Funktionen geschlossen. Andererseits kann der im Hinblick auf Client/Server Systeme und Netzwerke bestehende hohe Schulungsbedarf nur zu einem Teil durch die internen Weiterbildungsressourcen aufgefangen werden. Umfragen unter Unternehmen zeigen, daß Themen wie Netzwerke und Client/Server Technologie an oberster Stelle der Schulungsthemenlisten rangieren.

3. Das Netzwerk als Infrastruktur für Desktop Services

Die Schlagworte Internet und Intranet bzw. die dahinterstehenden Technologien und Philosophien erhalten in jüngster Zeit verstärkt Aufmerksamkeit von Unternehmensseite. Die Erwartungshaltung bezieht sich dabei auf eine Effektivierung und Kosteneinsparung hinsichtlich interner und externer Kommunikations- und Betriebsprozesse.

Darüber hinaus stellen diese Netzkonzepte für DTS-Anbieter eine Möglichkeit dar, einige ihrer Leistungen im Online-Modus via Internet (WWW, E-Mail, etc.) weniger zeit- und personalintensiv zu offerieren. So bietet beispielsweise das Anbringen „Schwarzer Bretter“ im World Wide Web den Desktop Services Kunden die Möglichkeit, auf Informationen zuzugreifen, die zur Lösung von Routineproblemen benötigt werden. Aber auch die Online-Bereitstellung qualitativ höherwertiger Desktop Support Services wie Softwareverteilung, automatische Updates und intelligente Konzepte der Ferndiagnose sind

im Zuge der Weiterentwicklung der Infrastrukturtechnologie und deren Funktionalität denkbar und bereits absehbar.

C.

Desktop Services Outsourcing im Aufwind

Bei einem Desktop Services Outsourcing übernimmt der DTS-Anbieter im Rahmen einer Partnerschaft die Verantwortung für die Gesamtheit bzw. einen signifikanten Teil der Desktops und Desktop Services in der Kundenorganisation. Die Dauer des Vertrages darf die Laufzeit von einem Jahr nicht unterschreiten.

Im Jahre 1995 entfielen auf das Desktop Services Outsourcing 145 Millionen Mark. Dies entspricht etwa vier Prozent des deutschen Desktop Services Marktes insgesamt. Im Jahre 1998 werden deutschen Unternehmen bereits 350 Millionen Mark hierfür ausgeben, was eine durchschnittliche jährliche Zuwachsrate von 34 Prozent bedeutet.

Insbesondere bei Banken und Handelsunternehmen ist eine Zunahme der Nachfrage nach einem DTS-Outsourcing festzustellen. Diese Unternehmen verfügen zumeist über geografisch weit verstreute Desktop Ressourcen. Mit einer Auslagerung wird das Ziel verfolgt, die mit dem Management dieser „verstreuten“ Desktop Strukturen verbundenen Schwierigkeiten, z.B. die Einhaltung eines hohen und konsistenten Servicelevels für sämtliche Niederlassungen oder Filialen, „besser in den Griff zu bekommen“.

Neben einer gemäß den spezifischen Anforderungen des Kunden ausreichend hohen geografischen Präsenz sind an das Profil eines Desktop Services Outsourcing-Anbieters i.d.R. die folgenden Erwartungen verbunden:

- Hinreichendes Business Know-how im Hinblick auf die Unterstützung der Unternehmensziele und operationaler Managementaufgaben
- Nachgewiesene Erfolge, Referenzen
- Flexibilität des Vertrages
- Ausreichende Managementressourcen

Die Struktur einer Desktop Services Outsourcing Geschäftsverbindung unterscheidet sich von den übrigen Desktop-Services-Verbindungen

(Single Services, Professional Services) insbesondere durch den Grad des Involvements beider Parteien. Über die allgemeinen Empfehlungen für die Gestaltung von Geschäftsbeziehungen im Servicegeschäft hinaus, - beispielsweise die Pflege eines kontinuierlichen Informationsaustausches sowie einer proaktiven Kommunikation zum Kunden - sollte die Partnerschaft sichtbar auf allen Managementebenen der Organisationen verankert sein.

Abbildung II-4

Struktur einer Desktop Services Outsourcing Partnerschaft

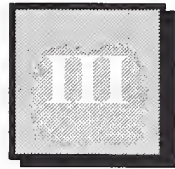
Managementebenen	Dienstleister	Aufgaben	Kunde
strategische Ebene	Entscheidungsträger	strategische Vorgaben und Entscheidungen -jährlich/ oder halbjährlich-	Entscheidungsträger
taktische Ebene	Account Manager	Ressourcen- und Servicesplanung -monatlich oder pro quartal-	Prozeß-/Projekt-Manager
operative Ebene	User Support	kurzfristige Steuerung Problemerkennung täglich	Anwender

Quelle: INPUT

Auf der strategischen Ebene werden halbjährlich, gegebenenfalls auch jährlich strategische Vorgaben für die Partnerschaft definiert.

Den Verantwortlichen auf der taktischen Ebene hingegen kommt die Aufgabe zu, die Entwicklung der Partnerschaft zu steuern. Der Account Manager auf der Anbieterseite und der Prozeß-Manager auf der Kunden-seite definieren und planen die konkreten Anforderungen auf monatlicher Basis oder in Quartalsabständen.

Auf der operativen Ebene schließlich werden die eigentlichen Services erbracht bzw. genutzt (z.B. User Support).



Marktcharakteristika und Entwicklungen

A.

Rahmenbedingungen für den deutschen Desktop Services Markt

Trotz der 1995 und Anfang 1996 eher zurückhaltenden Wirtschaftsentwicklung in Deutschland konnte der Markt für Information Services mit einem achtprozentigen Wachstum in 1995 aufwarten. INPUT schätzt, daß sich diese Entwicklung mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 9 Prozent bis zum Jahre 2000 fortsetzen wird. Auf den deutschen Markt werden dann circa 22 Prozent des europäischen Gesamtmarktes für Software und Services entfallen.

Die stete Nachfrage nach Software und IT-Services vor allem in den neuen Bundesländern verbunden mit dem in deutschen Unternehmen allgemein und insbesondere bei mittelgroßen Unternehmen stark ausgeprägten Migrationswillen und -trend in Richtung Client/Server Systeme und Desktop-Technologie, legen das Fundament für ein robustes Wachstum des Desktop Services Marktes.

Darüber hinaus ist über die letzten Jahre hinweg ein Wandel bezüglich der Haltung vieler DV-Verantwortlicher gegenüber dem Outsourcing bzw. dem Fremdbezug von IT-Dienstleistungen im Desktop Umfeld zu beobachten gewesen. Verhielten sich deutsche Unternehmen traditionell eher zurückhaltend, wenn es um die Auslagerung ihrer Informationssysteme ging (Vertraulichkeits- und Sicherheitsbedenken wurden oft vorangestellt), so sind partielle und ganzheitliche Verträge sogar über ein Outsourcing der Desktop-Infrastrukturen heutzutage nicht länger die große Ausnahme.

Weiterhin deuten sich Zeichen eines kulturellen Wandels an. So ist die „vielgerühmte“ Loyalität deutscher Unternehmen zu den großen System-

Weiterhin deuten sich Zeichen eines kulturellen Wandels an. So ist die „vielgerühmte“ Loyalität deutscher Unternehmen zu den großen Systemherstellern -obwohl noch deutlich sichtbar- nicht länger unumstößlich. Gerade im Desktop Services Bereich existiert mit dem VAR/Händler/Distributor-Kanal eine Alternative zu den großen Systemanbietern im Hinblick auf die Bereitstellung bestimmter Desktop Services, wie z.B. Installation und Hardware-Wartung.

B.

Budgetentwicklung

1. Desktop Budget

In Anlehnung an die allgemeine Definition des IT-Budgets setzt sich das Desktop Budget wie folgt zusammen:

Abbildung III-1

Struktur Desktop Budget

- Kauf+Leasing von Desktopsystemen
+Peripheriegeräten
- Kauf von Software
- externe Dienstleistungen (Desktop Services)
- Datenkommunikation
- Administration
- Inhouse DV-Personal
- Schulung und Weiterbildung

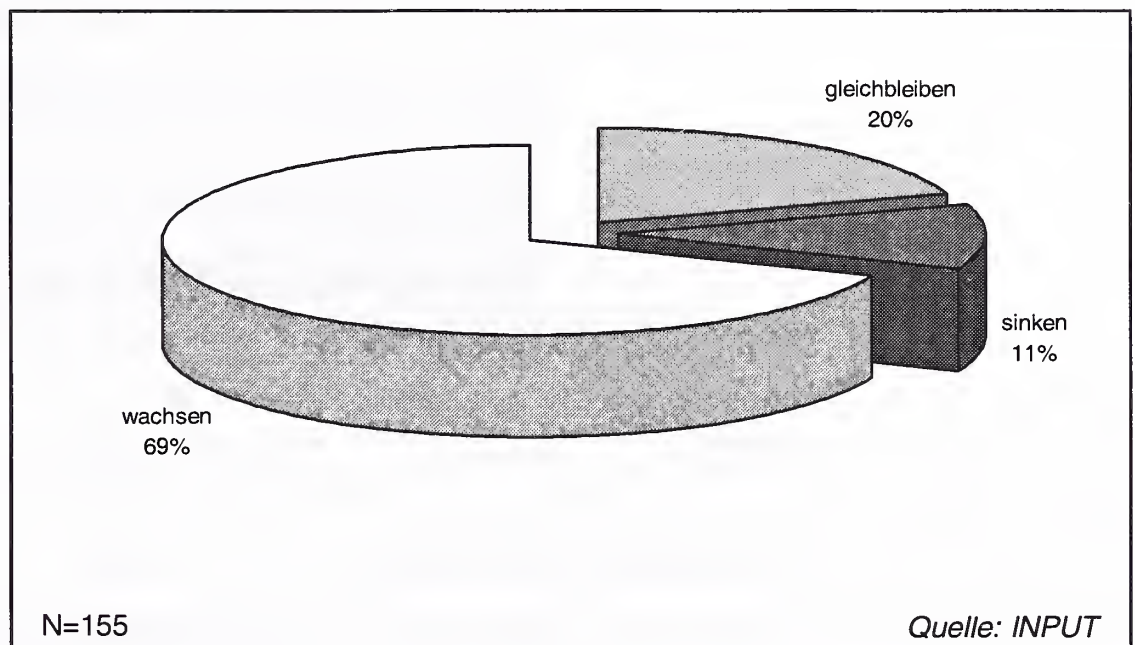
Quelle: INPUT

Die Größe der IT-Budgets deutscher Unternehmen beträgt durchschnittlich 1,5 Prozent des Geschäftsvolumens (Umsatz). Beinahe die Hälfte der Unternehmen beabsichtigt, die Ausgaben für Informationstechnologie im Durchschnitt zwischen 1,2 und 1,6 Prozent anzuheben.

Vom IT-Budget entfallen im Durchschnitt 19 Prozent auf das Desktop Budget, wobei dieses Verhältnis im Einzelfall sehr breit streuen kann. So bewegt sich die Höhe des Anteils der einzelnen Desktop Budgets am IT-Budget in einer Spanne zwischen 1 und 60 Prozent.

Abbildung III-2

Desktop Budget Entwicklung 1995-1998



Mehr als zwei Drittel der deutschen Unternehmen planen eine beständige Anhebung ihrer Desktop Budgets über die nächsten drei Jahre. Lediglich 11 Prozent beabsichtigen, die Höhe des Desktop Budgets zu reduzieren. Als Gründe hierfür werden meist Nicht- oder De-Installationen von Desktops infolge von geplanten Personalreduzierungen angeführt. Ein fünftel der Unternehmen will die Höhe des Desktop Budget beibehalten

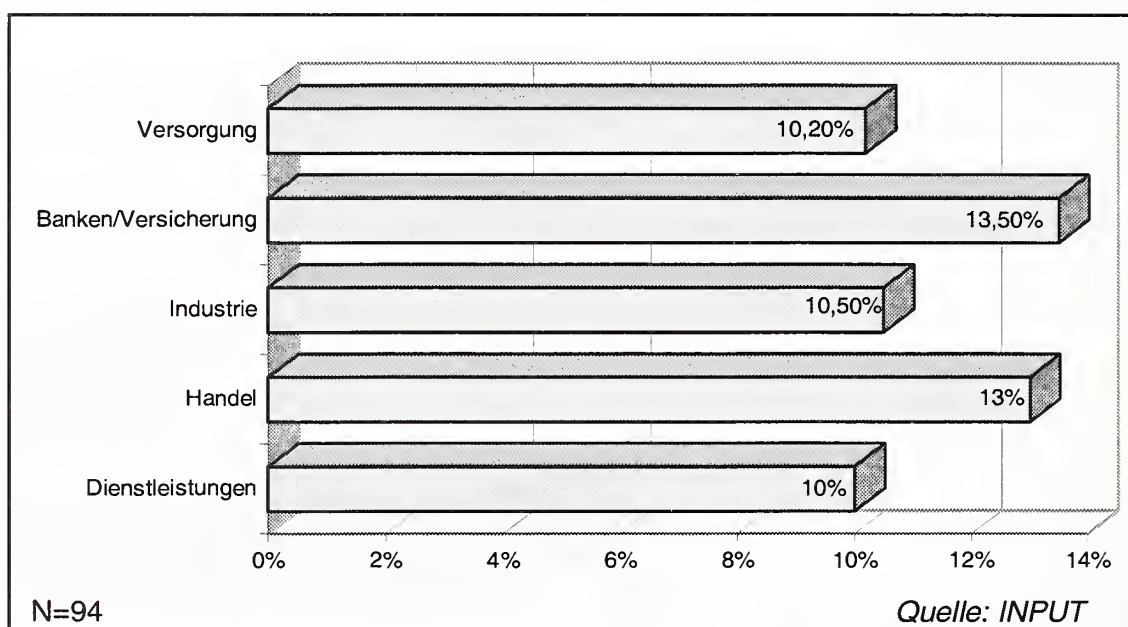
Das Wachstum des Desktop Budgets in den nächsten drei Jahren bezogen auf die „optimistischen“ Unternehmen läßt sich durchschnittlich mit 12 Prozent pro Jahr beziffern. Für die Gesamtheit aller Unternehmen ergibt

sich ein korrigiertes durchschnittliches Gesamtwachstum von knapp neun Prozent jährlich.

