

Business Plan der Schartner AG



BOB'S _WORLD

Executive Summary

Schartner AG

Andreas Schartner
Managing Director

Wendelsteinweg 11
82024 Taufkirchen

Email: Andreas.Schartner@Schartner.net

Phone: +49.89.608527-47

Cell: +49.171.3222913

Fax: +49.89.608527-40

1	Vorwort.....	- 3 -
2	Schartner AG	- 5 -
2.1	Vorstand und Aufsichtsrat.....	- 5 -
2.2	Schritte zum Erfolg	- 5 -
2.3	Schlüssel zum Erfolg.....	- 6 -
2.4	Firmenstruktur.....	- 6 -
2.5	Umstrukturierung	- 7 -
2.6	Referenzliste.....	- 7 -
3	Software für die Zukunft – “BOB`S_WORLD”	- 9 -
3.1	BOB`S_WORLD – Ausrichtung	- 9 -
3.2	“Best of Business” – Module mit Industriefokus	- 11 -
3.3	Best-of-breed Drittprodukte	- 11 -
3.4	BOB`S_WORLD - Technologie	- 11 -
3.4.1	Abschied von monolithischer Software.....	- 11 -
3.4.2	Konzepte für die Entwicklung der BOB`S_TOOLS	- 11 -
4	Wettbewerbssituation.....	- 12 -
4.1	Einleitung	- 12 -
4.2	Generelle Markt Betrachtung nach Struktur der Softwaresysteme	- 12 -
4.2.1	Markteinschätzung ERP-Markt	- 12 -
4.2.2	Markteinschätzung SCM-Markt	- 13 -
4.2.3	Markteinschätzung CRM-Markt.....	- 13 -
4.2.4	Markteinschätzung PDM-Markt.....	- 13 -
4.3	Die Key-Player am ERP Markt	- 13 -
4.4	Einschätzung des Status Quo der Marktführer	- 15 -
5	Kundennutzen, USP und Chancen/Risiken von BOB`S_WORLD.....	- 16 -
5.1	Kundennutzen.....	- 16 -
5.2	Alleinstellungsmerkmale	- 16 -
5.3	Chancen für und mit BOB`S_WORLD.....	- 16 -
5.4	Risiken.....	- 17 -
5.5	Gewichtung von Chancen und Risiken	- 17 -
6	Marktanalyse.....	- 18 -
6.1	Zielmarktanalyse nach Kundenstruktur.....	- 18 -
	Bild 6: ERP II Domänen.....	- 18 -
6.2	Marktpotential und angestrebte Marktanteile	- 18 -
6.3	Strategie der Wachstumsmärkte	- 19 -
6.4	Schlußfolgerung	- 20 -
7	Vermarktung	- 22 -
7.1	Produktspektrum	- 22 -
7.2	Kommunikation.....	- 22 -
7.3	Preis.....	- 22 -
7.4	Distribution.....	- 24 -
7.5	Vertriebsstrategie und -konzept.....	- 24 -
7.6	Strategische Partnerschaften.....	- 24 -
7.7	Partner Vertrieb	- 25 -
7.7.1	Partner (Berater, Beratungs- und Softwarefirmen).....	- 25 -
7.7.2	Kunden	- 25 -
7.7.3	Support für Partner und Kunden.....	- 25 -
7.8	Direktvertrieb	- 26 -
8	Plan Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) über 5 Jahre	- 27 -
8.1	Einleitung	- 27 -
8.2	Plan Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)	- 27 -
9	Kapitalbedarf, Umsatz und Gewinn.....	- 29 -
9.1	Einleitung	- 29 -
9.2	Kapitalbedarf.....	- 29 -
9.3	Umsatz.....	- 29 -
9.4	Gewinn	- 29 -
10	Return on Investment (ROI)	- 30 -
10.1	Einleitung	- 30 -
10.2	Szenarien	- 30 -
11	Schlußbemerkung	- 31 -

1 Vorwort

„Unsere Kunden wissen was sie morgen brauchen. Wir fragen sie und spekulieren nicht darüber.“

Unternehmen müssen in unserer heutigen Zeit immer mehr kooperieren und Informationen austauschen. Diese gemeinsamen Informationen sind von “intelligenten” Informationsnetzwerken zu neuem Wissen zu verarbeiten. Damit dies geschehen kann, müssen sich die beteiligten Unternehmen untereinander öffnen und im Verbund die dafür erforderliche Vertrauensbasis schaffen.

Software ist dabei ein Werkzeug, an das permanent veränderte Anforderungen gestellt werden. Der Software-Markt befindet sich – auch nach Einschätzung von Analysten – in einer Umbruchphase. Der Markt fordert eine moderne Business-Software. Erstmals sind Anwendungen für neue, bisher unbekannte Geschäftsprozesse zu entwickeln. Diese Anwendungen müssen bereits bestehende Systeme berücksichtigen und einbeziehen.

Auf Grund der Erfahrungen und der Kompetenz der Anwender im Umgang mit Softwareprodukten werden zukünftig globale Schlagworte wie “Client / Server” oder “voll integriertes ERP Gesamtsystem” nicht mehr ausreichen, um Projekte abzuschließen. Es gilt den spezifischen Mehrnutzen für die Anwender darzustellen, was eine intensive Auseinandersetzung mit den Anforderungen der Nutzer voraussetzt. Trotz zunehmender funktionaler Ansprüche muß dabei für die Anwender das System “konsequent einfach” zu bedienen sein.

Dies stellt die etablierten Software-Hersteller vor eine neue Herausforderung, denn mit den traditionellen Ansätzen der Software-Entwicklung sind die notwendigen time-to-market Zyklen nicht umsetzbar. Die heute verfügbaren betrieblichen Informationssysteme (z.B. klassische ERP-Produkte; ERP = Enterprise Resource Planning, Software zur Erstellung von Unternehmensplanungen und Abbildung von Unternehmensprozessen) werden diesen Anforderungen nicht gerecht.

Dies ist eine Chance für junge Unternehmen, sich zu etablieren - eine Chance, die die Schartner AG konsequent nutzt: die von der Schartner AG entwickelte Software BOB’S_WORLD ergänzt und verbindet die etablierten Informationssysteme. Sie ermöglicht, daß verschiedene an einem Geschäftsfall beteiligte Personen und Institutionen dynamisch zusammenarbeiten können.

BOB’S_WORLD ist ein innovatives Produkt und stellt dem Kunden einen hohen Nutzen zur Verfügung. Im Gegensatz zu den traditionellen Softwaresystemen, wie SAP oder Baan, die sich an herkömmlichen Berufsbildern orientieren, schafft BOB’S_WORLD neue Berufsbilder (z.B. das Zusammenwaschen von Technik und Planung) und setzt auf Teamarbeit, die über die Grenzen der Organisation hinausgeht.

Das Ziel der Schartner AG ist die Umsetzung ihrer „e-intelligence“-Vision. „e-intelligence“ bedeutet eine einfache Lösung für ein komplexes System, eine Lösung, die sich immer wieder in kürzester Zeit an Veränderungen anpassen läßt und einerseits universell, andererseits hochspezialisiert auf bestimmte Branchen zugeschnitten ist.

Deshalb ist ein neuer best-of-breed Ansatz notwendig. Die herkömmliche Bedeutung dieses Begriffes reichte nur zur Verbindung von komplexen Softwaresystemen wie z.B. ERP Systeme mit SCM (Supply-Chain-Management), CRM (Customer Relationship Management) oder PDM (Product Data Management) Systemen, die kaum einen Mehrwert für den Kunden generieren konnten. Schartner verbindet BOB'S_WORLD z.B. mit intelligenten Suchmaschinen oder Geschäftsprozeßmodellierungssystemen die Zeitersparnis und hohen Kundennutzen bedeuten.

In unserer langjährigen Historie im IT-Beratungsumfeld konnten wir beweisen, daß für uns „Kundennutzen schaffen“ mehr bedeutet als die Implementierung der Produktpalette eines Software-Herstellers. So haben wir schon 1998 den zentralen ERP-Ansatz mit Best-of-Breed Systemen für „Supply Chain Management“ und „Enterprise Application Integration“ ergänzt.

Die Schartner AG bewegt sich mit BOB'S_WORLD in stark wachsenden Marktsegmenten. Das Marktpotential für ERP II Systeme ist ungefähr 15 Milliarden EUR in 2005. Seit 2005 hat die Schartner AG mit BOB'S_WORLD ein System um diesem enormen Markt zu begegnen.

BOB'S_WORLD ist für uns nicht dann vollkommen, wenn man nichts mehr hinzufügen kann, sondern wenn man es nicht mehr einfacher machen kann.

Wir laden Sie herzlich ein, sich auf den folgenden Seiten ausführlich über die Schartner AG zu informieren und sich von unserem Unternehmen zu überzeugen.