Eine branchenspezifische Aufschlüsselung der „optimistischen“ Unternehmen zeigt die folgende Abbildung:

Abbildung III-3

Desktop Budget - Branchenentwicklung 1995-1998

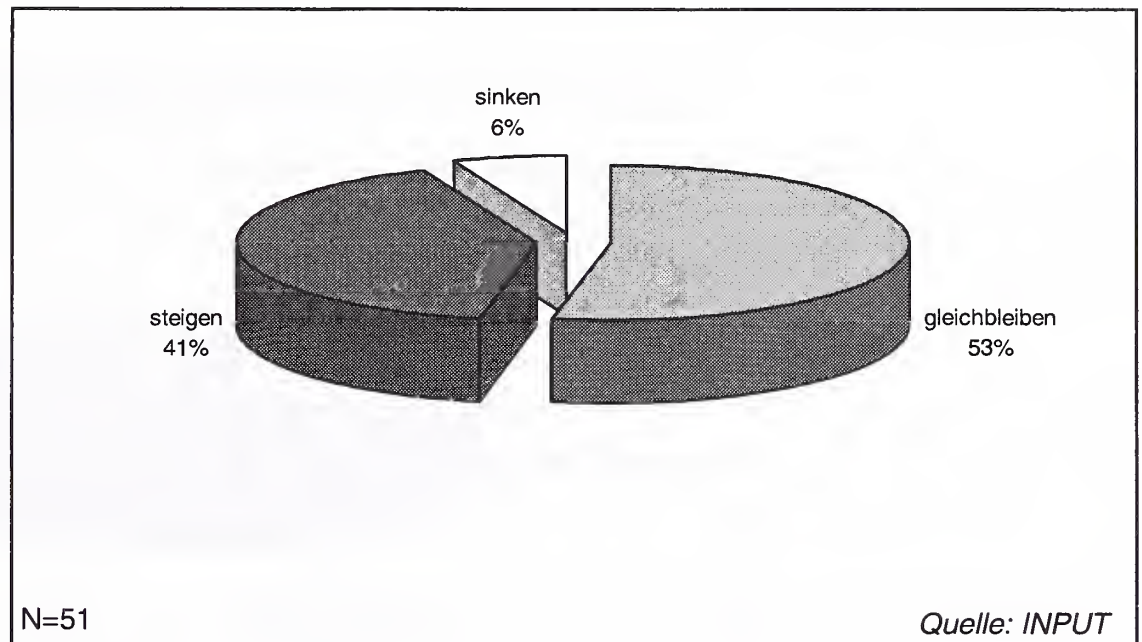


2. Desktop Services Budget

Vom Desktop Budget entfallen durchschnittlich 29 Prozent auf Desktop Services einschließlich der DV-Schulung und Weiterbildung. Abbildung III-4 zeigt die Budgetpläne deutscher Unternehmen bis 1998. Etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen wollen die Ausgabenanteil für Desktop Services konstant halten. Etwas weniger als die Hälfte beabsichtigt, den Servicesanteil zu erhöhen; lediglich sechs Prozent der Unternehmen wollen ihn reduzieren.

Abbildung III-4

Desktop Services Budgetentwicklung 1995-1998



C.

Der Anbieter-Markt für Desktop Services

Die hohen, überwiegend zweistelligen Wachstumsraten im Gesamtmarkt und in den einzelnen Teilmärkten für Desktop Services haben Dienstleister aus verschiedenen Segmenten der IT-Branche „angelockt“. Hierdurch ist mittlerweile eine sehr heterogene Anbieterstruktur entstanden. Anbieter unterschiedlichen Alters und unterschiedlichster Größe, die sich entsprechend ihrer Angebotsbreite und -tiefe spezialisiert haben, agieren in diesem sehr fragmentierten Markt:

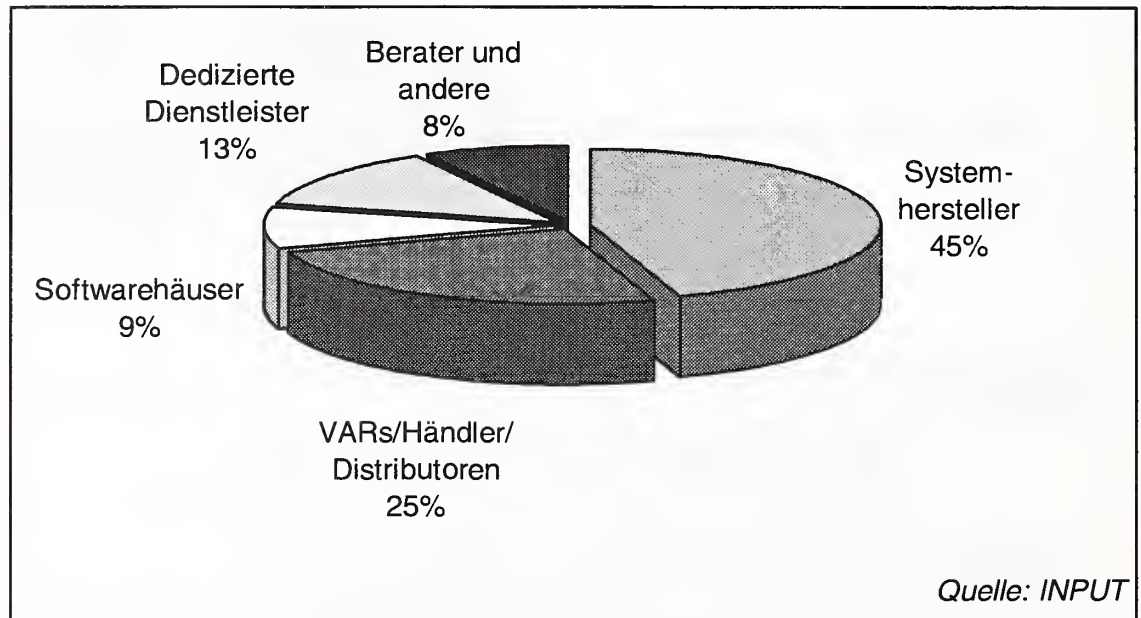
Es lassen sich grundsätzlich fünf verschiedene Anbieterkategorien unterscheiden:

- Systemhersteller
- VARs/Händler/Distributoren
- Softwarehäuser
- Dedizierte Dienstleister
- Beratungsunternehmen + andere

Das Ausgabenvolumen der Unternehmen für Desktop Services in Deutschland verteilt sich auf die einzelnen Anbietergruppen wie folgt:

Abbildung III-5

Desktop Services Ausgaben nach Anbietergruppen



Systemhersteller

Die Systemhersteller dominieren mit einem Anteil von 45 Prozent den Markt für Desktop Services in Deutschland. Die erfolgreiche Penetration ihrer hohen installierten Kundenbasis verschafft ihnen diesen hohen Marktanteil und wird die dominierende Stellung im Markt noch weiter festigen.

Obwohl die Systemhersteller zuallererst mit den eigenen Systemwelten vertraut sind, ist das Desktop Servicesgeschäft aufgrund der vielfach im Client/Server Umfeld der Unternehmen vorzufindenden heterogenen Insellösungen von Natur aus ein „Multivendor-Servicegeschäft.“ Systemhersteller wie Digital (Digital MCS), Olivetti (Oliservice), IBM, Siemens Nixdorf, Hewlett-Packard, Bull (NTG, ATServis) und Sun Microsystems (SunService) bzw. deren Servicesorganisationen verfügen über substantielle Fähigkeiten über den Fokus ihres eigenen Produktportfolios hinaus und bieten ihre Leistungen branchenübergreifend an.

Die Gruppe der Systemhersteller bietet Desktop Services entweder direkt oder über ein Tochterunternehmen bzw. häufig auch über und mit

Partnerunternehmen am Markt an. Die Vertreter dieser Kategorie verfügen über ausgeprägte Hardware- und Peripheriegerätekennnisse sowie zum Teil auch Softwarekenntnisse. Sie können auf langjährige Kundenbeziehungen bzw. Kundendienst Erfahrungen zurückgreifen.

VARs/Händler/Distributoren

Diese Anbietergruppe umfaßt einerseits vertraglich durch Lizenz- oder Partnerverträge an Hersteller gebundene Unternehmen. Andererseits umfaßt diese Kategorie auch neutrale Dienstleister bzw. unabhängige Anbieter von Desktop Services bzw. Value Added Reseller (VARs), wozu beispielsweise CompuNet gezählt werden kann.

Die Gruppe der VARs/ Händler und Lieferanten von Hard- und Software stellt mit einem geschätzten Anteil von 25 Prozent am Desktop Services-Markt in Deutschland die dominierende Anbietergruppe nach den Systemherstellern dar.

Die Vertreter dieser Kategorie haben das Marktpotential und die Möglichkeiten, welche ihnen das Angebot von Serviceleistungen für ihre Kundenbasis eröffnen, inzwischen erkannt. Viele haben daher ihre Serviceskapazitäten verstärkt und betrachten das Servicesgeschäft zunehmend als rentablen Teil ihres Kerngeschäftes.

Die Serviceangebote umfassen vorrangig die Bereiche Telefon Support, Software Produkt Support, Netzwerk-Services und Hardware-Wartung.

Softwareanbieter

Auf die Gruppe der Softwareanbieter entfallen nach INPUT-Schätzungen 9 Prozent der Gesamtausgaben für Desktop Services in Deutschland. Zusammen mit der Kategorie der Systemhersteller und der VARs/Händler/Distributoren ist diesen drei Gruppen knapp vier fünftel des Marktvolumens zuzurechnen.

Die Bereitstellung von Support für ihre Produkte wurde von den meisten Softwareanbietern lange Zeit lediglich als notwendiges Übel betrachtet und traditionell mit dem Originalpreis der Softwarelizenz gebündelt. Diese Situation hat sich in den letzten Jahren fast grundlegend geändert. Der Software-Produkt Support wird zunehmend extra berechnet und von den Softwarekäufern bezahlt. Dieser Trend wurde hauptsächlich durch die fallenden Preise für Softwareprodukte verbunden mit schwindenden Gewinnmargen ausgelöst. Ziel vieler Softwareanbieter und -häuser ist es

daher, durch das Angebot an Software Produkt-Supportleistungen eventuell verlorengegangenen Umsatz wieder hereinzuholen.

Offensichtlich jedoch betrachtet mancher Software Anbieter - so zeigen jüngste Entwicklungen - den Support seiner Produkte nicht immer als rentabel. Software Produkt Supportleistungen werden darüber hinaus von einigen Anbietern als eine Randaktivität eingestuft, die seine Entwicklungsarbeit zu einem Teil beeinträchtigt. So deutet beispielsweise die Firma Microsoft an, daß sie sich zukünftig wieder verstärkt auf ihre Kernkompetenz - also die Softwareentwicklung konzentrieren will und initiierte aus diesem Grunde einen externen Markt für Microsoft Software Produkt Support. Der Anbieter hat mit Gründung des „Authorised Support Centres“ Programmes (ASC) eine Anzahl von Firmen autorisiert, „Third Party“-Support für seine Produkte anzubieten

Dedizierte Dienstleister

Eine weitere Anbietergruppe im Desktop Services Markt stellen die dedizierten Dienstleister für Desktop Services dar, zu denen unter anderem Outsourcing Anbieter und Professional Services Firmen gezählt werden können. Sie haben aus ihrer Zielsetzung heraus oder aus einem über die Jahre hinweg entwickelten Erfolgspotential ihr DV- bzw. Desktop-Servicesgeschäft aufgebaut. Ein Vertreter dieser Kategorie ist beispielsweise die Firma Alldata. Die dedizierten Dienstleister können einen Anteil am Desktop Services Markt von schätzungsweise 13 Prozent für sich beanspruchen..

Dieser Gruppe sind ebenfalls die unabhängigen Schulungsanbieter, die einen Großteil der Umsätze im Bereich DV-Schulung und Weiterbildung auf sich verbuchen können, zuzurechnen.

Beratungshäuser + andere

Die Beratungshäuser und -unternehmen können als eine weitere Kategorie von Desktop Services Anbietern identifiziert werden. Sie positionieren sich im Umfeld des Desktop Servicesmarktes durch ihre Expertise vor allem in der informationstechnischen Strategieberatung. Die „anderen“ Anbieter kommen aus dem Non-IT-Umfeld. Sie bieten Desktop Services im Bereich Environmental Services an, d.h. Verkabelungs- und Gebäude Services, etc.

D.**Bedeutung des Internets für Desktop Services**

Das Internet entpuppt sich mittlerweile als leistungsstarker Wachstumsmotor für die IT-Servicesindustrie. Nach INPUT-Schätzungen werden direkt an das Internet gebundene Services ein fünftel des gesamten europäischen IT-Servicesmarktes im Jahre 2000 repräsentieren.

Außer der offensichtlichen Möglichkeit für Anbieter von Desktop Services, von diesem Wachstum als Internet Service Provider zu profitieren, erwächst weiteres Potential aus den drei folgenden Bereichen:

- Internet als Support-Delivery Tool
- Schulung und Training für Internet-Technologie und Services
- Installation von Internet Equipment und Support Services

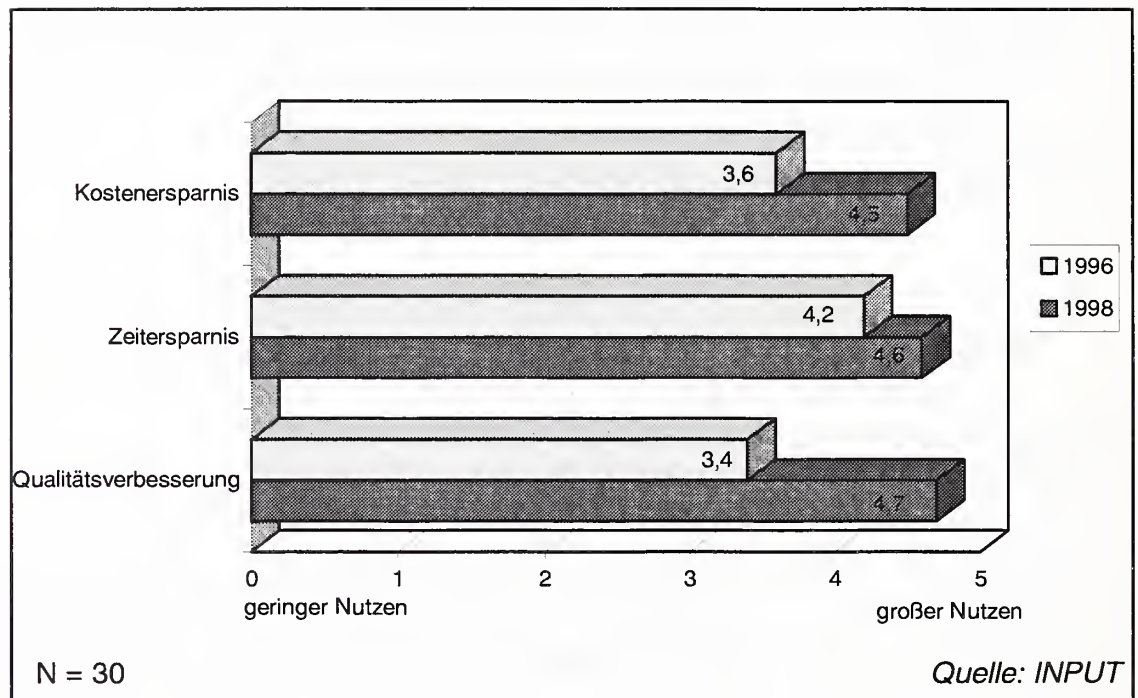
1. Das Internet als Online-Support-Delivery Tool

Viele der auf traditionellem Wege erbrachten Support-Funktionen für Software und Hardware können kostengünstig und effektiv im Online-Delivery-Modus via Internet (WWW, E-Mail, FTP, Gopher, Compuserve etc.) erbracht werden. Hierzu zählen unter anderem Software-Updates, Ferndiagnose und Problemlösungsservices. Zum Beispiel können Unternehmen durch das Anbringen sogenannter „Schwarzer Bretter“ ihren Kunden besseren Zugang zu solchen Informationen bereitstellen, die zur Lösung von Routine-Problemen benötigt werden. Für IT-Anbieter, die ihren Kunden einen solchen Service nicht bieten, dürfte dies angesichts der stetig wachsenden Teilnehmerzahl im Internet und des damit verbundenen Interesses, dieses Medium zunehmend für Geschäftszwecke zu nutzen, einen gravierenden Wettbewerbsnachteil bedeuten. (Dies gilt allerdings nicht nur für Desktop Services Anbieter, sondern für Organisationen und Unternehmen an allen Punkten der Wertekette). Auch der anhaltende Kostendruck auf beiden Seiten des Marktes und die steigende Funktionalität des World Wide Web untermauert die Einschätzung, daß in den nächsten zwei Jahren bereits die Hälfte der Anwenderpopulation wenigstens eine Support Funktion Online via Internet nutzen wird.

Bei der Diskussion um Online-Support stehen auf Anwenderseite zunächst Kosteneinsparungen und Zeitersparnisse als Nutzevorteile im Vordergrund.

Abbildung III-6

Nutzeneffekte Online Support



Die Schlußfolgerung liegt nahe, daß sich die Bereitstellung von Support-Funktionen für Desktop Services im „Online-Modus“ zunächst auf weniger komplexe Aufgaben (etwa „Bulletin Boards“) konzentrieren wird. Im Gleichschritt mit der technischen Weiterentwicklung dieser Netzinfrastruktur-Technologie und deren Funktionalität wird jedoch auch die Lösung größerer und komplexerer Supportfunktionen via Online-Mechanismen möglich werden. Als Beispiele hierfür können fortschrittliche Konzepte für die Ferndiagnose oder automatische Software-Updates angeführt werden. Diese Erwartungshaltung teilen mittelfristig auch die Anwenderunternehmen, die sich als größten Nutzeneffekt in den nächsten drei Jahren bis 1998 eine wesentliche Qualitätsverbesserung der Support-Funktion versprechen.

Der Unternehmensmarkt beurteilt heutzutage vor allem die Schnelligkeit eines Online-Support-Delivery als größten Mehrwert. Dies ist unter dem

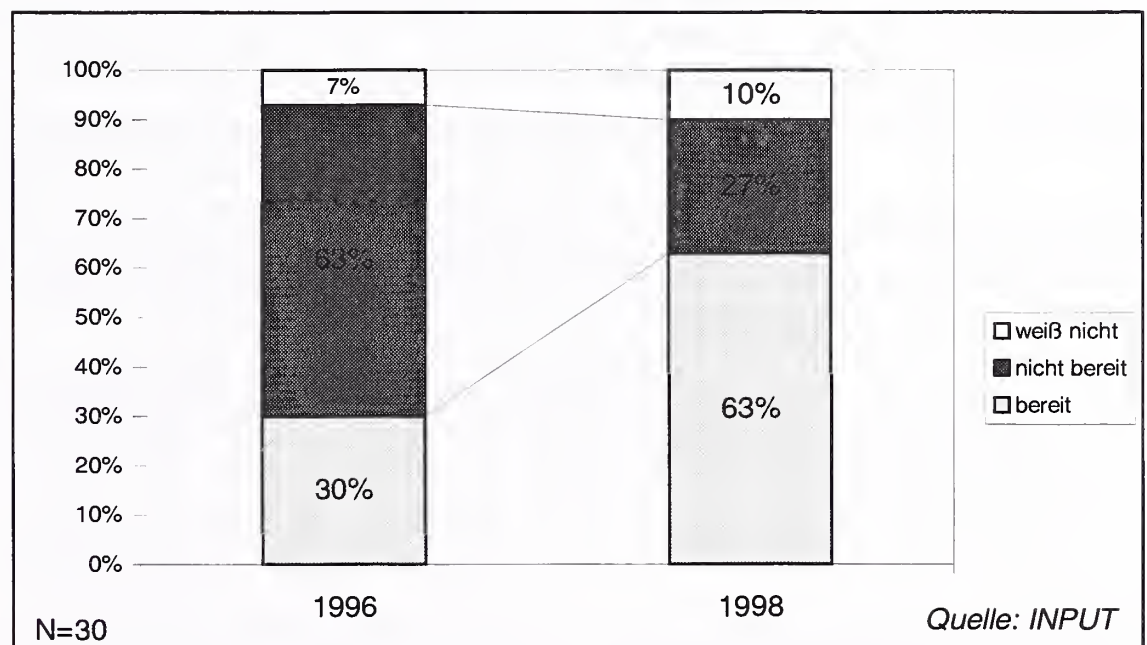
Aspekt der drastisch verkürzten Lebenszyklen für Software, die in immer kurzfristigeren Abständen Nachfrage nach Updates, Bug fix und Patch Services generiert, zu beurteilen. Für Anwender im SoHo-Markt hingegen dürfte das Kostenargument zu Lasten des Motives der Zeitersparnis eine größere Rolle spielen.

Der SoHo-Markt (Small Office Home Office) wird aufgrund seiner nur geringen Zahlungskraft- und -bereitschaft derzeit nur sehr schwach im Hinblick auf Support und Serviceleistungen bedient. Ein Online-Delivery Support stellt für Desktop Services Anbieter eine Möglichkeit dar, Supportleistungen im Desktop Services Umfeld kostengünstiger und weniger personal- und zeitintensiv zu offerieren. Weiterhin eröffnen Online Support Services durch das Absenken der Haupteintrittsbarriere in den SoHo-Markt (zu wenig Umsatzpotential) neue Wachstumsmöglichkeiten für Desktop Services.

Bislang sind zwar erst ein Drittel der deutschen Unternehmen bereit, für Online-Support separat zu bezahlen. Mittelfristig jedoch (im Jahre 1998) bekräftigen nahezu zwei Drittel der befragten Anwender diese Bereitschaft.

Abbildung III-7

Zahlungsbereitschaft für Online Support



2. Schulung und Training für Internet Technologie und Services

Mittelgroße Unternehmen und Großunternehmen begreifen ihre internen Netzwerke als Basis-Infrastruktur für ihre Geschäftstätigkeiten und als wichtigste Informationsressource. Die Bemühungen um die Entwicklung einer effektiven Netzwerk-Infrastruktur zielt dabei auch über den „Tellerrand des Unternehmens“ hinaus (Extending the Enterprise) auf Kunden, Anbieter und Geschäftspartner. Hierbei werden Themen wie Electronic Data Interchange (EDI) und Electronic Commerce adressiert.

Nachdem die erste „Internet-Welle“, die sich auf die Funktion des Internets als reines Informationsmedium beschränkte, bereits wieder abebbt, sollen nun zunehmend die kommerziellen Möglichkeiten des Internets erschlossen werden. Allerdings sind bislang noch nicht alle Interoperabilitätsprobleme beseitigt und die Netzwerksicherheit für viele Unternehmen noch nicht im gewünschten Umfang gewährleistet. Doch der Einsatz des Internets als leistungsfähige Infrastruktur für Business-Transaktionen ist bereits festzustellen und abzusehen.

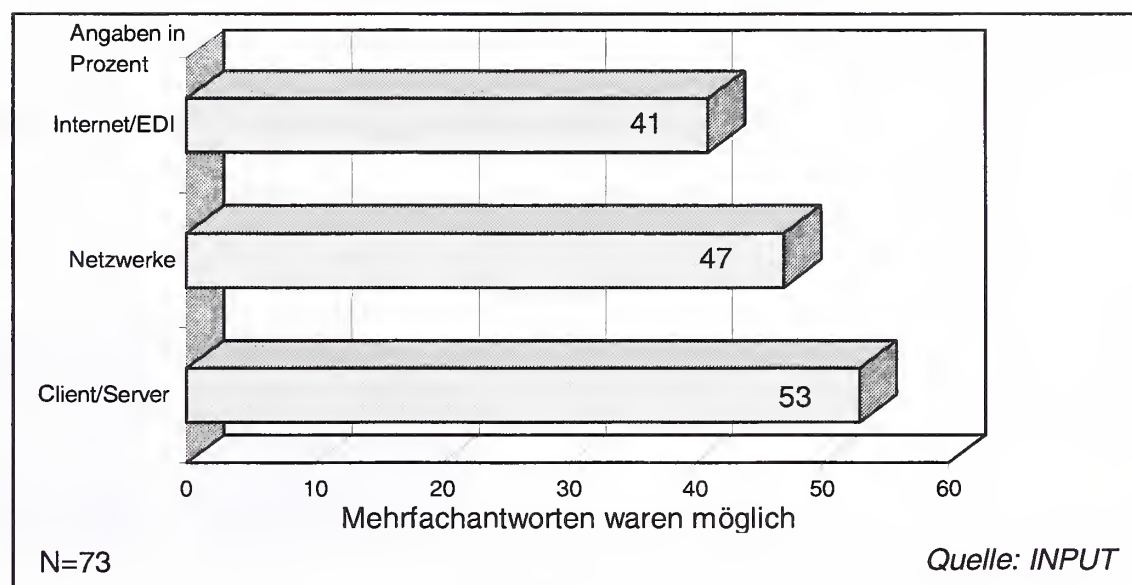
Die anfängliche Internet-Euphorie scheint somit weitgehend überwunden zu sein. „Auf der Suche nach dem Return on Investment“ stehen aber nicht ausschließlich Probleme im Bereich der Sicherheit und der Netzverfügbarkeit im Wege. Auch die hohe Zahl der Anwender in Unternehmen, die weder die technologischen noch die konzeptionellen Aspekte des Internets und ihre Bedeutung für das Business verstanden haben, bilden eine Barriere.

Um die Wissenslücke im Unternehmen zu verringern, werden häufig Spezialisten von außen angeworben, die beispielsweise die Implementierung und Entwicklung einer Internet-Präsenz voranbringen sollen. In diesem Zusammenhang besteht für Desktop Services Anbieter aufgrund ihrer vorhandenen Expertise einerseits die Chance, entsprechende Serviceleistungen am Markt zu offerieren. Andererseits erwächst die Möglichkeit des erfolgreichen Verkaufs von Beratungsleistungen und Schulungs- und Weiterbildungsangeboten für Internet-Technologie.

So stehen bei der Verteilung des Schulungs- und Weiterbildungsbudgets auf verschiedene Themenbereiche netzwerkbasiertere Themen an oberster Stelle.

Abbildung III-8

Zukünftige Schulungsthemen liegen im Netzwerkbereich



3. Installation von Internet Equipment und Support-Services

Das 1969 durch eine Initiative des amerikanischen Verteidigungsministeriums entstandene Internet ist erst seit etwa fünf Jahren für den kommerziellen Datenverkehr verfügbar. Information Services Provider (ISP) und wie Information Content Provider investieren daher noch in großem Umfange in ihre eigene Geschäftstätigkeit und somit auch in die entsprechende Technologie bzw. Systeme.

So profitieren Netzwerkspezialisten wie 3Com, Cisco oder Bay Networks von der Nachfragerwelle nach Switches und Routern für das Management von Netzen, die für den Internet-Zugang eingesetzt werden.

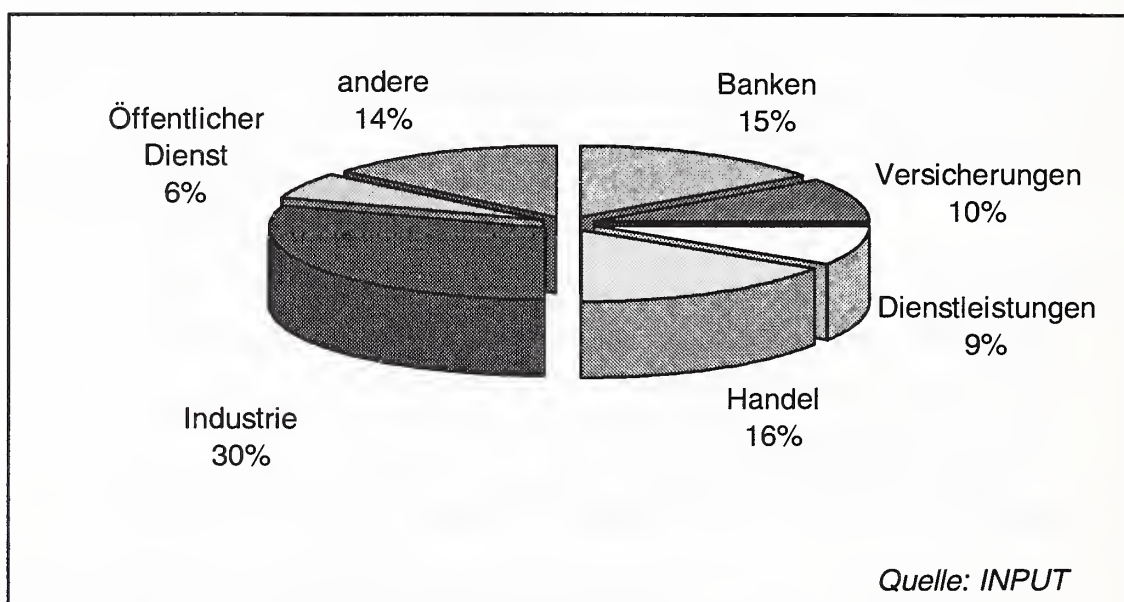
Ebenso haben Desktop Services Anbieter die Chance, von der wachsenden Nachfrage nach Installationsleistungen für Server und Netzwerke sowie die damit verbundenen Support-Dienstleistungen zu profitieren, die automatisch durch den steigenden Anteil von Internet basierendem Business erwächst.

Nach Angaben der Internet Society wird der Markt für Internet Server von Sun mit einem Marktanteil von 56 Prozent dominiert; gefolgt von den Anbietern Digital, Hewlett-Packard und IBM.

E. Industrie- und Finanzsektor dominieren zusammen mehr als die Hälfte des Desktop Services Marktes

Abbildung III-9

Desktop Services Umsatz nach Branchen 1995



Zum Industriesektor zählen Unternehmen aus den Bereichen Prozeßfertigung (z.B. Textil, Nahrungsmittel Chemie, Papier) und diskreter Fertigung (z.B. Möbel, Metall, Maschinen, Elektronik). An der Gesamtzahl deutscher mittelgroßer Unternehmen und Großunternehmen mit mehr als 1000 Mitarbeitern stellen sie die größte Desktop Services Nachfrager-Kategorie dar. (zur Verteilung der Stichprobe für diese Analyse siehe Abbildung I-3).