Andreas Schartner
Vorstand der Schartner AG

2 Schartner AG

2.1 Vorstand und Aufsichtsrat

- Dipl. Wirt. Ing. MSIE Andreas Schartner (Vorstand)
 - 18 Jahre Branchenerfahrung: Software-Development, IT-Management, Key Account Consulting (Daimler Benz, AMG, Gildemeister Deckel Maho, MCC AG), Business Consultant
 - Fulbright-Stipendium
 - Geschäftsführung seit 1996
- Wolfgang Richter (Vorsitzender des Aufsichtsrats)
 - Steuerberater
- Dipl. Inf. (FH) Gabriele Schartner (Mitglied des Aufsichtsrats)
 - Business Consultant, Human Factor Consulting
- Prof. Dipl. Wirt. Ing. Christian Helfrich (Mitglied des Aufsichtsrats)
 - Professor an der Münchner Fachhochschule, Publikationen, Business Consultant

2.2 Schritte zum Erfolg

- 1990: Gründung der EDV-Beratung Gabriele Schartner (München)
- 1996: Gründung der Schartner Unternehmensberatung (München)
- 1997: Expansion nach Österreich - Gründung der Schartner Consulting GmbH (Linz)
- 1998: Gründung der Schartner Consulting GmbH (München)
 - Führendes Business Consulting Unternehmen für die Baan ERP-Software
- 1999: Gründung der Schartner Innovations GmbH (München)
 - Start einer „Enterprise Application Suite“ (Verbindung von Softwareprodukten, Add-Ons für die Baan Business Software)
- 1999: Strategische Partnerschaften
 - Wassermann AG (SCM)
 - Seeburger AG (EAI)
- 2000: Start des Designs von BOB'S_WORLD
- 2001: Gründung der Schartner AG und der Schartner Innovations SRL ROM
 - off-shore Softwareentwicklung auf der Basis moderner Internettechnologien
- 2003: Internationale Expansion
 - Brasilien, China, Ukraine
- 2004: Strategische Partnerschaft mit BusinessGurads, Schweiz
- 2004: Vermarktung von BOB'S_WORLD
- 2005: Strategische Partnerschaft mit Stadtwerke Leipzig
- 2005: Strategische Partnerschaft mit Perdata Systemhaus GmbH
- 2005: Strategische Partnerschaft mit cogisum AG
- 2005: Einleitung des Börsengangs an der Toronto Stock Exchange Venture (TSXV)
- 2006: Expansion nach Rußland und Kanada/USA

2.3 Schlüssel zum Erfolg

- Ein kreatives Team
 - mehr als 40 Spezialisten
- Internationale Strukturen
 - Deutschland, Österreich, Rumänien, Brasilien, China, Ukraine
 - Kanada und Rußland in der nahen Zukunft
- Stabile Erträge
 - schlanke Strukturen
 - Know-how-Vorsprung
 - Branchenerfahrung
- Steigende Umsätze
 - enge Beziehungen zu Kunden
 - „visionäre“ Konzepte
 - flexibel und schnell
- Strategische Partnerschaften
 - Erschließung neuer Märkte
 - Hinzugewinnung von Know-How
- Strategische best-of-breed Produkte
 - Erweiterung des Kundennutzen

2.4 Firmenstruktur

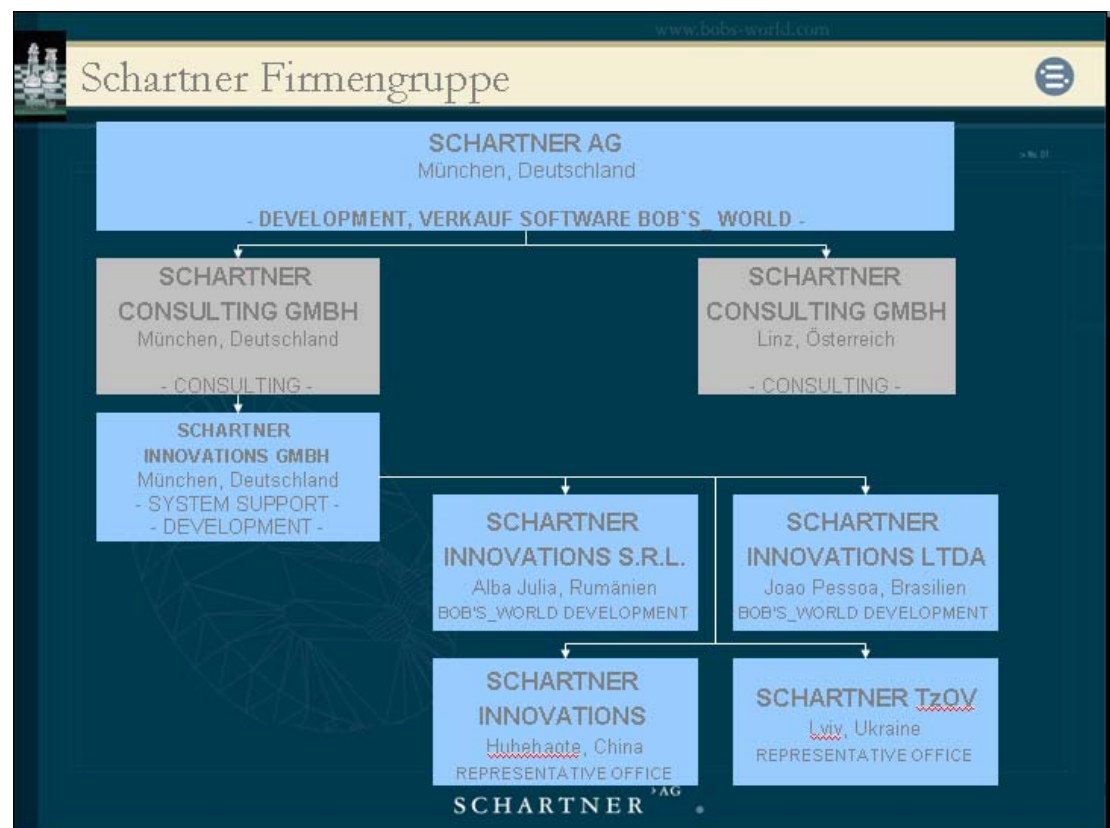


Bild 1: Organisationsstruktur der Schartner AG

2.5 Umstrukturierung

Gemäß der neuen Ausrichtung wird die Schartner AG 2006 eine Umstrukturierung durchführen. Dies ist notwendig, um die Anforderungen eines vereinfachten Berichtswesens, einer Reduzierung der administrativen Kosten und einer noch internationaleren Ausrichtung gerecht zu werden.

Folgendes Schaubild veranschaulicht die neue Struktur der Schartner AG ab dem Geschäftsjahr 2006.

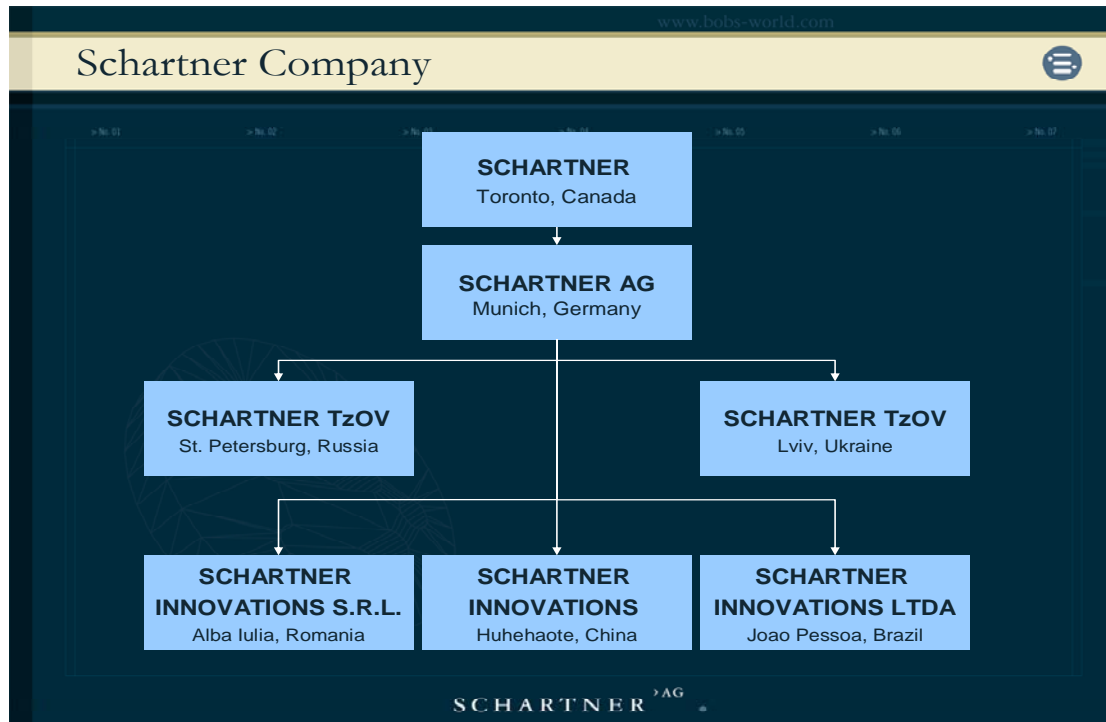


Bild 2: Organisationsstruktur der Schartner AG ab 2006

Referenzliste

- AMG Mercedes, Stuttgart
- Andritz AG, Graz – China
- Arri Cinetechnik, München – Wien
- Bessey GmbH, Bietigheim-Bissingen
- Crown GmbH, München – Europa
- ELAU AG, Marktheidenfeld
- Elcoteq Elektronik, Deutschland – Finnland
- Esto Leuchten GmbH, Österreich – Slowenien
- Fried v. Neuman GmbH, Österreich
- Gildemeister Deckel Maho, Bielefeld – München – Pfronten
- Greiner Extrusionstechnik, Österreich – Tschechien
- Güntner GmbH, München – Ungarn – Mexiko – Indonesien
- Hawle Armaturenwerk, Österreich – Tschechien
- Kinshofer Greiftechnik, Deutschland – Österreich – Tschechien
- Mayr Melnhof Packaging Europe, Österreich – Großbritannien – Deutschland
- Norsk Hydro, Bottrop
- Solectron GmbH, Stuttgart
- Staedtler Mars GmbH & Co KG, Nürnberg
- Telair, München
- tilo Schrattenecker, Österreich
- Total Walther, Köln – Österreich – Belgien – Holland

Bis Ende 2005 wird die Schartner Firmengruppe zwischen 10 und 15 Kunden bzw. potentielle Kunden für das neue Geschäftsfeld BOB'S_WORLD gewonnen haben. Folgende strategische Kunden konnten bereits gewonnen werden:

- Stadtwerke L'viv, Ukraine
- Bank of China, China
- Ukgazprojekt, Ukraine

3 Software für die Zukunft – “BOB`S_WORLD”

Die betrieblichen Informationssysteme müssen folgenden neuen Anforderungen gerecht werden:

- Unterstützung gemeinsamer, elektronischer Geschäftsinteraktionen zwischen internem Personal, Geschäftspartnern und Kunden im Rahmen einer Handelsgemeinschaft (Collaborative Commerce).
- Einfache technologische Integrationsfähigkeit zu unterschiedlichsten Systemen verschiedener Hersteller (Connectivity).
- Orientierung auf Branchenausprägungen (z.B. Standards) und aktuelle Bereitstellung aller erforderlichen Informationen (Deep Business Content).