Das durchschnittliche Desktop Budget der Industrieunternehmen beträgt im Vergleich zu den Unternehmen der übrigen Branchen (im folgenden als „Nicht-Industrieunternehmen“ bezeichnet) circa 900 Mark weniger. Dieser Unterschied resultiert hauptsächlich aus dem längeren Abschreibungszeitraum (meist vier Jahre), in dem die eingesetzte Desktop Technologie genutzt wird. Auf der anderen Seite ist der Anteil, der für externe Serviceleistungen ausgegeben wird, höher als bei den Nicht-Industrieunternehmen. Unternehmen der Prozeßfertigung und der diskreten Fertigung betrachten das Management der Desktop-

Infrastrukturen in weitaus geringerem Maße als eine ihrer Kernaufgaben oder -aktivitäten. Daher werden im Vergleich zu den Unternehmen der übrigen Branchen i.d.R. weniger differenzierte interne Services aufgebaut.

Des Weiteren ist der Durchdringungsgrad mit Desktops in Industrieunternehmen ebenso wie ihr Vernetzungsgrad geringer. Nur jeder dritte Arbeitsplatz ist in Industrieunternehmen mit einem Desktop ausgestattet. Zwar ist in den kommerziellen Unternehmensbereichen wie Finanz-, Personalwesen oder Controlling fast jeder Arbeitsplatz mit einem Desktop versehen, doch in den Produktionsbereichen und den produktionsnahen Bereichen ist der Durchdringungsgrad weitaus geringer und sehr unterschiedlich in Abhängigkeit vom jeweiligen Produktionsgegenstand.

Die Vernetzungsrate beträgt zwischen 60 und 90 Prozent und liegt damit unter der Vernetzungsrate in Nicht-Industrieunternehmen, die bei nahezu einhundert Prozent liegt.

Bei den Nicht-Industrieunternehmen sind im Durchschnitt zwei Drittel aller Arbeitsplätze mit Desktops ausgestattet. Das Desktop Budget liegt dabei i.d.R. über dem Niveau von Industrieunternehmen. Dieser Trend wird jedoch durch die niedrigeren externen Servicesausgaben infolge der vorhandenen intern aufgebauten Services zum Teil kompensiert.

Banken und Versicherungen sowie Finanzdienstleister stellen zusammen mit einem Anteil von 25 Prozent am Gesamt-Desktop Services Umsatz die zweit größte Kategorie dar. Sowohl die Durchdringungs- also auch die Vernetzungsrate ist bei diesen Unternehmen extrem hoch. Ebenso liegt auch das Budget pro Desktop über dem Durchschnitt.

Unter die Branchenbezeichnung Dienstleistungen sind unter anderem Beratungsgesellschaften, Reparaturwerkstätten, Hotels und Medienunternehmen zusammengefaßt.

Die Unternehmenskategorie Handel umfaßt sowohl Unternehmen des Einzelhandels als auch des Großhandels.

Die Kategorie „andere“ fungiert als Überlaufkategorie. Unternehmen des Transportsektors, der Gesundheit sowie die Telekommunikationsgesellschaften und Versorgungsunternehmen wurden dieser Kategorie zugerechnet.

Dem Öffentlichen Sektor kann in bezug auf Desktop Services ein hohes Wachstumspotential bescheinigt werden. Obwohl die Unternehmen des Öffentlichen Dienstes bislang lediglich für sechs Prozent des Gesamt-

umsatzes für Desktop Services in Deutschland verantwortlich sind, dürften die Ausgabensteigerungen in den nächsten Jahren zweistellig ausfallen. Ein Grund für diese optimistische Annahme stellt der bekanntlich hohe Kostendruck im Öffentlichen Sektor dar, dem im Umfeld der Desktop-Infrastrukturen durch einen Fremdbezug von Serviceleistungen oftmals wirkungsvoll begegnet werden kann. Des weiteren werden die intern bestehenden Services vielfach als nicht ausreichend beurteilt. Gleichzeitig aber wird der Ruf nach effektiver Unterstützung der Arbeitsprozesse durch die Informationstechnologie immer lauter.

Allerdings kann aufgrund der allgemein angespannten Haushaltslage bei Ländern und Kommunen und der nicht selten „leeren Kassen“ eine „Dämpfung“ der positiven Wachstumserwartungen für Desktop Services nicht ausgeschlossen werden.

Über die Hälfte der Industrieunternehmen hat die Desktop Services User-Support und Hardware/Software Maintenance bereits ausgelagert. Der Großteil der Nicht-Industrieunternehmen hingegen hielt sich bislang zurück.

Für das Jahr 1996 jedoch planen 17 bzw. 14 der Nicht-Industrieunternehmen, die Services User Support bzw. Hardware/Software Maintenance fremdzubeziehen. Die Wachstumsprognosen für diese beiden Services fallen daher für diese Unternehmen entsprechend optimistischer aus als für die Unternehmen der Prozeßfertigung und der diskreten Fertigung, die hinsichtlich User Support und Wartungsdienstleistungen einen gewissen „Sättigungsgrad“ erreicht zu haben scheinen.



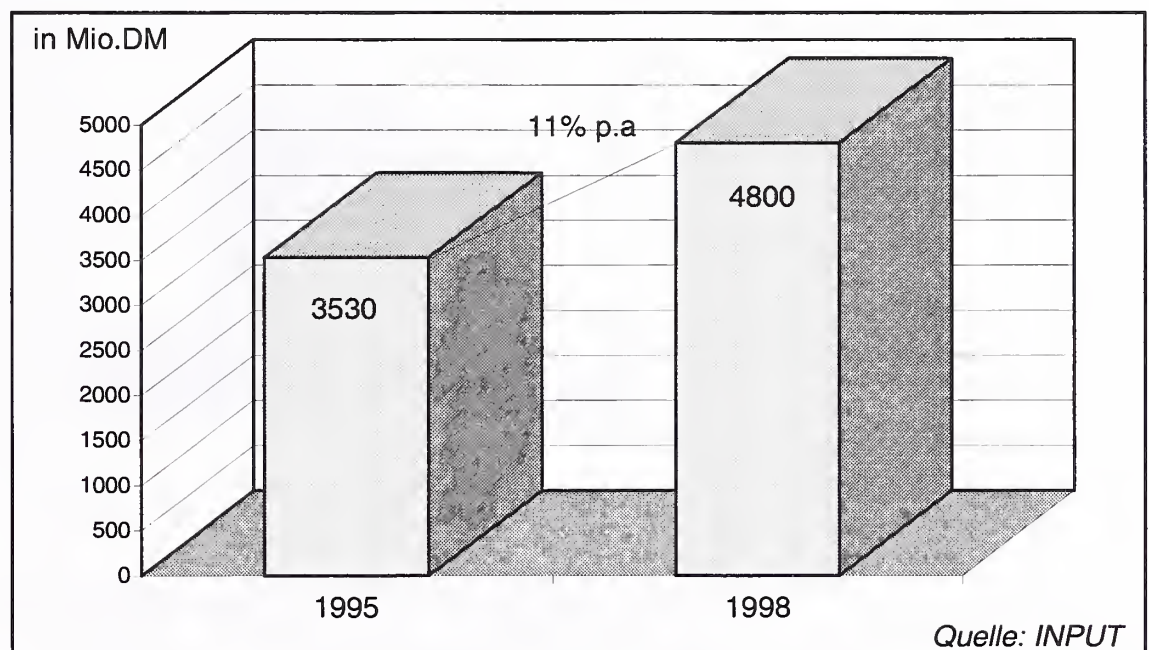
Desktop Services 1995-1998

A.

Gesamtmarkt Desktop Services Deutschland

Abbildung IV-1

Gesamtmarkt für Desktop Services 1995-1998



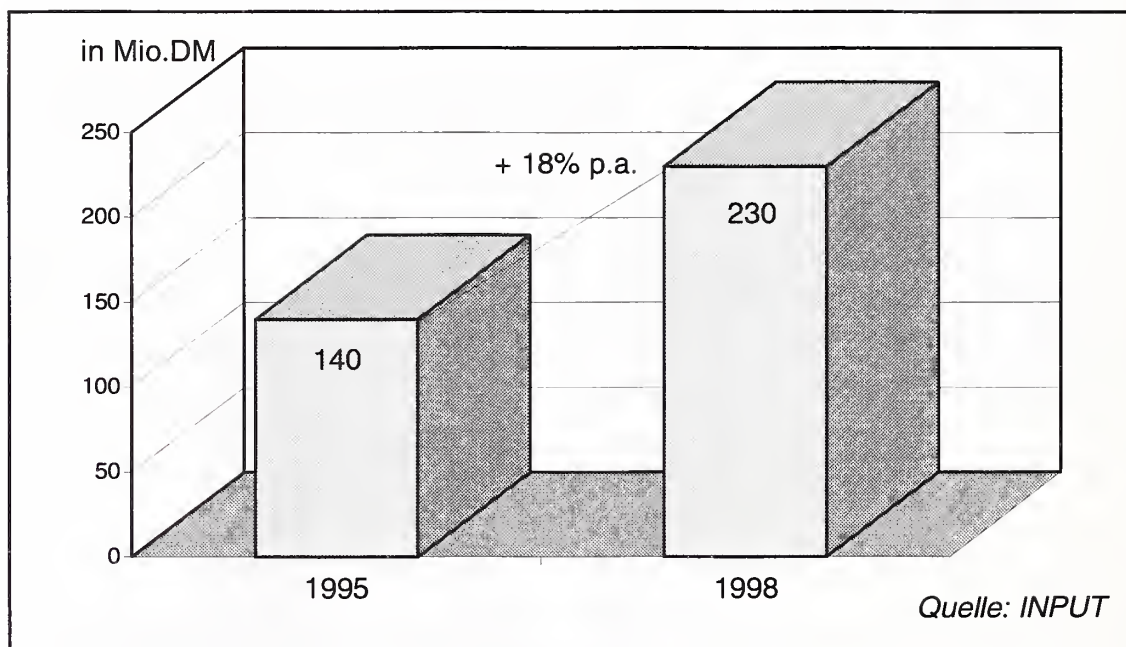
Der Gesamtmarkt für Desktop Services in Deutschland beziffert sich für das Jahr 1995 auf 3,53 Milliarden Mark. Diese externen Ausgaben für Desktop Services werden mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 11 Prozent auf 4.8 Milliarden Mark im Jahr 1998 anwachsen.

B.**Desktop Services****1. User Support**

Der User Support umfaßt die Services:

- Telefon Support (Hotline)
- Problem Support (On-Site Support)
- Key-User Unterstützung

Abbildung IV-2

User Support 1995-1998

Für User Support Leistungen gaben deutsche Unternehmen im Jahre 1995 140 Millionen Mark aus.

Bei einem Fremdbezug stehen mögliche Kosteneinsparungen als Motiv nicht allein im Vordergrund. Oftmals überwiegen sogar die qualitativen Aspekte als Gründe für eine Fremdbezugsentscheidung. Da sich die internen DV-Abteilungen mittlerweile den gleichen Einsparungsimperativen wie andere Fachabteilungen auch gegenübersehen und in diesem Zusammenhang stellenweise auch Personal reduzieren müssen, sind sie immer weniger in der Lage, User-Support Services in aus-

reichender Qualität (Schnelligkeit, Reaktionsgeschwindigkeit) zu gewährleisten. Insbesondere in Unternehmen mit geografisch weit verteilten IT-Ressourcen kann die DV-Abteilung den „Außenstellen“ oftmals nicht das erforderliche bzw. gewünschte Servicelevel garantieren.

Von der DV-Leitung wird die Funktion des User Supportes als wichtige Schnittstelle zwischen den Anwendern und der DV-Abteilung empfunden. Daher bestehen auf Seiten vieler DV-Leiter oft Barrieren und sogar emotionale Widerstände hinsichtlich eines Fremdbezuges von User-Support-Leistungen. Demgegenüber verleihen Fachabteilungen bzw. die Anwender ihrem Bedarf an qualitativ hochwertigen Supportleistungen zunehmend Nachdruck, wobei für Sie die Herkunft dieser Services weniger eine Rolle spielt.

So wächst der Markt für User-Support wird mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 18 Prozent von 140 Millionen Mark 1995 auf 230 Millionen Mark in 1998.

Trotz dieses durchaus positiven Nachfragetrends in diesem Marktsegment stehen einem noch größeren Wachstumsschub zwei Faktoren entgegen: Das Wachstum des User-Support Marktes wird zum einen durch die Ausgaben der Unternehmen für DV-Schulung und Weiterbildung im Desktop Umfeld abgebremst. Zum anderen wird die für den Arbeitsplatz notwendige DV-technische Qualifikation der Mitarbeiter von Personalchefs und Abteilungsleitern zunehmend bereits bei der Einstellung vorausgesetzt..

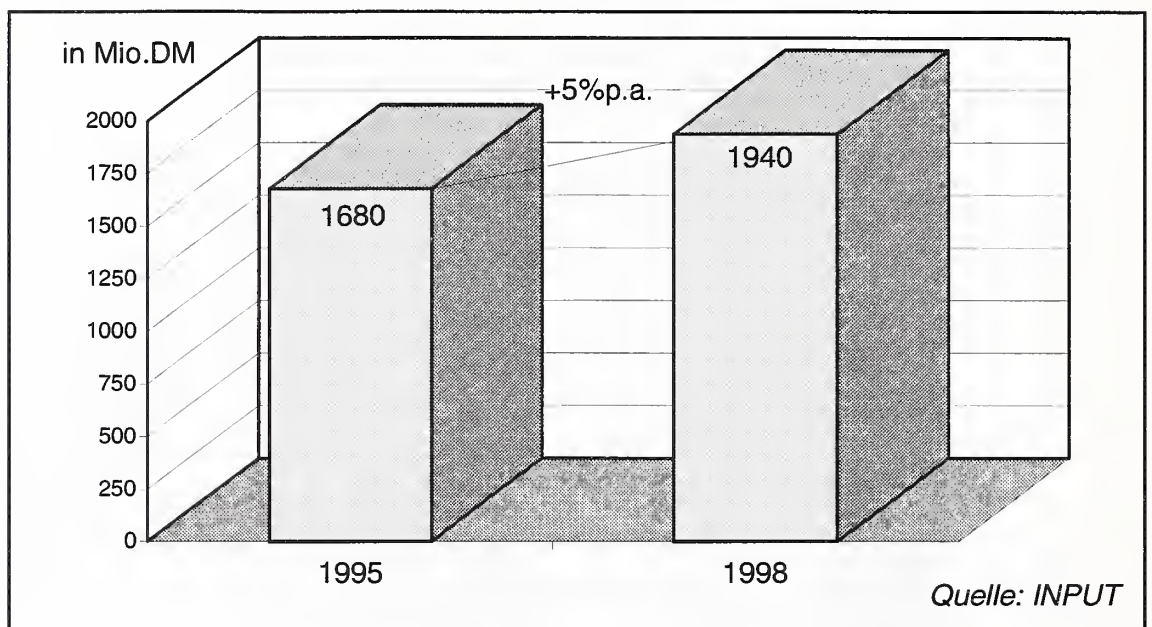
Ein weiterer, eher auf technischer Ebene angesiedelter Trend im Umfeld des User-Supportes ist die Möglichkeit des Online-Supportes via Internet. Für einige Aufgaben des User Supportes stellt dieser Ansatz eine für den Anbieter weniger zeit- und personalintensive Alternative zum traditionellen Support via Telefon oder persönlicher Beratung dar, deren Kostenvorteile an den Kunden weitergegeben werden können. Dadurch können die bei mittelständischen Unternehmen und SoHo-Anwendern (Small Office Home Office) bestehenden Preisbarrieren unterlaufen und neue Umsatzpotentiale generiert werden. Die Zahlungsbereitschaft im Hinblick auf zusätzliche und nutzenbringende Supportleistungen kann dabei grundsätzlich vorausgesetzt werden. Allerdings wird der bisher angebotene Support von den meisten Vertretern dieser Klientel als noch zu teuer empfunden.

2. Installation und Hardware/Software-Maintenance

Die Ausgaben deutscher Unternehmen für Installations- und Hardware/Software Wartungsdienstleistungen betragen 1995 etwa 1,7 Milliarden Mark. Der Markt wächst mit moderaten fünf Prozent pro Jahr durchschnittlich und erreicht 1998 somit ein Volumen von knapp 2 Milliarden Mark.

Abbildung IV-3

Installation und Hard-/Software Maintenance 1995-1998



Im einzelnen umfassen Installation und Hard-/Software Maintenance die folgenden Serviceleistungen:

- Installation und Konfiguration
- Update Service
- Bestandsmanagement
- Wartung und Reparatur
- Kapazitäts-Tuning
- Ferndiagnose
- Problemlösungs-Service
- Gebäude-/Raumausstattung
- Entsorgung/Recycling
- Umzugs-Service

Wartungs- und Reparaturleistungen für Hardware und Peripheriegeräte verzeichnen eine negative Wachstumsentwicklung. Die Mehrheit der Unternehmen beurteilt die Garantieleistungen und -dauer für PCs über den Zeitraum des Lebenszyklus der Systeme hinweg als ausreichend. Somit existieren kaum Möglichkeiten des zusätzlichen Angebotes an PC-Wartungs-Services, zudem die Zuverlässigkeit der Systeme sich als zufriedenstellend bewährt hat. Auch der Austausch der Systeme entwickelt sich zu einer durchweg akzeptablen Alternative angesichts rasch sinkender Produktpreise. Eine Ausweitung der Garantien für unternehmenskritisches Server Equipment hingegen hält der Großteil der Unternehmen für sinnvoll und notwendig.

Der Markt für softwarebasierte Installations- und Maintenance-Services ist angetrieben vom allgegenwärtigen Migrationstrend in Richtung Client/Server Architekturen und -systeme. Effektiver Support ist dabei um so mehr gefragt, je unternehmenskritischer die Anwendungsbereiche sind.

Eine wichtige Triebfeder im Jahre 1995 war der Launch von Windows 95. Dies stimulierte nicht nur eine zusätzliche Nachfrage nach Support-Services, sondern auch eine gesteigerte Nachfrage nach Einführungsschulungen (siehe IV.2.6.) und User Support Services (siehe IV.2.1.) Da viele Unternehmen den Umstieg auf Windows 95 erst für das Jahr 1996 ins Visier genommen haben, wird ein erhöhter Bedarf an Software Support Leistungen für Windows 95 und die damit zusammen eingesetzte Applikationssoftware in naher Zukunft noch zu erwarten sein.

Das Thema Asset Management ist immer noch ein Stiefkind in den DV-Plänen und Strategien der Unternehmen. Nichtsdestotrotz wird das Bestandsmanagement mit sehr hohen Wachstumsraten in den nächsten Jahren aufwarten können. Der Nutzensvorteil eines Asset-Managements ist den Unternehmen durchaus bewußt, wird derzeit jedoch immer noch stark unterschätzt. Eine Sensibilisierung des Marktes bzw. der Unternehmen hinsichtlich dieser Thematik verspricht einen starken Wachstumsschub für diesen Service.

Die Environmental Service umfassen die Dienstleistungen Gebäude-/Raumausstattung, Entsorgung und Recycling sowie Umzugs-Services. Diese Services werden auch von Dienstleistern aus der „Nicht-IT-Branche“ erbracht. Für diese Services gaben Unternehmen 1995 180 Millionen Mark aus. Dieses Marktsegment, das ein Bestandteil der

Kategorie Installation und Hard-/Software-Maintenance ist, wächst mit durchschnittlich 11 Prozent jährlich auf 250 Millionen Mark bis zum Jahre 1998.

3. Netzwerkmanagement-Services

Im Gleichschritt mit der Ausbreitung der Client/Server Technologie bzw. der Konzepte der verteilten Informationsverarbeitung wachsen die Ausgaben der deutschen Unternehmen für Netzwerkmanagement Services.

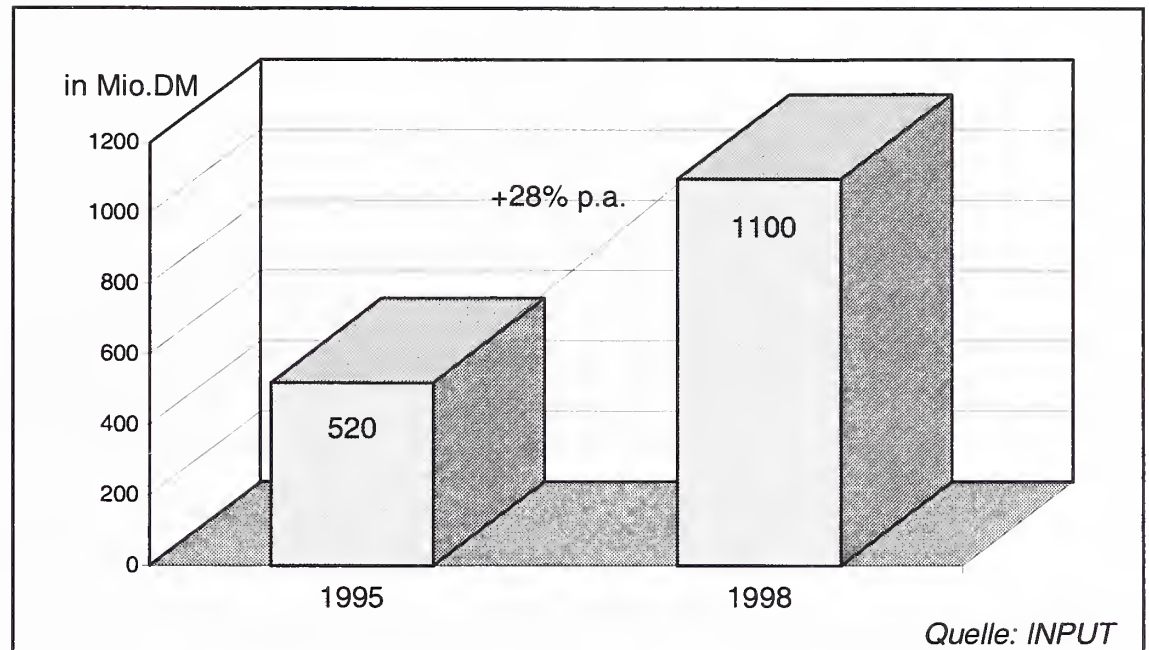
Die Netzwerkmanagement Services umfassen folgende Leistungen:

- Beratung, Consulting
- Installation
- Update-Service
- Betrieb/Optimierung
- Netzwerkadministration

Mittlerweile hat sich das „Network-centric“ Modell als Businessmodell und als Basis für die Kommunikationsinfrastruktur der Zukunft durchgesetzt. Die Etablierung und der Ausbau verteilter IT-Infrastrukturen gilt daher in vielen Unternehmen als eine der Hauptanforderungen und -aufgaben für die nächsten Jahre. Die wachsende Abhängigkeit von der verteilten Datenverarbeitung auf der einen und die teilweise „chaotischen“ Zuständen in den Netzinfrastrukturen auf der anderen Seite kreieren dabei einen „Leidensdruck“, der in eine Abnahme der Widerstände gegenüber der Auslagerung bestimmter Netzwerk-Services einmündet.

Abbildung IV-4

Netzwerkmanagement Services 1995-1998



Viele IT-Manager haben inzwischen sogar eine positive Haltung gegenüber der Auslagerung netzwerkbasierter Dienstleistungen eingenommen. Diese Einstellung beschränkt sich dabei nicht allein auf das Design und die Implementierung, sondern richtet sich auch auf den Betrieb, das Monitoring und das Management bzw. die Administration der Netzwerke.

Der Fokus der DV-Abteilungen verlagert sich vor diesem Hintergrund verstärkt auf strategische Aufgaben und Schlüsselentwicklungen im Rahmen der Informationstechnologie, während die Verantwortung für die Support-Services zunehmend an Dritte abgegeben wird.

Als Folge davon entwickelt sich der Markt für Netzwerkmanagement Services mit der größten Wachstumsrate im Vergleich zu den anderen Desktop Services Leistungen. Mit durchschnittlich 28 Prozent pro Jahr wachsen die Ausgaben von 520 Millionen Mark im Jahre 1995 auf 1100 Millionen Mark im Jahre 1998.

4. Datensicherheits-Services

Die Datensicherheits-Services umfassen im einzelnen:

- Disaster Recovery Services

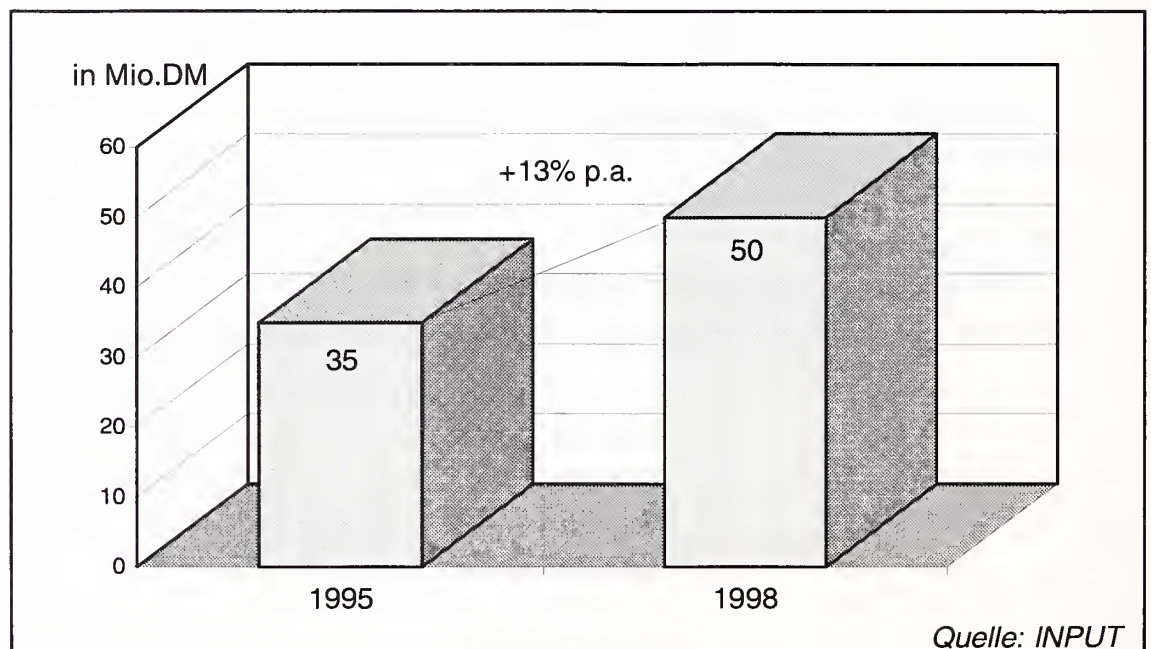
- Back-Up Service
- Restart Service
- Anti-Virus Service
- Power Supply Service
- Ersatz-Rechner-Service
- Beratung für Sicherheitskonzepte

Außer der externen Beratung für Sicherheitskonzepte werden Datensicherheits-Services nicht „stand-alone“ fremdbezogen. Nur im Rahmen von Outsourcingverträgen bzw. umfangreichen Desktop Services Verträgen werden diese Desktop Services nach außen vergeben.

Der Markt für Datensicherheits-Services wird für 1995 auf 35 Millionen Mark beziffert. Er wächst mit 13 Prozent pro Jahr durchschnittlich und erreicht 1998 ein Volumen von 50 Millionen Mark.

Abbildung IV-5

Datensicherheits-Services 1995-1998



Noch ist die Nachfrage nach externen Datensicherheits-Services als recht gering einzustufen. Teilweise scheinen sich Unternehmen des Nutzens dieser Dienstleistungen nicht genügend bewußt zu sein. Der von den Unternehmen forcierte Ausbau der Netzwerkinfrastrukturen und die

sich somit automatisch „im Schlepptau“ befindlichen Sicherheitsaspekte bzw. -bedenken erwecken den Eindruck, als bestünde im Hinblick auf die Bedeutung und Notwendigkeit dieser Services noch immer ein Verständnisproblem.

Dennoch werden innovative Serviceleistungen wie etwa Firewall-Services dem Markt für Netzwerkmanagement-Services kurz- bis mittelfristig zu weiterem Wachstum verhelfen. Die Ausbreitung des Internets und seine wachsende Funktionalität sind die Grundvoraussetzungen, dieses neue Medium als technische Infrastruktur für die interne (Intranet) und externe Unternehmenskommunikation zu nutzen. Sicherheitsaspekte stehen bei der Überlegung eines Einsatz dieser neuen Technologie bekanntermaßen im Vordergrund.