BOB`S_WORLD reagiert auf die Anforderungen an zukunftsweisende betriebliche Informationssysteme mit dem langfristigen Ziel ein führendes Gesamtsystem zur Abdeckung unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse zu sein.

3.1 BOB`S_WORLD – Ausrichtung

BOB`S_WORLD ist eine standort- und unternehmensunabhängige Standardsoftware, bestehend aus einem branchenneutralen Kernsystem (Kernel) und industriespezifischen Erweiterungsmodulen für vertikale Fokussierungen mit branchenrelevantem Sprachgebrauch und Abläufen.

BOB`S_WORLD kann auch als Ergänzung zu den traditionellen ERP- oder Warenwirtschaftssystemen als „verbindende Plattform“ eingesetzt werden, um verschiedenen an einem Geschäftsfall beteiligten Personen und Institutionen dynamisch als „Informations-Drehscheibe“ die Zusammenarbeit zu ermöglichen.

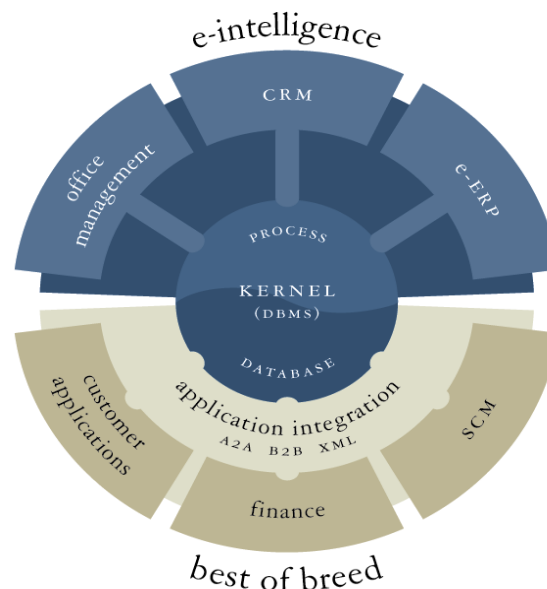


Bild 3: System Schema von BOB`S_WORLD

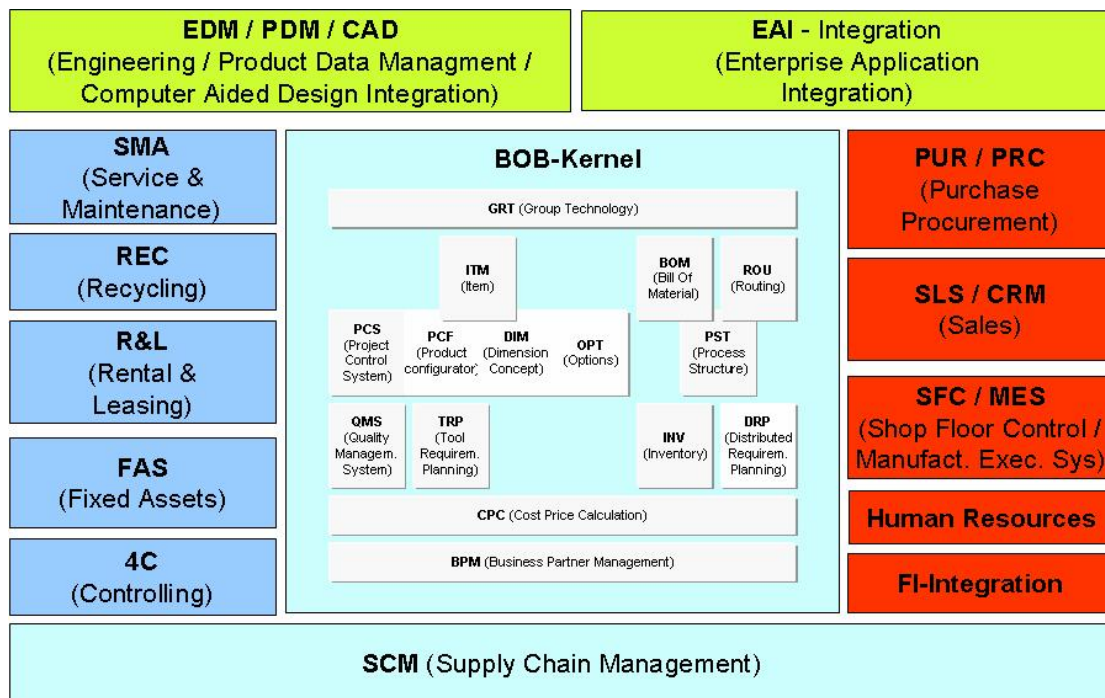


Bild 4: Die Module von BOB'S_WORLD

Die Funktionalitäten des Kernels unterstützen die primären Unternehmens-Geschäftsprozesse:

- Kategorisierung von Produktstrukturen nach Standardprodukten, kundenspezifischen Produkten und Produktstrukturen mit einer Dimensions-, Options- oder Variantenlogik und Verwaltung der dazu relevanten Informationen (z.B. Projektnummer, Dimensionsausprägungen, Optionsset, Variantenregelwerk etc.).
- Anlage, Verwaltung und Versionslogik von Produktstrukturen (Enterprise Data Management) mit Bezug auf Business Partner und Unternehmens-Sites (z.B. der Eigentümer oder Anwender einer Produktstruktur).
- Kalkulation aller Produktstrukturen nach einem frei definierbaren Kalkulationsschema zu Grenz- und Vollkosten (Cost Price Calculation).
- Klassifizieren, selektieren und suchen aller Produkte nach mehreren parallelen Sachmerkmalsleisten, z.B. nach technologischen, vertrieblichen oder fertigungsrelevanten Kriterien (Gruppentechnologie).
- Mechanismen zur gemeinsamen Nutzung der Daten zwischen Unternehmen unter Berücksichtigung der Berechtigung zur Datenpflege und Sichtung.
- Abbildung von Prozeßstrukturen, gewonnen aus klassischen Stücklisten und Arbeitsplänen, für die Betrachtung der Prozesse im Supply Chain Management. Diese dienen als Basis für die Steuerung und Kontrolle sämtlicher Ressourcen und der Disposition.
- Lagerbewirtschaftung mit Lageraufträgen (einlagern, auslagern), stochastischer Disposition und hierarchischen Lagerstrukturen.
- Verwaltung der Geschäftspartner mit Rollenausprägungen (z.B. Kunde / Lieferant) und Berechtigungsebenen.

3.2 “Best of Business” – Module mit Industriefokus

- Computer Aided Design (CAD) Interface
- Service & Maintenance (SMA)
- Supply Chain Management (SCM)
- Rental & Leasing (RLE) – 2006
- Recycling (REC)
- Fixed Assets (FAS)
- Human Resources (HR)
- Controlling (4C)
- Customer Relationship Management (CRM) – 2006

3.3 Best-of-breed Drittprodukte

- Suchmaschine CI-Search der cogisum AG
- Geschäftsprozeßmodellierungssystem Aeneis von ATOSS AG
- AutoVue
- Varchart der Netronics GmbH
- EDI-Konverter der TWZ GmbH
- DAM von Optimiser PTY LTD

3.4 BOB`S_WORLD - Technologie

3.4.1 Abschied von monolithischer Software

Die Software ist komplett auf das Internet ausgerichtet und in kleinere Einheiten zerlegt. Die grundsätzlichen Überlegungen reichen dabei soweit, daß künftig diese einzelnen Komponenten als Web-Services - im Internet gehostete dynamisch kombinierbare Anwendungsbausteine – angeboten werden könnten. Standards wie SOAP (Simple Object Access Protocol), WSDL (Web Service Description Language) und UDDI (Universal Discovery Description and Integration), aber auch die Integration zusätzlicher Software-Schichten wie Web-Application-Server in der Anwendungsarchitektur sollen das erforderliche (technische) Fundament legen.

Obwohl die Hersteller unterschiedlich „offensiv“ und „marketingorientiert“ mit diesen Entwicklungen umgehen und diese Ziele oft als Schlagwörter zum „Stand der Technik“ verwenden, sind diese Entwicklungen als konkrete Anwendungsbeispiele in der Praxis noch nicht die Realität.