5. Einsatzplanungs- und Kauf-Services

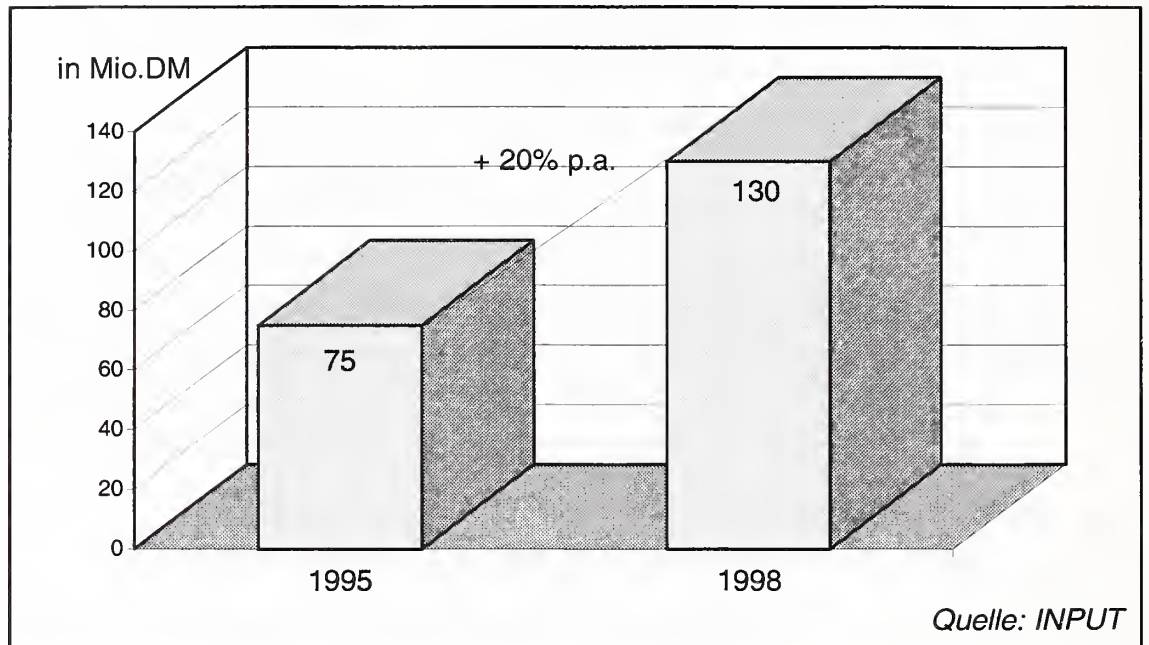
Planungs- und Kauf-Services umfassen die folgenden Dienstleistungen:

- Beratung
- Strategische Planung
- Einsatzplanung
- Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen
- Kaufberatung
- Leasing und Finanzierungs-Services

Technologische Beratung und Systemberatung stehen bei einem Fremdbezug von Planungs- und Kauf-Services im Vordergrund. Finanzierungs- und Leasing-Services hingegen werden bislang eher wenig in Anspruch genommen. Gerade bei mittelgroßen Unternehmen aber ist eine hohe Bereitschaft, Desktops bzw. Desktopsysteme inklusive der Serviceleistungen als „komplette Arbeitseinheit“ in Form von Leasing zu beziehen, vorhanden. Einmalkosten können so vermieden und über einen definierten Zeitraum gleichmäßig verteilt werden.

Abbildung IV-6

Einsatzplanungs- und Kauf-Services 1995-1998



Der Markt für Einsatzplanungs- und Kaufservices wächst mit durchschnittlich 20 Prozent pro Jahr von 75 Millionen Mark im Jahre 1995 auf 130 Millionen Mark bis zum Jahre 1998 an.

6. Schulung und Weiterbildung

Die DV-Schulung- und Weiterbildung gehört zu den klassischen Desktop Services und umfaßt Schulungs- und Weiterbildungsaktivitäten u.a. für :

- Desktop User
- Key User
- Problem Service Engineer
- User Service Engineer
- Network Operator
- Programmiersprachen
- Software Engineering
- Spezial Schulung/Training

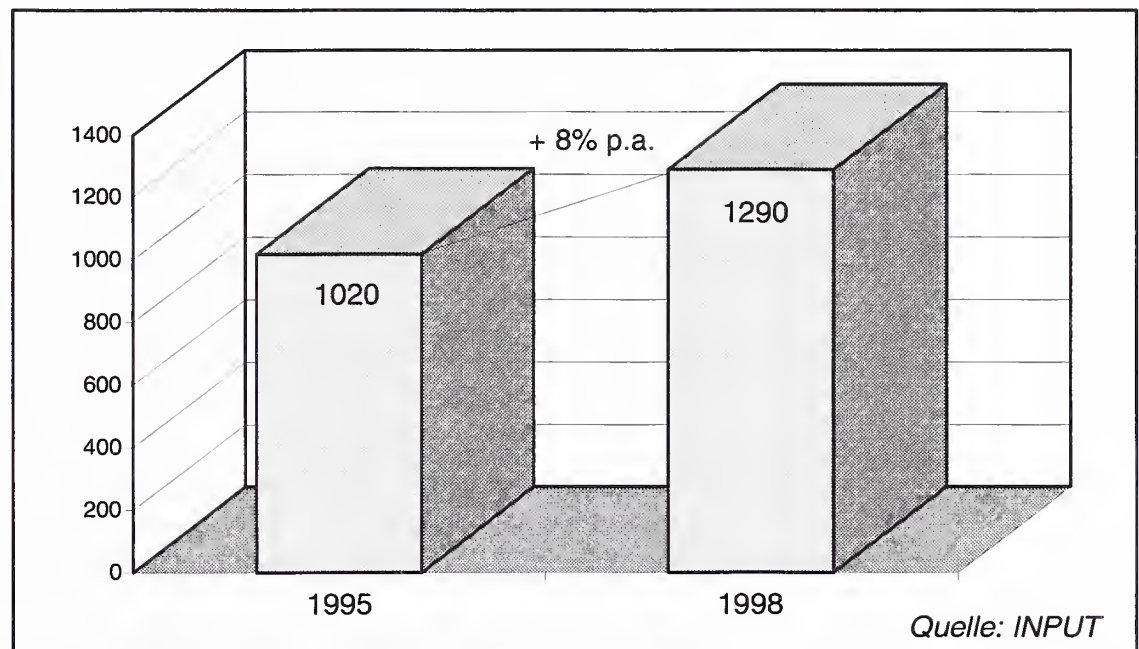
Die DV-Schulung und Weiterbildung umfaßt ein sehr breites Spektrum an verschiedenen Leistungen, wobei dem Anwendertraining bezogen auf

den Umsatz zweifellos der größte Anteil am Desktop Services Schulungsmarkt zukommt. Deutsche Unternehmen gaben 1995 etwa eine Milliarde Mark für Weiterbildung und Schulung im Desktop Umfeld aus. Der allgegenwärtige Migrationstrend in Richtung Client/Server Technologie ist zum Großteil für diese hohe Schulungsnachfrage verantwortlich; insbesondere bei IT-Professionals, die noch in den Mainframe-Welten beheimatet sind, besteht Aufholbedarf.

Das durchschnittliche Marktwachstum wird bis 1998 auf acht Prozent jährlich beziffert. Der gesamte DV-Schulungs- und Weiterbildungsmarkt in Deutschland wächst dagegen lediglich mit durchschnittlich vier Prozent pro Jahr. Die Ausgaben werden bis 1998 knapp 1,3 Milliarden Mark betragen.

Abbildung IV-7

Schulung und Weiterbildung 1995-1998



Die wachsende Bedeutung und Notwendigkeit von DV-Schulung und Weiterbildung im Zusammenhang mit dem Einsatz bzw. der effektiven Nutzung von Informationssystemen ist den Unternehmensverantwortlichen bewußt. Trotzdem besteht auf seiten vieler Unternehmensführungen eine gewisse Zurückhaltung im Hinblick auf Ausgaben für externe Schulungs- und Serviceleistungen, insbesondere

wenn sie nicht unmittelbar mit der Erreichung spezifischer Unternehmensziele in Zusammenhang gebracht werden können. Daher ist es nicht überraschend, daß etwa drei viertel der Unternehmen ihren Schulungs- und Weiterbildungsbedarf ad hoc planen; im Regelfall bei Bevorstehen eines konkreten Projektes beispielsweise einer Systemeinführung.

Viele Unternehmensverantwortliche allerdings setzen ohnehin eher auf Multiplikatoreffekte und informale Schulungsmethoden oder legen bereits bei Einstellung neuer Mitarbeiter Wert auf das Vorhandensein des erforderlichen und gewünschten System- und Methoden-Know-hows. Auch der Trend hin zum Outsourcing von Informationssystemen zuzüglich Services konterkariert weitere Wachstumsmöglichkeiten für externe Schulungs- und Weiterbildungsaktivitäten im Desktop Umfeld.

Der Erfolg für Anbieter von Desktop Schulungs- und Trainingsleistungen dürfte daher immer weniger im klassischen Feld des Classroom-based-Trainings zu finden sein. Insbesondere die Ausgaben für „Außer-Haus“ Schulungen werden im Zuge des Kostendenkens von Unternehmen zunehmend gekürzt.

Anbieter sollten daher auf innovative und effiziente Methoden des Wissens- und Lerntransfers fokussieren. Die Schulung und Weiterbildung für Anwender am Arbeitsplatz wird zukünftig zunehmend in die Applikationen selbst eingebunden sein oder aber in Form von Multi-Mediaprodukten mitgeliefert werden. Auch Internet-Services die das Word Wide Web und Hypertext-Mark-up Language (HTML) benutzen, sind geeignet individuelle Lernprozesse zu ermutigen und zu verstärken. Somit werden die neuen Wege der Wissensvermittlung, die allgemein unter dem Begriff des Computer-based-Trainings (CBT) subsumiert werden, in den nächsten Jahren einen größeren Anteil an den Ausgaben für externe Schulungs- und Trainingsleistungen im Rahmen der Vermittlung kognitiver Inhalte gewinnen. Darüber hinaus kommt ihnen ein höherer Stellenwert im Rahmen didaktischer Schulungsansätze zu, die auf dem Konzept des Classroom-based Training aufsetzen.

Die Nachfrage nach Desktop-Schulungs- und Trainingsleistungen wird sich dabei vornehmlich auf die Bereiche IT-Netzwerke und Client/-Server-Anwendungen konzentrieren. (siehe III.D.2)

7. Entwicklung und Programmierung

Die Entwicklungs- und Programmierungs-Services setzen sich zusammen aus den Dienstleistungen:

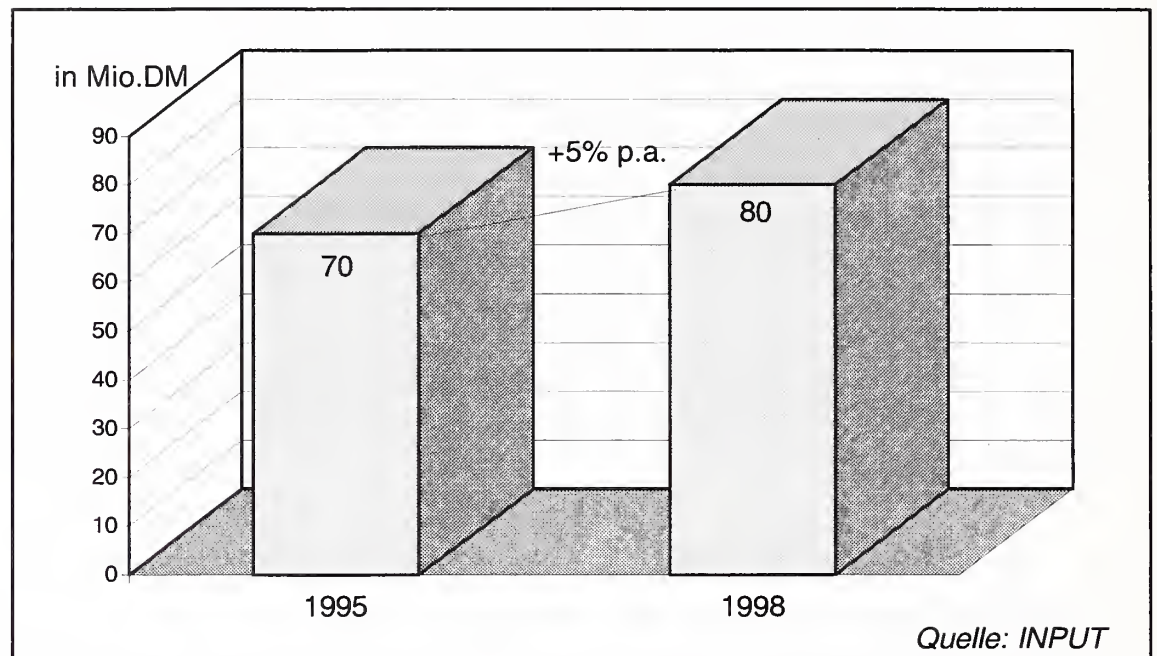
- Entwicklung von Software
- Anpassung von Software
- Optimierung von Software

Die Ausgaben für Entwicklungs- und Programmierungs-Dienstleistungen betragen 1995 70 Millionen Mark. Mit einem durchschnittlichen Jahreswachstum von 5 Prozent wird dieser Markt 1998 ein Volumen von 80 Millionen Mark erreicht haben.

Eine Ursache für dieses eher moderate Wachstum ist der verstärkte Trend hin zum Einsatz von Standardsoftwarepaketen. Diese Entwicklung, die schon seit mehreren Jahren im Umfeld der Systemsoftware zu beobachten ist, setzt sich derzeit massiv bei der Anwendungssoftware fort und dämpft insbesondere das Ausgabenwachstum für Software-Entwicklungs-Services.

Abbildung IV-8

Entwicklung und Programmierung 1995-1998



C.

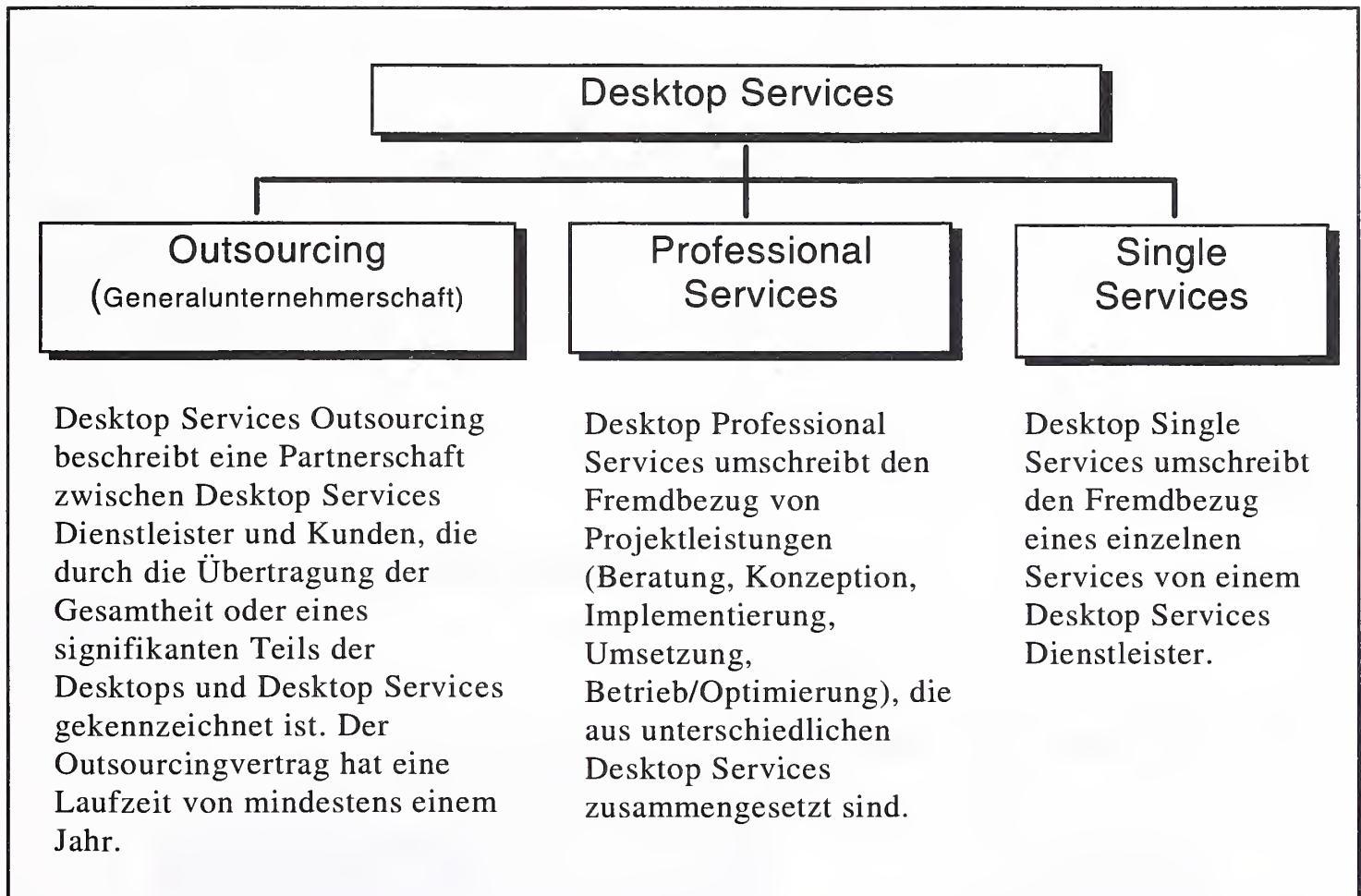
Desktop Services Segmente

Die Form des Fremdbezuges von Desktop Services kann in drei Kategorien bzw. Segmente unterteilt werden (s. Abbildung IV-9)

- Single Services
- Professional Services
- Outsourcing

Abbildung IV-9

Desktop Services Marktsegmente



Quelle: INPUT

1. Single Services und Professional Services

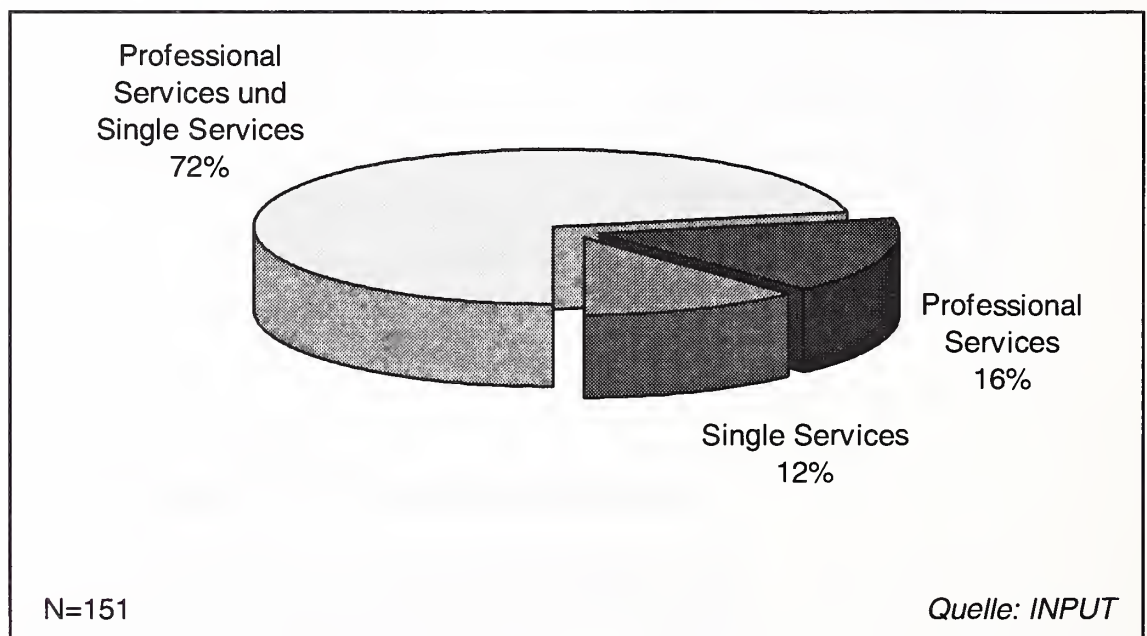
Der Begriff Single Services beschreibt den Fremdbezug eines einzelnen Services von einem Desktop Services Dienstleister. Der Fremdbezug richtet sich zumeist auf den Kauf und die Installation von Hardware und/oder die Wartung und Pflege von Software mit „begrenztem“ User-Support. Ebenso fallen beispielsweise der Fremdbezug von CAD- oder SAP-Support und die Umzugs-Services von „Spezial“-Serviceleistern unter die Kategorie Single Services.

Der Fremdbezug von Projektleistungen, beispielsweise Consulting, Konzeption und Installation einschließlich Schulungen und Support im Desktop Services Umfeld, firmiert unter der Bezeichnung Professional Services. Meistens ist ein bestimmter Service am Gesamtumfang der Geschäftsbeziehung zwischen dem Dienstleister und dem Kunden dominierend.

In der Praxis erweist sich der Fremdbezug von Single Services und Professional Services nebeneinander als die Regel. Knapp drei Viertel der Servicesbeziehungen im Desktop Services Umfeld folgen einer solchen „dualen“ Struktur. Beispielsweise beziehen Unternehmen Single Services wie Support für CAD-Software und Umzugs-Services von „Spezial“-Anbietern, Professional Services wie Installations- und Implementierungsleistungen von Arbeitsplatzsoftware einschließlich des Supportes für ein oder mehrere Projekte von einem DTS-Dienstleister.

Abbildung IV-10

Services-Beziehungen



Werden ausschließlich Single Services von einem Dienstleister bezogen, so handelt es sich entweder um eine durch einen Objektverkauf von Hard-/Software geprägte Beziehung, deren „Zugabe“ z.B. Installations-, Wartungs-, Pflege-Services und Telefon-Hotline Dienste umfassen oder

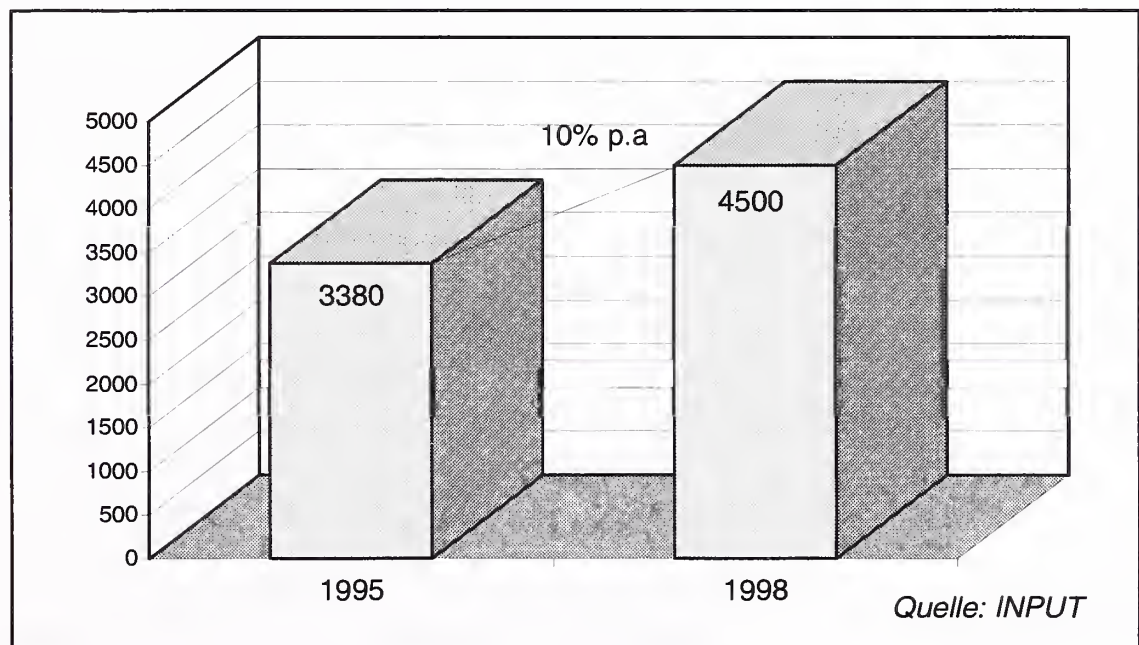
es wird ein einzelner Services, beispielsweise ein Beratungsauftrag vergeben. Die Qualität der Geschäftsbeziehung ähnelt stark der traditionellen Anbieter-Kunden-Beziehung bei Hardware und/oder Softwarelieferungen.

Der alleinige Bezug von Professional Services, d.h. Projektleistungen, die aus unterschiedlichen Desktop Serviceleistungen zusammengesetzt sind, erfordert im Vergleich zur Single Services Beziehung eine intensivere Geschäftsverbindung. Da der Umfang der Serviceslieferung häufig komplexer und größer ausfällt und darüber hinaus mehr als eine Managementebene in die Entscheidungs- und Betriebsprozesse einbezogen ist, sollten die verschiedenen Managementebenen der Kunden- und Anbieterorganisation (taktisch, operativ, Projektebene) bzw. deren Zusammenarbeit entsprechend ausgestaltet und institutionalisiert sein.

Auf die Segmente Single Services und Professional Services zusammen entfallen 96 Prozent der Ausgaben deutscher Unternehmen für Desktop Services.

Abbildung IV-11

Single Services + Professional Services 1995-1998



Die Marktsegmente Single Services und Professional Services können zusammen mit durchschnittlich 10 Prozent Wachstum pro Jahr zulegen und werden 1998 eine Größenordnung von 4,5 Milliarden Mark erreicht haben. Für 1995 entfallen auf diese beiden Kategorien zusammen Ausgaben von 3380 Millionen Mark.

2. Desktop Services Outsourcing

Ein Desktop Services Outsourcing impliziert eine Geschäftsbeziehung, in der ein Anbieter die Verantwortung für die Gesamtheit bzw. einen signifikanten Teil der Desktops und Desktop Services in der Kundenorganisation übernimmt. Die Übernahme von Wartungsdienstleistungen alleine konstituieren allerdings noch kein Outsourcing. Dennoch ist die Verantwortung für Hard- und Software meist Bestandteil eines Desktop Services Outsourcing-Vertrages. Des weiteren darf die Laufzeit des Vertrages die Mindestdauer von einem Jahr nicht unterschreiten.

Bei den wenigsten Unternehmen steht das Kostendenken im Vordergrund, wenn es um eine Auslagerung der kompletten Desktop Infrastruktur geht. Die Hauptmotive rühren eher aus den Schwierigkeiten und der Komplexität, die mit dem Management der Desktop Welten über große geografische Verteilungen hinweg und einer „Rund-um-die-Uhr“-Garantiezusage eines hohen Servicelevels für unternehmenskritische Systeme zusammenhängen.

Gleichwohl aber führt das Management der mit den Desktop Strukturen verbundenen Komplexität im Namen des Desktop Services Outsourcing Kunden häufig zu reduzierten Desktop Support Kosten. Von diesen Erfahrungen dürfte ein weiterer Motivationsschub für die Auslagerung der kompletten Desktop-Infrastrukturen ausgehen.

Bislang ist das Desktop Services Outsourcing auf solche Unternehmen beschränkt, die über eine große Anzahl lokaler Netzwerke (LANs) verteilt über mehrere hunderte von Standorten verfügen und wo die interne IT-Mannschaft nicht in der Lage ist, unternehmensweiten Support in ausreichender Qualität zu gewährleisten. Überdies verlangt ein Desktop Services Outsourcing derzeit noch eine kritische Masse von etwa 500 installierten PCs bzw. Workstations, so daß ein Desktop Services Outsourcing nur für Großunternehmen interessant erscheint. Die Desktop Services Anbieter verbessern jedoch kontinuierlich ihre Expertise im Bereich des Remote Management, so daß ein Outsourcing auch für eine geringere Anzahl von installierten Systemen durchführbar

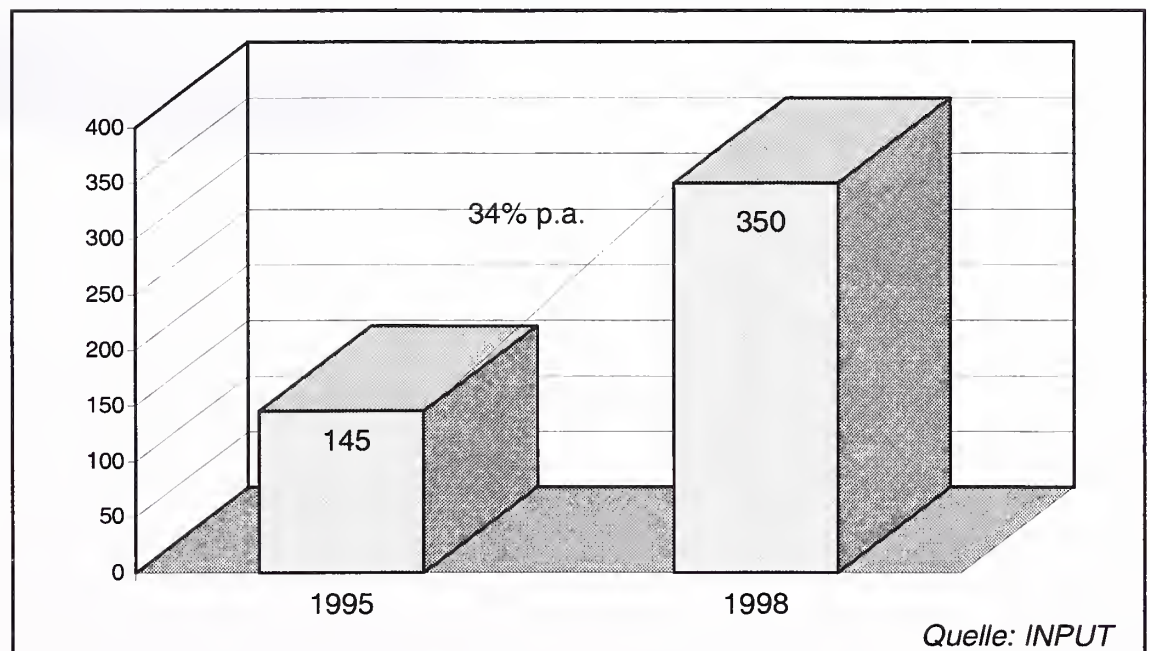
und demzufolge auch für kleinere Unternehmen zunehmend attraktiver wird.