3.4.2 Konzepte für die Entwicklung der BOB`S_TOOLS

BOB`S_TOOLS ist eine visuelle Programmierumgebung für Rapid Application Development (RAD) und ermöglicht die hochproduktive Entwicklung von transaktionsbasierten Web-Anwendungen:

- Ausrichtung auf betriebswirtschaftliche Web-Anwendungen mit hoher Datenbankintegration.
- Fokus auf hohe Produktivität, niedrige Wartungskosten, einfache Erlernbarkeit.
- Unterstützung für eine Trennung von Web-Programm und Geschäftslogik, ohne dies vorauszusetzen.
- Verwendung von J2EE und open-source.
- Geeignet für einen Einsatz in einem „off-shore“ Entwicklungsszenario.

4 Wettbewerbssituation

4.1 Einleitung

Es gibt eine Frage, die man stellen muß: "Warum noch ein ERP System?"

Auf der CeBit 2004 wurden folgende Business-Trends, die immer noch gültig sind, publiziert:

- ERP (Business Software) ist ein up-to-date Thema in Firmen. (Cap Gemini Ernst & Young)
- Unternehmen, die es nicht schaffen Prozesses und Systeme mit anderen angeschlossenen Firmen zu verbinden, können die langfristigen Möglichkeiten nicht nutzen. (Detecon & Diebold)
- "Collaborative Commerce Applications" werden allmählich die klassischen in-house Applikationen ersetzen. (Gartner)
- In der nahen Zukunft wird die „industrielle Produktion“ von Software verstärkt durch out-sourcing in Niedriglohnländer. (CeBit Magazine)
- Die Software Lizenzierung muß geändert werden: „Softwarelieferanten müssen den Preis an den Nutzen der Software knüpfen". (IDC)

Der Grund für die Entwicklung von BOB'S_WORLD in Java war, die gesamte Java „programming community“ als Programmiermannschaft zu nutzen und plattform-unabhängig zu sein.

Die Software allen Partnern und Kunden direkt zugänglich zu machen ist ein weiterer strategischer Schachzug im Vergleich zu den Konkurrenten von Schartner, die Partner und Kunden restriktiv behandeln. Auf diese Weise nutzt Schartner Partner und Kunden als seine Verkaufsteams.

4.2 Generelle Marktbetrachtung nach Struktur der Softwaresysteme

Der ERP II Ansatz umfaßt die Bereiche ERP, SCM und CRM, daher wird für diese Bereiche eine Einschätzung gegeben.

4.2.1 Markteinschätzung ERP-Markt

Der europäische ERP-Markt ist einerseits von der Dominanz einer SAP und MBS geprägt, andererseits von einem sehr großen Anteil (ca. 40 %) kleinerer nationaler und regionaler Anbieter. Dieser hoch fragmentierte Bereich muß als "open space" für neue Markteinsteiger gesehen werden.

Sobald die Anwendergemeinde realisiert, daß die Internet-basierten IT-Strategien eine noch höhere Integration der Funktionserfüllung erfordern, werden sie Gesamtlösungen verlangen, die in jedem Einzelbereich die gleiche Funktionstiefe besitzt, wie hoch spezialisierte Best-of-Breed Lösungen.

Daraus resultierend wird sich die Wettbewerbslandschaft nicht nur konsolidieren, sondern auch neu segmentieren. Auf der einen Seite stehen die Großen der Branche vor der Herausforderung, ERP II-Fähigkeiten mit wettbewerbskritischer vertikaler Funktionalität zu entwickeln. Auf der anderen Seite werden kleinere Anbieter versuchen, aus ihrem vertikalen Best-of-Breed Fokus Nutzen zu ziehen, sowie neue Anbieter mit neuen Geschäfts- und IT-Modellen durch Anwendung neuer Integrationstechnologien in den Markt eintreten.

4.2.2 Markteinschätzung SCM-Markt

Der SCM-Markt ist immer noch in der Wachstumsphase (Gartner prognostiziert jährliche Zuwachsraten von 28 bis über 40%).

4.2.3 Markteinschätzung CRM-Markt

BOB´S_WORLD wird den Bereich CRM und Forecasting erst Ende 2005 angehen, um die Entwicklung am Markt zu beobachten und die Tendenzen und die Akzeptanz bei den Unternehmen besser abschätzen zu können. Mit großer Aufmerksamkeit wird Schartner das CRM Produkt der Firma www.SalesForce.com beobachten.

4.2.4 Markteinschätzung PDM-Markt

Entsprechend der Berechnungen von Daratech wird der EDM/PDM/CPC-Software-Markt förmlich explodieren und mit durchschnittlich rund 36 Prozent jährlichem Wachstum bis 2007 ein Gesamtvolumen von 8 Milliarden Dollar erreichen.

Mit der funktionalen Abstimmung von BOB´S_WORLD auf die unternehmensübergreifenden Prozesse im Engineering bewegt sich die Software in einem stark wachsenden Marktsegment.

4.3 Die Key-Player am ERP Markt

Die Tatsache, daß sich der Lebenszyklus der heute führenden ERP Produkte dem Ende nähert, bestätigen die Hersteller selbst. Alle großen Hersteller haben nach jahrelangen Fehlversuchen, ihre bestehenden Systeme schrittweise zu erneuern und an die neuen technologischen und funktionalen Anforderungen anzupassen, nun umgeschwenkt. In Pressemeldungen werden die geänderten Strategien bestätigt, daß eine völlig neue Softwaregeneration mit einer anderen Architektur entwickelt werden muss.

4.4 Einschätzung des Status Quo der Marktführer

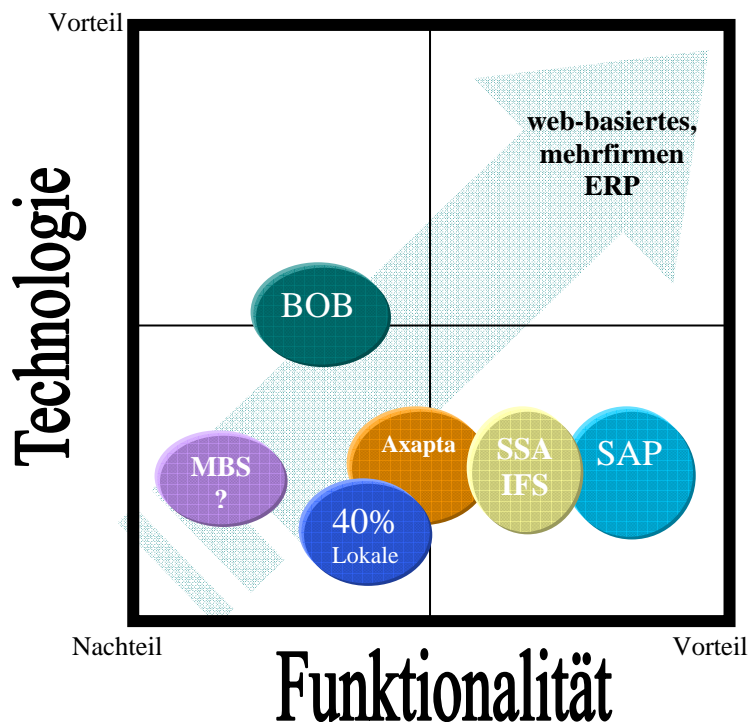


Bild 6: Status Quo

Für BOB´S_WORLD („BOB“ in der Grafik) sind beim Markteintritt die lokalen Softwareanbieter (Marktanteil ca. 40%) die primären Mitbewerber. Diese sind aus eigener Kraft meist nicht mehr in der Lage die nötigen funktionalen und technologischen Veränderungen durchzuführen. Der Status von BOB´S_WORLD ist im direkten Vergleich zu diesen Lösungen, speziell aus dem Blickwinkel der Investitionssicherheit, eine konkurrenzfähige Variante.

Aber auch die „Großen“ der Branche haben Ihre Hausaufgaben noch zu machen und dabei darf das Motto „Nicht die Großen fressen die Kleinen, sondern die Schnellen die Langsamen“ nie vergessen werden. Und um diese Zeit zu gewinnen stellt sich schon bei wenig Phantasie eine Akquisition eines Innovationstreibers als sehr probates Mittel dar.

5 Kundennutzen, USP und Chancen/Risiken von BOB'S_WORLD

5.1 Kundennutzen

- Prozeßunterstützung über die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmens
- klarer Fokus auf neue Technologien (Collaborative Commerce, Unternehmens-Integration, Mobile Commerce) und die neue „ERP II“-Welt
- web-basierte Technologie, dadurch ASP-Fähigkeit und Wartung kann von jedem Standort aus mit dem entsprechendem Spezialisten durchgeführt werden
- volle Ausschöpfung und Integration von „Best-of-Breed“-Technologien zur intelligenten Nutzung aller internen und externen Unternehmensdaten
- branchenspezifische & integrierte Supply Chain, nahtlose Anbindung von Lieferanten und Kunden
- schnelle Einführung des Systems (halbierte Kosten und Zeiten)
- Reduzierung der „Total Cost of Ownership“
- Reduktion interner IT-Kosten; verbesserte IT-Kostenstruktur (von 6% auf 2 bis 3% des Umsatzes); reduzierte Upgrade-Kosten
- Modernisierung und Ablösung existierender ERP-Systeme
- Reduzierung der Abhängigkeit von einem einzigen ERP-Anbieter (wie etwa SAP, Baan, Oracle etc.)
- einfaches und flexibles PAYU-Preismodell (Kauf- und / oder Mietmodell)

5.2 Alleinstellungsmerkmale

- Das web-basierte Design der Software, wobei vor allem die die Integration aller zum Geschäftspartner orientierten Anwendungsmodule („Kernel“) neuartig ist.
- Die Abbildung eines konzeptionell abgestimmten vertikalen Geschäftsmodells mit Branchenfokus für die Asset Intensive Industry und Discrete Intensive Industry.
- Der Enterprise Application Integration Ansatz, mit der Zielsetzung, BOB'S_WORLD mit Connectivity Funktionalitäten auf unterschiedlichen Integrationsebenen auszustatten.
- Die skalierbare Internet-Software mit unterschiedlichen Client-Systemen und variabel gestalteten Server-Ebenen in getrennte Schichten.

5.3 Chancen für und mit BOB'S_WORLD

- Langjährige Marktpräsenz
- Solide Finanzierung
- Referenzen, Know-how und Erfahrung
- Fokussierung auf Kernkompetenz
- Zahlreiche Alleinstellungsmerkmale
- Hoher Kundennutzen
- Kostengünstige Entwicklung

- Überwindung von Einstiegsbarrieren durch das einzigartige Preissystem PAYU (Pay-As-You-Use)
- Zukunftsorientierte Produktstrategie
- Investitionsschutz schafft Vertrauen
- Hohes Marktpotential
- Wachsender Zielmarkt

5.4 Risiken

- BOB´S_WORLD ist ein junges Produkt.
- Der künftige Umsatz und Erfolg hängt maßgeblich von der Akzeptanz der von der angebotenen Produkte und Dienstleistungen bei den Unternehmen ab
- Im Hinblick auf die spezielle Geschäftstätigkeit ist das Fachwissen von bestimmten beteiligten Personen ein wertvolles Gut, dessen Verlust die Entwicklung von BOB´S_WORLD nachhaltig beeinflussen könnte.
- Man bewegt sich in einem dynamischen Markt, der sich durch die Eröffnung neuer Methoden sowie durch die Einflüsse neuer Erkenntnisse auszeichnet.

5.5 Gewichtung von Chancen und Risiken

Unter Berücksichtigung der enormen Innovationskraft, den zahlreichen Alleinstellungsmerkmalen von BOB´S_WORLD, dem erheblichen Kundennutzen, den bestehenden Kontakten, des großen Know-hows und dem festen Willen, BOB´S_WORLD erfolgreich am Markt einzuführen, überwiegen die Chancen den Risiken.

6 Marktanalyse

6.1 Zielmarktanalyse nach Kundenstruktur

Augrund des Erfahrungshintergrundes und der Technologie- und Businesskompetenz werden die ERP II - Domänen „Discrete-intensive“ und „Asset-intensive“ als Zielkundensegmente strategisch ausgewählt. Es wird ebenso angestrebt, die Module Controlling und HRM von BOB´S_WORLD im Bereich des Public Services als add-on Produkt zu bestehenden Systemen zu implementieren.

Die nachfolgende Darstellung zeigt im horizontalen Verlauf den Kernprozeß von Unternehmen in der „Discrete Intensive Industry“ und vertikal den Kernprozeß der „Asset Intensive Industry“. Die unterschiedlichen Prozeßschritte zeigen deutlich die differente Ausrichtung der Unternehmensbereiche. Die meisten ERP Systeme haben ihre Historie in Produktionsplanungs- und Steuerungssystemen (PPS) und unterstützen somit primär den Hauptprozeß „Production“ (horizontal).

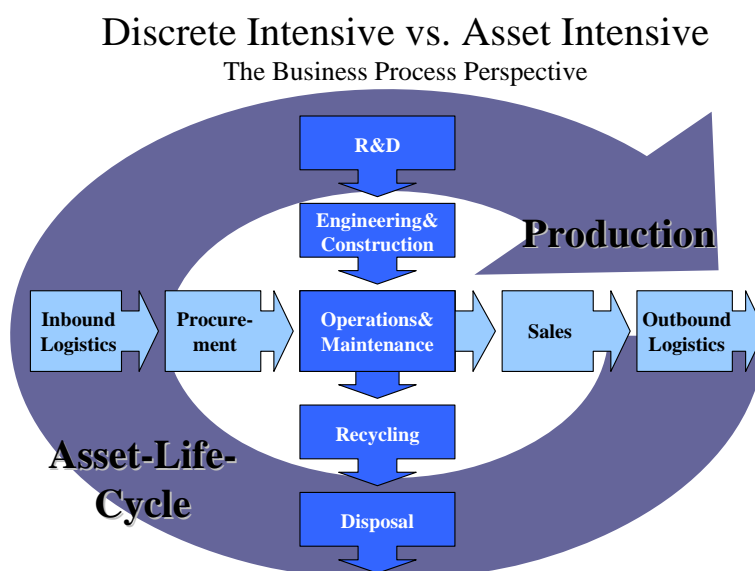


Bild 7: ERP II Domänen

6.2 Marktpotential und angestrebte Marktanteile

Das Marktpotential, das für BOB´S_WORLD erhoben wurde, beruht auf weltweiten Prognosewerten für den Unternehmenssoftwaremarkt von Gartner und wurde aufgrund folgender Annahmen und den zu erwartenden Marktanteilen ermittelt:

Zur generellen Darstellung des Marktpotentials werden für die für BOB´S_WORLD relevanten Bereiche Enterprise Resource Planning (ERP) und Supply Chain Management (SCM) die Marktpotentialdaten mit durchschnittlichen prognostizierten Wachstumsdaten dargestellt. Die Zahlen sind in Mrd. US\$ und zeigen das riesige Marktpotential der Branche.

Weltweit - Enterprise Resource Planning Software - Lizenz Umsätze US\$ bn							
	Europa	Japan	Asien/Pazifik	Lateinamerika	Nordamerika	Rest der Welt	Total ERP
2005	3.320952	0.582708	0.553813	0.560556	4.483478	0.130026	9.631533
Zuwachs p.a.	6%	14%	14%	10%	6%	4%	6%
Weltweit - Supply Chain Management Software - Lizenz Umsätze US\$ bn							
	Europa	Japan	Asien/Pazifik	Lateinamerika	Nordamerika	Rest der Welt	Total SCM
2005	2.037807	0.378823	0.568235	0.2286	3.135087	0.18288	6.531431
Zuwachs p.a.	39%	41%	43%	56%	20%	47%	29%
Weltweit - Gesamt Enterprise Applications Lizenz Umsätze US\$ bn							
	Europa	Japan	Asien/Pazifik	Lateinamerika	Nordamerika	Rest der Welt	Total
2005	5.358759	0.961531	1.122048	0.789156	7.618565	0.312906	16.162964
Zuwachs p.a.	23%	28%	29%	33%	13%	26%	18%

6.3 Strategie der Wachstumsmärkte

Um die Strategie zu begründen, in den zukünftigen Wachstumsmärkten präsent zu sein wird anhand einer Studie von Goldman Sachs das Wirtschaftspotential der BRICs (Brasilien, Rußland, Indien und China) dargestellt. In allen Märkten, ausgenommen Indien sind bereits Vertriebsaktivitäten im Laufen. Zur Zeit liegen aus den Wachstumsmärkten ca. 200 Interessentenkontakte für BOB´S_WORLD vor.

Das Bruttonettoprodukt (GDP) wächst laut dieser Studie ungleich schneller als das der traditionellen Industriemärkte (G7 Staaten).

BRICS Reales BSP Wachstum: 5-Jahres Durchschnitt

%	Brasilien	China	Indien	Rußland
2000-2005	2.7	8	5.3	5.9
2005-2010	4.2	7.2	6.1	4.8

In der nächsten Tabelle wird das Marktpotential auf Basis des GDP in Relation zu dem der Vereinigten Staaten gesetzt. Dadurch kann folgendes Marktpotential in Mrd. US\$ festgelegt werden. Diese Zahlen sind ähnlich der Prognosen von Gartner und zeigen das Potential dieser Märkte (BRICs).

Ca. Marktpotenzial für BOB´S_WORLD (ERP)

Mio. EUR	Brasilien	China	Indien	Rußland
2005	0.13	0.48	0.17	0.15
2006	0.16	0.60	0.20	0.18
2007	0.49	1.97	0.65	0.59
2008	0.68	2.86	0.92	0.85
2009	1.34	5.83	1.84	1.69
2010	2.26	10.13	3.14	2.86

Der ukrainische Markt wird mit einer Wachstumsrate von 8 bis 9% 2005 und der rumänische Markt mit einer Wachstumsrate von 6% für 2005 angenommen (lt. Studien der Weltbank). Die Wachstumsrate in beiden Ländern wird sich noch steigern denn beide Länder werden spätestens 2010 der Europäischen Gemeinschaft beitreten.

6.4 Schlußfolgerung

Aufgrund der Studien, Markterfahrung und Plandaten kann man das prognostizierte Marktpotential den geplanten Umsätzen aus den jeweiligen Plan GuVs gegenüberstellen und verproben. Es ist leicht ersichtlich, daß das in der Planung bereits reduzierte Marktpotential die geplanten Umsätze übersteigt und die Planungsszenarien sehr konservativ gewählt wurden. Zudem sei erwähnt, daß laut Gartner die Ausschöpfung des Marktpotentials nach 5 Jahren bei 4% (im Gegensatz zu 2%) liegen kann.

Die für die Ermittlung der Marktpotentiale gewählten Parameter sind in den Spalten Marktanteil und Industrien ersichtlich. Unter Industrien verstehen wir den Abdeckungsgrad in den vertikalen Industriesegmenten, dieser steigt entsprechend der funktionalen Erweiterung von BOB´S_WORLD.