Insbesondere bei Banken und bei Handelsunternehmen ist eine große Nachfrage nach Management-Support von Client/Server Systemen vor dem Hintergrund der Bewältigung des Managements von geografisch weit verteilten Desktop Ressourcen zu verzeichnen. Im Bankensektor dürfte sich dieser Trend noch verstärken, je mehr die Finanzinstitute ihre Dienstleistungen auch außerhalb des eigenen Landes anbieten. Um die Ansprüche dieser Klientel zu erfüllen, sind zumindest pan-europäische, wenn nicht gar globale Desktop Services Support-Kapazitäten und Präsenz notwendig.

Bei Handelsunternehmen besteht ein großes Bedürfnis nach Verbesserung des Servicelevels für die Desktop- und Filialsysteme in den jeweiligen Absatzgebieten. Aufgrund der vielfach „einzigartigen“ Handelssysteme jedoch wird der Support der Desktop-Welten noch vielfach als Kernaktivität des internen DV-Personals begriffen und nicht vollständig ausgelagert.

Abbildung IV-12

Desktop Services Outsourcing 1995-1998



Auf Desktop Services Outsourcing entfielen 1995 lediglich vier Prozent der Gesamtausgaben deutscher Unternehmen für Desktop Services. Das Volumen beziffert sich demzufolge auf 145 Millionen Mark in Deutschland. (Dies entspricht 8 Prozent des gesamten Outsourcing Marktes in Deutschland) Im Jahre 1998 wird das Outsourcing von Desktop Services mit 350 Millionen Mark einen Anteil von acht Prozent vom Gesamtmarkt für Desktop Services behaupten können. Die Wachstumsraten liegen mit durchschnittlich 34 Prozent pro Jahr dabei über dem Durchschnitt des Wachstums für den Outsourcingmarkt in Deutschland insgesamt.

Abbildung IV-13

Desktop Services Markt nach Segmenten 1995

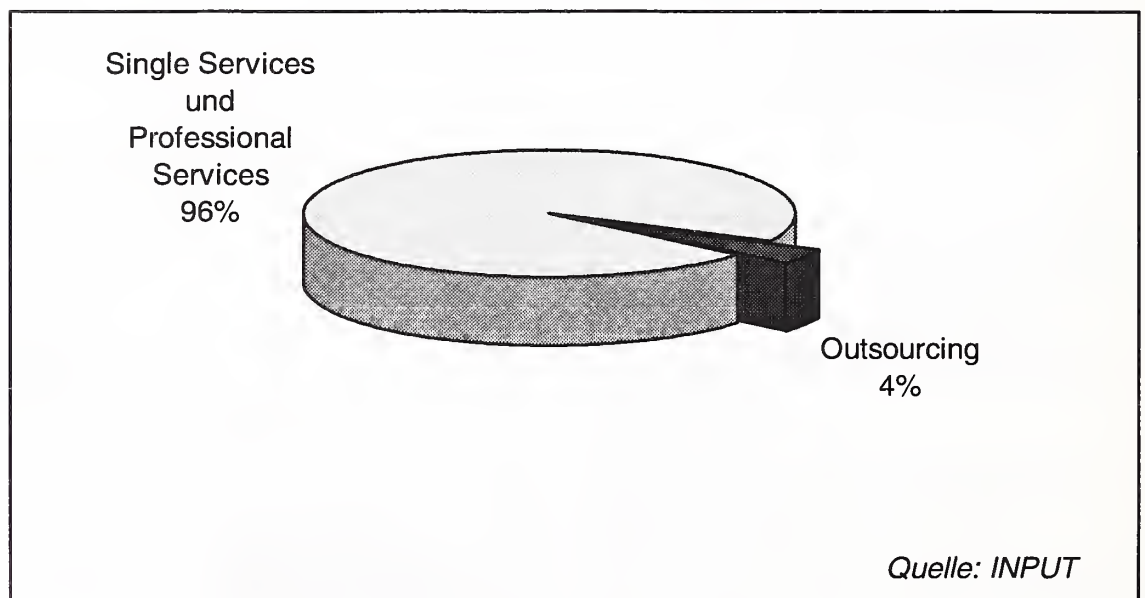
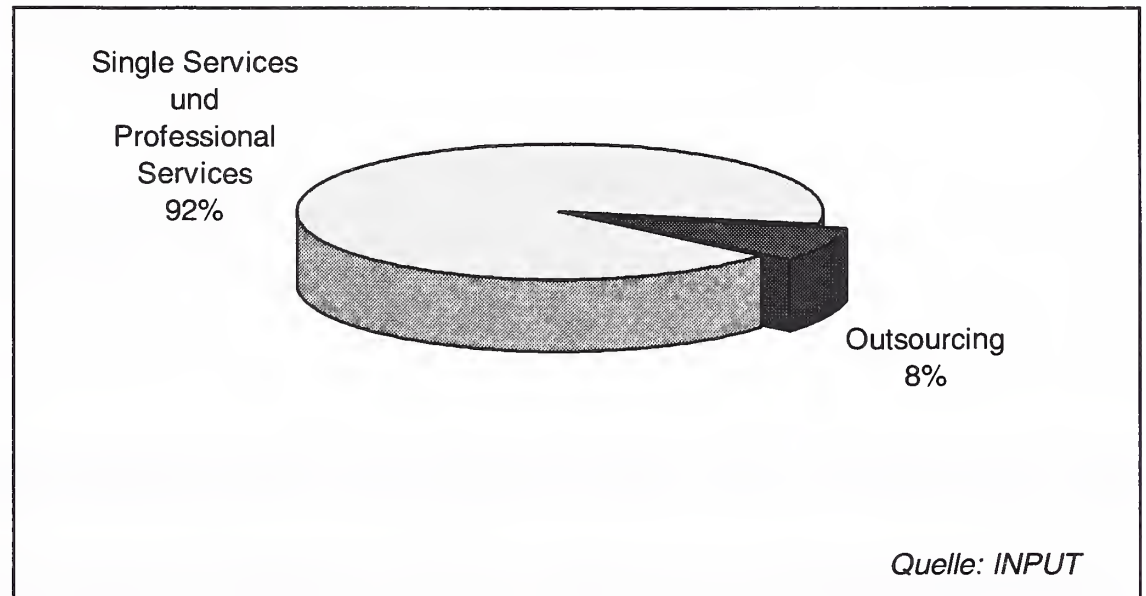


Abbildung IV-14

Desktop Services Markt nach Segmenten 1998

(unbeschrieben)



Markteinschätzungen und Prognosen

A.

Desktop Services Markt nach Leistungen

Abbildung V-1

Desktop Services Markt nach Leistungen 1995-1998 (in Millionen DM)

Desktop Services	1995	1998	CAGR 1995-1998
User Support	140	230	18%
Installation und Hard- /Software-Maintenance	1680	1940	5%
Netzwerkmanagement Services	520	1100	28%
Datensicherheits-Services	35	50	13%
Einsatzplanungs- und Kauf- Services	75	130	20%
Schulung und Weiterbildung	1020	1290	8%
Entwicklung und Programmierung	70	80	5%
Gesamtmarkt	3530	4800	11%

Rundungen lassen eine Aufaddierung der Einzelwerte nicht zu.

Quelle: INPUT

B.**Desktop Services Markt nach Branchen**

Abbildung V-2

Desktop Services Markt nach Branchen 1995 (in Millionen DM)

Branche	1995	Prozent
Industrie	1060	30
Banken	530	15
Versicherungen	350	10
Handel	560	16
Dienstleistungen	310	9
Öffentlicher Sektor	210	6
andere	490	14
Gesamtmarkt	3530	100

Rundungen lassen eine Aufaddierung der Einzelwerte nicht zu.

Quelle: INPUT

C.

Desktop Services Markt nach Anbieterkategorien

Abbildung V-3

**Desktop Services Markt nach Anbieterkategorien 1995
(in Millionen DM)**

Anbieterkategorie	1995	Prozent
Systemhersteller	1600	45
VARs/Händler/ Distributoren	880	25
Dedizierte Dienstleister	460	13
Softwareanbieter	320	9
Beratungshäuser + andere	280	8
Gesamtmarkt	3530	100

Rundungen lassen eine Aufaddierung der Einzelwerte nicht zu.

Quelle: INPUT

D.**Desktop Services Markt nach Segmenten**

Abbildung V-4

Desktop Services Markt nach Segmenten 1995-1998 (in Millionen DM)

Segmente	1995	1998	CAGR 1995-1998
Single Services + Professional Services	3380	4500	10%
Desktop Services Outsourcing	145	350	34%

Rundungen lassen eine Aufaddierung der Einzelwerte nicht zu.

Quelle: INPUT



Fragebogen

1) Welche der folgenden Beschreibungen trifft auf Ihr Unternehmen am besten zu?

Systemhersteller

Software-Anbieter

Beratungsunternehmen

Unabhängiger Serviceleister

Händler

andere _____

2) Bietet Ihr Unternehmen Dienstleistungen für Desktops bzw. Desktopsysteme in Deutschland an?

ja seit 19 _____

nein aber geplant für _____

3) Wieviele Mitarbeiter beschäftigen Sie in diesem Bereich? _____ Mitarbeiter

4) Haben Sie einen Branchenfokus?

ja wir fokussieren mit unseren Desktop Services auf:

Industrie Banken Versicherungen Handel Öffentlicher Dienst

Telekommunikation Transport Gesundheitswesen andere

nein

- 5) Haben Sie sich mit ihren Desktop Services auf ein bestimmtes Systemumfeld/-Umgebung konzentriert?

ja wir fokussieren auf: _____

nein

- 6a) Sind Sie autorisierter Software-Support-Provider für eine der folgenden Firmen?

Microsoft

Novell

Lotus

andere _____

- 6b) Bieten Sie Garantieleistungen für „fremdes“ Equipment? Wenn ja für welche Hersteller?

- 7) In welchen Segmenten des Desktop Services Marktes sind sie aktiv? Bitte nehmen Sie eine Gewichtung vor.

Desktop Services Segment	Erklärung	Prozentanteil am Desktop Services Geschäft
Single Services	<i>Erbringung eines einzelnen oder einzelner Services z.B.</i> <ul style="list-style-type: none"> •User Help Desk •Update Service für SW •Netzwerkbetrieb •Beratung 	
Outsourcing (Generalunternehmerschaft)	<i>Übertragung der Gesamtheit bzw. signifikanten Teil der Desktops und Desktop Services im Rahmen einer Partnerschaft (Laufzeit mindestens ein Jahr)</i>	
Professional Services	<i>Projektleistungen, bestehend aus verschiedenen Serviceelementen wie z.B. Planung/Konzeption/Umsetzung, Betrieb,/Optimierung; (kürzer als ein Jahr)</i>	

- 8a) Wen betrachten Sie als Ihre(n) größte(n) Wettbewerber?

8b) Welche Anbieterkategorien (bzw. deren Vertreter) betrachten Sie -auf einer Skala von eins bis fünf als stärkste Mitbewerber? (1=nicht ernzunehmen; 5= stärkster Mitbewerber)

Systemhersteller _____

Softwareanbieter _____

Unabhängige Serviceleister _____

(z.B. Professional Services Firmen

oder Outsourcing Anbieter)

Händler _____

andere _____

9) Wie schlüsselt sich Ihr Desktop Services Umsatz nach Branchen auf? (in Prozent)

Branche	Umsatz (in DM oder Prozent)
Industrie	
Banken	
Versicherungen	
Handel	
Öffentlicher Dienst	
Telekommunikation	
Transport	
Gesundheitswesen	
andere	
andere	

10) Wieviel Umsatz entfiel 1995 auf folgende Desktop-Serviceleistungen/Kategorien?

Servicekategorie bzw. Serviceangebot im Umfeld von :	Beispiel-Services	Umsatz in DM (ggf. als Prozentsatz vom Umsatz) <i>in bezug auf Spalte 1</i>	Ist die Hardware/Software hierin eingeschlossen (geschätzter Anteil in Prozent)	Ihre Markteinschätzung bis 1999: Wachstum: Stagnation Rückgang:
Hardware (Peripherie) und Software	<ul style="list-style-type: none"> •Installation •Konfiguration •Wartung+Reparatur •Update-Service •Kapazitäts-Tuning •Problemlösungs.Svc. •Ferndiagnose •Asset-Mgt. • • 			
Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> •Planung •Installation •Update-Service •Betrieb/Optimierung •Administration • • 			
Datensicherheit	<ul style="list-style-type: none"> •Back-Up •Anti-Virus •Ersatz-Rechner-Service •Beratung f.Sicherheitskonzepte • • 			
User Support	<ul style="list-style-type: none"> •Hotline (Telefon) •On-site-Support • • 			
Planungs+Kauf-Services	<ul style="list-style-type: none"> •Strategische Planung •Wirtschaftlichkeitbetrachtungen •Kaufberatung •Leasing •Finanzierung • • 			
Entwicklung+Programmierung von Software	<ul style="list-style-type: none"> •Entwicklung •Anpassung •Optimierung 			
Servicekategorie	Beispiel-Services	Umsatz in	Ist die Hard-	Ihre Markt-

bzw. Serviceangebot im Umfeld von :		DM (ggf. als Prozentsatz vom Umsatz) <i>in bezug auf Spalte 1</i>	ware/Software hierin einge- schlossen (geschätzter Anteil in Prozent)	einschätzung bis 1999: W achstum: S tagnation R ückgang:
Schulung & Training	<ul style="list-style-type: none"> •Anwenderschulung •Programmiersprachen • 			
Environment- Services	<ul style="list-style-type: none"> •Gebäude/Computer /Raumausstattung •Entsorgung/Recycling •Umzugsservice • 			

11a) Wie hoch war Ihr Umsatz 1995 mit Dienstleistungen im Desktop-Umfeld insgesamt?

_____ DM

davon entfallen (ca) _____ Prozent auf externen Umsatz

_____ Prozent auf internen Umsatz (im eigenen bzw.
verbundenen Unternehmen)

11b) Erbringen Sie ggf. auch Desktop Services im Namen ihrer Servicepartner? Wenn ja, wieviel Prozent ihres Umsatz entfallen auf solche „Subunternehmer“-Verträge?

_____ %

11b) Welchen Umfang haben ihre Desktop Services-Verträge?

- Spannweite (bezogen auf ein Jahr) von _____ DM bis _____ DM

11c) Wieviel Prozent Zuwachs konnte Ihr Desktop Services Geschäft im letzten Fiskaljahr (94/95) verzeichnen?

_____ %

11d) Welches Wachstum erwarten Sie für Ihr Desktop Services Geschäft in den kommenden drei Jahren?

_____ % pro Jahr

Herzlichen Dank für Ihre Kooperation

(unbeschrieben)