Ca. Marktpotenzial für BOB´S_WORLD (ERP)

Mio. EUR	Brasilien	China	Indien	Rußland	Europa	Can/USA	Marktanteil	Industrien	Total Markt
2005	0.13	0.48	0.17	0.15	0.98	2.22	0.25%	35.00%	4.13
2006	0.16	0.60	0.20	0.18	1.92	2.73	0.25%	40.00%	5.80
2007	0.49	1.97	0.65	0.59	7.75	11.04	0.75%	40.00%	22.49
2008	0.68	2.86	0.92	0.85	11.11	15.85	1.00%	40.00%	32.28
2009	1.34	5.83	1.84	1.69	24.52	34.86	1.50%	50.00%	70.08
2010	2.26	10.13	3.14	2.86	43.15	61.35	2.00%	60.00%	122.89

Die Lizenzumsätze aus der Plan GuV sind nachfolgend zusammengefaßt. Für eine gesamte Betrachtung des Umsatzpotentials sind auch die Beratungsumsätze aus der Implementierungsberatung von BOB´S_WORLD zuzurechnen.

Geplante Lizenzumsätze BOB´S_WORLD

Mio. EUR	Brasilien	China	Rom/Ukr	Rußland	Europa	Can/USA	Total
2006	0.02	0.07	0.09	0.02	0.06	0.03	0.30
2007	0.16	0.37	0.45	0.25	0.66	0.48	2.37
2008	0.56	1.14	1.32	1.07	2.31	2.42	8.82
2009	1.36	2.72	3.59	2.72	5.62	6.35	22.37
2010	3.03	6.07	8.37	6.07	13.71	14.16	51.42

Somit ergibt sich eine ca. 42%-ige Ausschöpfung des Marktpotentials (122,89 Millionen EUR) durch die geplanten Servicegebühren (51,42 Millionen EUR) bei einem Marktanteil von 2% in 2010. Bei einem Marktanteil von 4% ergäbe sich eine Ausschöpfung des Marktpotentials von nur noch 21%. Eine Ausschöpfung des Marktpotentials von wenigstens 4% in den Märkten Brasilien, Rußland, Ukraine und Rumänien wird angestrebt wegen der geringen Konkurrenz und dem aufgestauten Bedarf.

Es sei an dieser Stelle nochmals erwähnt, daß die Marktpotentiale des CRM und PDM/EDM Markesegments nicht berücksichtigt wurden. Beide Märkte sind zusammen mindestens vergleichbar mit dem SCM Markt. Wie schon erwähnt, sieht Schartner ebenfalls ein erhebliches Potential im Bereich des Public Service. Auch diese Marktpotentiale blieben unberücksichtigt.

7 Vermarktung

7.1 Produktspektrum

Für die Vermarktung von BOB´S_WORLD sind neben den Servicegebühren noch folgende ergänzende Leistungen zu berücksichtigen, aus denen bei der Vermarktung Erlöse erzielt werden:

- **„BOB´S_WORLD“**
Produkte: Dokumentation, Schulungen
- **„BOB´S_TOOLS“**
Produkte: Schulungen, Customizing, Entwicklung
- **„Service & Support“**
Produkte: Installations- und Systemtechnik Dienstleistungen
- **„Consulting“**
Produkte: Beratungstage (Projektmanagement, Analyse, Integrations- und Implementierungsberatung, sowie Schulungen)

7.2 Kommunikation

Es wird ein starker Fokus auf zielgruppenorientierte, wirkungsvolle Marketingmaßnahmen mit laufender Erfolgskontrolle und professionellem Follow-Up (z.B. Hitrate auf der Web-Page) gelegt. Für die PR und den Außenauftritt wird mit professionellen Agenturen zusammen gearbeitet. Ein komplettes, neues Corporate Design wurde erstellt und eine regelmäßige PR-Arbeit etabliert.

7.3 Preis

BOB´S_WORLD wird als Shareware Softwareversion allen interessierten Kunden zur Verfügung gestellt. Entscheidet sich der Kunde für den Einsatz von BOB´S_WORLD, wird BOB´S_WORLD lizenziert und es fällt eine monatliche Servicegebühr pro Benutzer an. Die Höhe der Servicegebühr richtet sich nach der tatsächlichen Verwendung der Software. Dies ist im Vergleich zum Wettbewerb revolutionär. Ziel ist es, den Kunden einen "weichen" Einstieg zur Anwendung der Software zu ermöglichen. Der Kunde kann BOB´S_WORLD nach dem Modell „Software aus der Steckdose“ ohne Einstiegs- und Ausstiegshürden benutzen. Das PAYU-Preismodell wird pro Land an einen Index (ähnlich dem McDonalds Burgerindex) gebunden.

Formula:

Durchschn. Preis pro Jahr = Benutzer * Stunden pro Tag [h] *
Arbeitsstage pro Jahr [tage] *
Durchschn. Nutzung BOB´S_WORLD pro Tag [%] *
Preis pro Stunde [EUR] *
Abschreibung BOB´S_WORLD [%] *
Länderfaktor [%]

Beispiel:

Benutzer = 25
Stunden pro Tag = 8
Arbeitsstage pro Jahr = 250
Durchschn. Nutzung BOB´S_WORLD pro Tag = 70%
Preis = 1.0 EUR
Abschreibung = 25% (BOB´S_WORLD wird über 4 Jahre abgeschrieben)

Faktor für Ukraine = 0.5 (Deutschland = 1.0)

Durchschnittlicher Preis pro Jahr in der Ukraine ist somit 4.375 EUR ($25 * 8 * 250 * 0,70 * 1,0 * 0,25 * 0,5$).

Zur technischen Umsetzung dieser Konzepte wird ein Partnerprodukt eingebunden. Diese Software kann die tatsächlichen Transaktionszeiten pro Business Partner ermitteln und nachweisen. Das „Content Delivery System“ der Optimiser Software PTY Ltd. aus Australien basiert auf einem zum Patent angemeldeten Internet-Verteilungssystem. Durch eine integrierte Zugriffskontrolle und Zugriffsaufzeichnungen, ohne die üblicherweise nötigen Hardwarevoraussetzungen, werden innovative Einsatzmöglichkeiten für Softwarehersteller und Anbieter von „Digital Assets“ geboten. Dies wird in BOB’S_WORLD für die Einsatzbereiche „Preis- und Abrechnungsmodell“ und „Sicherheit und Zugriffsschutz“ verwendet.

Für den Betrieb von BOB’S_WORLD entstehen keine Zusatzkosten, da es unter freien open-source Produkten läuft (Linux als Betriebssystem und PostgreSQL als Datenbank) und nahezu jeden free-ware Browser (z.B. Opera) verwenden kann. BOB’S_WORLD kann ebenso unter Microsoft Windows mit der Oracle Datenbank und Internet Explorer betrieben werden.

Der Vergleich des „klassischen“ und „use-bezogenen“ Preismodells zeigt, daß bei einem „use-bezogenem“ Preismodell die Umsatzentwicklung zwar langsamer ansteigt, dafür aber schnell ein fixer Umsatz aus der bestehenden Kundenbasis erzielt wird. Schon nach den ersten Jahren ist ein regelmäßiger Umsatz, auch bei einem stagnierenden Markt, gesichert. Mit einer konsequenten Kundenbetreuung besteht somit keine reine Abhängigkeit des wirtschaftlichen Erfolges von der Gewinnung von Neukunden. Es wird geschätzt, daß etwa 90% der bestehenden Kundenbasis Kunden im jeweiligen Folgejahr sein werden (siehe GuV Parameter im Kapitel 8).

Es kann argumentiert werden, daß wenn Schartner den Kunden nicht in irgendeiner Weise „abhängiger“ mittels Lizenzverträge, hohen Lizenzgebühren beim Kauf der Software oder anderen Mitteln macht, wäre der Kunde zu frei in seiner Entscheidung sich jederzeit für ein anderes Softwareprodukt zu entscheiden.

Mit ERP-Systemen ist es folgendermaßen. Die tatsächlichen Kosten bestehen nicht nur aus Hardware, Software und externer Beratung, sondern sie beinhalten auch den internen Implementierungsaufwand und Schulungskosten, die heutzutage den weitaus größeren Teil ausmachen. Wir müssen ebenfalls in Erinnerung rufen, welchen Aufwand der Kunde hatte, damit seine Daten ordnungsgemäß in das ERP-System eingepflegt werden konnten, für das Anpassen des externen und internen Berichtswesens, und – nicht zu vergessen – das Customizing der Software auf die spezifischen Belange der Benutzer, sowie die Entwicklung von Anpassungen bzw. Erweiterung zur Optimierung der kundenspezifischen Prozesse.

Die Kosten für Hardware, Software und externe Beratung sind nur am Anfang wichtig bei der Entscheidung für ein Softwareprodukt. Und da haben wir unseren Vorteil! Langfristig wird der Kunde alle anderen Kosten, die mit der Implementierung des Softwareproduktes in Verbindung stehen, erkennen und die stellen die wirkliche Investition dar. Wenn ein Kunde einmal unser ERP-System implementiert hat, müssen wir vorbildlichen Service leisten und dem Kunden eine Wertsteigerung bringen. Dann wird es niemals eine Diskussion über die Ablösung von BOB’S_WORLD geben.

Obendrein müssen wir fortwährend unsere Preispolitik (price-led costing) überprüfen. Mehr und mehr bewegt sich die Diskussion vom Preis zum Wert hin. BOB'S_4C und Optimiser helfen uns die Probleme mit den Augen des Kunden zu sehen. Wir müssen eine ganzheitliche BOB'S_WORLD Lösung schaffen, erfolgreiche Strategien entwickeln für die nächsten Schritte und wie es Peter Drucker sagt: „*Work back to costs from what customers are prepared to pay.*“

Das wirkliche Ziel ist es, den Kunden sehen zu lassen, daß er im Grunde nur einen kleinen Teil des wirtschaftlichen Wertes investiert, der durch die Implementierung von BOB'S_WORLD entsteht. Und das ist eine Kunst. Um mehr Erfahrung genau auf diesem Gebiet zu sammeln wird Schartner einer Kooperation mit der Firma IMS (www.imshealth.com) nachsuchen.

7.4 Distribution

Für die Distribution der Software Lizenzen werden marktübliche Mittel genutzt (CD-ROM als Datenträger oder Downloads etc.). Durch die technologische Ausrichtung der Software auf das Internet, wird dieses Medium auch als wesentlicher Distributions- und Informationskanal für Demo- und Presales-Aktivitäten (Partner- und Eigenvertrieb), Service & Support – Leistungen, Schulungen und die anfängliche Implementierung genutzt.

7.5 Vertriebsstrategie und -konzept

BOB'S_WORLD wird in der ersten Phase in den Vertriebsregionen unterschiedlich positioniert, einerseits in Westeuropa, speziell in Deutschland, Österreich und der Schweiz (D-A-CH), in den Wachstumsmärkten (BRICS [Brasilien, Rußland, Indien und China], Ukraine, Rumänien) und Kanada.

- Positionierung in der D-A-CH Region und Kanada
BOB'S_WORLD ist als Zusatzmodul zu den traditionellen ERP Systemen mit Systemintegrations-Funktionalität positioniert. Damit ist es allen Lösungen überlegen, die auf eine komplette Ablösung eines Altsystems abzielen.
- Positionierung in den BRIC's, Ukraine, and Rumänien
In den BRICS wird BOB'S_WORLD als kostengünstiges Gesamtsystem angeboten. Unternehmen können damit den Einstieg in die Welt moderner Business Software machen. Dazu kann über Standorte in den jeweiligen Märkten kostengünstig Dienstleistungen angeboten werden. Speziell für Lohnfertiger in Billiglohnländer sind die wesentlichen Prozesse Verkauf, Produktion, Beschaffung, Lagerbewirtschaftung und Supply Chain Management umfassend verfügbar.

7.6 Strategische Partnerschaften

Schartner hat enge strategische Partnerschaften mit folgenden Unternehmen::

- Seeburger AG (www.seeburger.de), Deutschland, der einer der Weltmarkt Führer für Enterprise Application Integration (EAI) und Electronic Data Interchange (EDI) ist
- Wassermann AG (www.wassermann.de), Deutschland, der einer der führenden Firmen für Supply Chain Management (WAY) im deutschsprachigen Raum, ist.

- Optimiser PTY LTD (www.optimiser.com), Australien, ist eine der führenden Softwarefirmen für use-bezogenes Pricing, Sicherheit und Zugriffskontrolle
- BusinessGuards (www.businessguards.com), Schweiz, die mit ihrer Controlling und Benchmarking Software einer der besten Softwareprodukte in diesem Segment besitzt (4C)
- Stadtwerk Leipzig (www.swl.de), das Marktführer in Deutschland für die Modernisierung von Energieversorgungsanlagen im Osten Europas ist
- Cogisum AG (www.cogisum.de), mit ihrem Produkt Search CI, ist einer der Marktführer in Deutschland für dedizierte Suchmaschinen.
- perdata Gesellschaft für Informationsverarbeitung mbH (www.perdata.de) ist SAP Partner und vertreibt und implementiert SAP Lösungen im Bereich Public Service.

7.7 Partner Vertrieb

7.7.1 Partner (Berater, Beratungs- und Softwarefirmen)

Partner müssen Kompetenz im Bereich ERP Beratung besitzen. Grundsätzlich kann jeder Partner BOB'S_WORLD für den Einsatz bei Kunden verwenden. Durch die einheitliche Servicegebühr innerhalb eines Vertriebsgebietes ist ein gegenseitiges Down-Pricing der Software ausgeschaltet. Partnern, die keine Möglichkeit haben Produkte wie SAP, SSA, Oracle, etc. bei Kunden einzuführen, wird hiermit ermöglicht einen freien Zugang zu einer modernen, web-basierten und funktionsreichen ERP Software zu haben, um ihre Dienstleistungen am Markt anbieten zu können.

7.7.2 Kunden

Kunden können selbständig die Einführung von BOB'S_WORLD durchführen. Da es keine Verträge zu unterzeichnen gibt, kann der Kunde frei entscheiden wo, wann und wie lange er BOB'S_WORLD in seinem Haus nutzen möchte. Es wird hier bewußt auf die Zwischenstufe Softwarelieferant und Beratungsfirma verzichtet, um dem Kunden eine noch kostengünstigere Implementierung von BOB'S_WORLD zu ermöglichen.

7.7.3 Support für Partner und Kunden

Partnern und Kunden wird eine Presales-, Schulungs- und Implementierungsumgebung gemäß ASP-Modell über das Internet zur Verfügung gestellt. Somit ist gewährleistet, daß Partner und Kunden ständig über die neueste Versionen verfügen können. So entstehen vor allem für Partner keine zusätzlichen Kosten für die Bereitstellung von Presales-, Schulungs- und Vorab-Implementierungs-Umgebungen (Software, Beispiel- und Schulungsfirmen) für den Vertrieb und die Beratung.

Den Partnern werden für den Verkauf und die Implementierung von BOB'S_WORLD in einer Business School entsprechende Seminare angeboten. Hierfür werden Partner- bzw. Channel-Manager bereitgestellt, die einen engen und unmittelbaren Kontakt zum Partner unterhalten. Dieser Kontakt soll eine reibungslose Kommunikation und beschränktes Eskalationsmanagement gewährleisten. Dem Partner steht für Verkaufsveranstaltungen und Implementierung ein Channel-ASP mit der jeweiligen Sprachunterstützung zur Verfügung.

7.8 Direktvertrieb

Vertriebsleiter und -beauftragte müssen über entsprechende Erfahrung in der Handhabung von ERP-, CRM- oder SCM-Systemen verfügen. Eine mehrjährige Berufserfahrung im Bereich Business-Consulting und ausgeprägte Prozeßkenntnisse runden das fachliche Profil ab. Kenntnisse in diesen System-Bereichen verringern den zeitlichen Aufwand, der benötigt wird, um sich in die gesamte ERP (II)-Problematik einzuarbeiten.

8 Plan Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) über 5 Jahre

8.1 Einleitung

Für die folgenden Länder wurden Plan GuVs erstellt:

- GER-A-CH
- Brasilien
- Rußland
- China
- Ukraine
- Rumänien
- Kanada/USA

8.2 Plan Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)

in Mio. EUR

GuV	2006	2007	2008	2009	2010
Umsatz	1.6	6.5	16.3	33.8	67.4
Materialaufwand und Fremdarbeit	0.6	1.1	2.0	3.9	7.3
Rohergebnis	1.1	5.4	14.2	29.9	59.6
Personalaufwand	2.2	4.9	7.6	10.1	12.6
Abschreibungen	0.3	0.4	0.4	0.5	0.7
Betriebs- und Verwaltungskosten	0.9	1.4	2.0	3.1	4.3
Operatives Betriebsergebnis (EBIT)	-2.3	-1.3	4.2	16.2	42.0
Operatives Betriebsergebnis	-2.2	-1.3	4.2	16.2	42.0
Einkommen vor Steuern	-2.2	-1.3	4.2	16.2	42.0

Infolge der Tatsache, daß sich der Umsatz an Servicegebühren erst allmählich steigert wird der Break-Even Point erst Ende 2007 erreicht. Ab 2008 entwickelt sich der Umsatz und Gewinn exponentiell. Das Verhältnis von Gesamtkosten zum Gesamtumsatz ist ca. 63%. Das Verhältnis von Gewinn (vor Steuern) zum Gesamtumsatz ist 37%.

Personalplanung:

in Personen

Personalentwicklung kumuliert	2006	2007	2008	2009	2010
Personalentwicklung DACH/Europa	39.250	60.500	83.500	105.500	107.000
Personalentwicklung Brasilien	9.000	18.000	24.000	29.000	35.000
Personalentwicklung Rumänien	10.500	18.000	23.000	28.000	32.000
Personalentwicklung Ukraine	12.500	24.000	28.000	32.000	36.000
Personalentwicklung China	12.500	26.000	32.000	38.000	45.000
Personalentwicklung Russland	4.500	17.000	27.000	34.000	41.000
Personalentwicklung Kanada/USA	6.000	20.000	27.000	32.000	38.000
PERSONALENTWICKLUNG SUMME	94.250	183.500	244.500	298.500	334.000

Der Personalstamm wächst von heute ca. 40 Mitarbeitern von 2006 bis 2010 auf ca. 334 Mitarbeitern an.

Umsatz:

- Der Anteil der Servicegebühren wird durch Partner auf 90% bis 2010 ansteigen.
- Die Anzahl der User pro Kunde steigert sich von 20 in 2005 auf 50 in 2010.
- Die Servicegebühr beträgt geschätzte 30 EUR pro User pro Monat bis 2010 im strukturierten Markt (D-A-CH, CAN/USA) und etwa die Hälfte im unstrukturierten Markt (BRA, CHN, ROM, RUS, UKR)
- Der Beratungsumsatz basiert auf der Anzahl von Beratern. Es wird vorgegeben, daß jeder Berater zwischen 150 und 200 Manntage pro Jahr für Beratung, Schulung, Spezifikationen, etc. mit einem ungefähren Satz von 1.000 EUR im strukturierten Markt und ca. 500 EUR im unstrukturierten pro Tag fakturiert.
- Der Umsatz für Customizing und Entwicklung durch das Entwicklungsteam von BOB'S_WORLD ist nicht berücksichtigt.

Margen:

- Die Verhältnisse von Einkommen vor Steuern/Umsatz ist bis 2010 von mehr als 60% geplant.
- In Folge der schlanken Strukturen der Schartner Firmengruppe ist es das Ziel die Gesamtkosten in Relation zum Gesamtumsatz auf 40% bis 2010 zu begrenzen.

Kunden

in Kunden

Kunden kumuliert	2006	2007	2008	2009	2010
Kunden DACH/Europa	15	40	100	200	400
Kunden Brasilien	5	20	50	100	200
Kunden Rumänien	10	20	40	100	200
Kunden Ukraine	10	40	100	200	350
Kunden China	15	40	100	200	400
Kunden Russland	5	30	100	200	400
Kunden Kanada/USA	4	30	100	200	400
KUNDEN SUMME	64	220	590	1,200	2,350

Die Anzahl der Kunden soll von heute ca. 10 in 2005 auf 2350 im Jahre 2010 anwachsen. Dies entspricht einer ungefähren Anzahl von mehr als 100.000 Usern .

9 Kapitalbedarf, Umsatz und Gewinn

9.1 Einleitung

In diesem Kapitel wird die Geschäftsentwicklung in Bezug auf Kapitalbedarf, Umsatz und Gewinn über die folgenden 5 Jahre dargestellt.

9.2 Kapitalbedarf

in Mio. EUR

Kapitalbedarf kumuliert	2006	2007	2008	2009	2010
Kapitalentwicklung DACH/Europa	-1.417	-2.402	-2.055	1.109	11.812
Kapitalentwicklung Brasilien	-0.138	-0.238	-0.032	0.863	3.179
Kapitalentwicklung Rumänien	-0.098	-0.038	0.426	1.774	4.717
Kapitalentwicklung Ukraine	0.017	0.102	0.793	2.685	7.139
Kapitalentwicklung China	-0.110	0.292	1.497	4.312	10.311
Kapitalentwicklung Russland	-0.110	-0.046	0.811	3.318	8.998
Kapitalentwicklung Kanada/USA	-0.583	-1.386	-0.931	2.787	12.970
KAPITALENTWICKLUNG SUMME	-2.439	-3.717	0.510	16.847	59.126

Es ergibt sich ein Kapitalbedarf von ungefähr 3,8 Mill. EUR. Das Kapital wird primär für die go-to-market Phase und die Weiterentwicklung von BOB'S_WORLD eingesetzt. Es ist geplant, daß das „fertige“ BOB'S_WORLD Ende 2006 verfügbar sein wird.

9.3 Umsatz

in Mio. EUR

Umsatzentwicklung	2006	2007	2008	2009	2010
Umsatz DACH/Europa	0.629	1.970	4.808	9.370	18.709
Umsatz Brasilien	0.073	0.305	0.917	1.955	3.899
Umsatz Rumänien	0.150	0.496	1.028	2.183	4.205
Umsatz Ukraine	0.256	0.603	1.430	3.099	6.475
Umsatz China	0.242	1.194	2.374	4.612	8.702
Umsatz Russland	0.070	0.519	1.718	3.954	8.050
Umsatz Kanada/USA	0.213	1.383	3.999	8.625	17.312
UMSATZ GESAMT	1.631	6.470	16.274	33.797	67.352

Beim Umsatz muß berücksichtigt werden, daß nur Umsätze der adressierten Märkte eingerechnet wurden. Der Umsatz für Customizing und kundenspezifischen Entwicklungen ist ebenfalls nicht berücksichtigt.

9.4 Gewinn

in Mio. EUR

Ergebnisentwicklung/Jahresüberschuss	2006	2007	2008	2009	2010
Jahresüberschuss DACH/Europa	-1.405	-1.062	0.319	3.139	10.674
Jahresüberschuss Brasilien	-0.115	-0.092	0.206	0.831	2.252
Jahresüberschuss Rumänien	-0.074	0.072	0.464	1.347	2.944
Jahresüberschuss Ukraine	0.045	0.101	0.696	1.891	4.386
Jahresüberschuss China	-0.063	0.425	1.205	2.815	5.964
Jahresüberschuss Russland	-0.077	0.083	0.863	2.506	5.617
Jahresüberschuss Kanada/USA	-0.537	-0.779	0.455	3.718	10.182
JAHRESÜBERSCHUSS GESAMT	-2.226	-1.252	4.208	16.249	42.019

Wie bereits erwähnt wurde, wird der „Turning-Point“ Ende 2007 erreicht. Das Preismodell PAYU und die schlanken Strukturen von Schartner führen 2008 zu einer schnellen Steigerung des Gewinns. Im Jahr 2010 sollen 50% des Umsatzes Gewinn vor Steuern ausmachen.

10 Return on Investment (ROI)

10.1 Einleitung

Auf der Basis des akkumulierten Kapitalbedarfs über die adressierten Märkte, ergibt sich ein Kapitalbedarf für Schartner von 4,0 Mill. EUR. Im Jahr 2010 wird ein Kapitalüberschuß von ungefähr 53,0 Mill. EUR realisiert werden.

in Mio. EUR

Kapitalbedarf kumuliert	2006	2007	2008	2009	2010
Kapitalentwicklung DACH/Europa	-1.417	-2.402	-2.055	1.109	11.812
Kapitalentwicklung Brasilien	-0.138	-0.238	-0.032	0.863	3.179
Kapitalentwicklung Rumänien	-0.098	-0.038	0.426	1.774	4.717
Kapitalentwicklung Ukraine	0.017	0.102	0.793	2.685	7.139
Kapitalentwicklung China	-0.110	0.292	1.497	4.312	10.311
Kapitalentwicklung Russland	-0.110	-0.046	0.811	3.318	8.998
Kapitalentwicklung Kanada/USA	-0.583	-1.386	-0.931	2.787	12.970
KAPITALENTWICKLUNG SUMME	-2.439	-3.717	0.510	16.847	59.126

Für die Berechnung des ROI wird folgende Formel benutzt:

- $ROI = (\text{Kapitalüberschuß} - \text{eingesetztes Kapital}) \times 100 / \text{eingesetztes Kapital}$
- $ROI \text{ pro Jahr in Bezug auf Laufzeit (5 Jahre)} = ROI / 5$

10.2 Szenarien

In diesem Abschnitt werden drei Szenarien diskutiert:

Case Szenarien	Worst (10%)	Medium (25%)	Best (100%)
Eingesetztes Projektkapital	4.00	4.00	4.00
Eingesetztes Projektkapital vor IPO	2.50	2.50	2.50
erwirtschafteter Kapitalüberschuss 2010	5.91	14.78	59.13
Exit 2010 basierend auf Gesamtumsatz	6.74	16.84	67.35
Kapitalüberschuss Gesamt (2010)	12.65	31.62	126.48
ROI in %	133.04	424.91	1884.28
ROI pro Jahr in % (über 5 Jahre)	26.61	84.98	376.86

Szenario 1 repräsentiert die sogenannte „worst-case“ Betrachtung. Der Kapitalüberschuß im Jahr 2010 sowie die Umsätze bei einem Exit im Jahr 2010 werden nur mit 10% angenommen. Szenario 2 repräsentiert die sogenannte „normal-case“ Betrachtung. Der Kapitalüberschuß im Jahr 2010 sowie die Umsätze bei einem Exit im Jahr 2010 werden nur mit 25% angenommen. Szenario 3 repräsentiert die sogenannte „best-case“ Betrachtung. Der Kapitalüberschuß im Jahr 2010 sowie die Umsätze bei einem Exit im Jahr 2010 werden nur mit 100% angenommen. Für eine vereinfachte Evaluierung der Firma beim Exit wird der Umsatz des letzten Jahres herangezogen.

11Schlußbemerkung

Ein neues Produkt oder Leistung kann entweder innerhalb eines etablierten Managementsystem herausgebracht werden oder über ein völlig neues Vorhaben. Folgen wir den Ausführungen von Peter Drucker über ein neues und erfolgreiches „Venture“, wie es die Schartner AG mit seinem Produkt BOB’S_WORLD ist, dann müssen fünf fundamentale Anforderungen erfüllt werden:

- Fokussierung auf den Markt
- Planung und Neuplanung von Cash-flow und Kapitalbedarf
- Aufbau robusterer und stärkerer Managementsysteme als momentan benötigt
- Klare Entscheidung über seine persönliche Rolle
- In einem etablierten Geschäftsfeld muß das neue Venture isoliert werden

Diese fundamentalen Anforderungen sind unser Fokus. Trotzdem, das ist noch nicht genug. Wenn man erfolgreich sein will, dann muß man

- die Dinge anders machen,
- die Regeln ändern,
- Möglichkeiten selektieren,
- die Risiken minimieren,
- das Unerwartete ausnutzen und
- die Chancen beim Schopf packen.

Und genau das ist es worum es im Businessplan von Schartner geht. „Big Statement“, könnte man da sagen. Ich möchte an dieser Stelle nochmals Peter Drucker aus seinem Buch „*Management: Tasks, Responsibilities, Practices*“ zitieren: „The scarest resources are performing people.“ Und das ist der Grund, warum Schartner nur etwa 40 Mitarbeiter hat und nicht 1000.