

Hörings EDV-Welt

Der Wettbewerb wird härter

Seit der Ankündigung der Übernahme der Techem IT-Services durch die Aareon wird die verbale Auseinandersetzung der Wettbewerber untereinander härter. Das muss nicht zum Schaden der Kunden in der Wohnungswirtschaft sein. Denn je klarer man sich artikuliert, desto besser treten die Unterschiede hervor. Das gilt beispielsweise auch für die Interviews mit den Vorständen Erich Silz (ESS AG) und mit Dr. Manfred Aflen (Aareon AG) in der September-Ausgabe der DW.

Schädlich, weil unnützlich und verwirrend, aber immer häufiger hört man Aussagen von Anbietern, die Mitbewerber verunglimpfen, anstelle informativ über die eigenen Strategien und Angebote zu sprechen. Typische Beispiele sind Prophezeiungen darüber, dass der Blue

Eagle nie fertig werden und wadis nun nicht mehr lange überleben wird. Solche fragwürdigen „Informationen“ wurden mir von einem Geschäftsführer eines Wohnungsunternehmens mitgeteilt, der an einer herstellernahen Sitzung eines wohnungswirtschaftlichen Verbandes teilgenommen hatte. Dabei hätten alle Hersteller gute Gründe, uns besser über die eigene Strategie und Leistung zu informieren, als sie das gegenwärtig tun. Wir erfahren häufig, dass man die Kundenorientierung stärken will – ist das nicht eine Selbstverständlichkeit? –, dass die Zukunft des Unternehmens gesichert ist, – wer kann das überhaupt noch garantieren? – und dass man die Anforderungen der Wohnungsunternehmen noch besser berücksichtigen will – man fragt sich: was denn sonst? Eigentlich sind das alles Selbstverständlichkeiten oder unbewiesene Behauptungen, die von den meisten Softwareherstellern ganz ähnlich verbreitet werden. Was man aber erwarten würde, sind konkrete und überprüfbare Aussagen darüber, wie ein Vorteil für den Kunden erzielt werden kann, der sich für eine Software entscheidet. Warum und auf welche Weise wird die Produktivität mit einer bestimmten Software erhöht? Welche Vorteile hat eine angebotene branchenneutrale oder eine branchenspezifische Finanzbuchhaltung? Worin unterscheidet sich das Controlling-System von anderen, wenn doch viele Anbieter dieselben Werkzeuge von Cognos, DomData, SAP u. a. einsetzen? Welches sind die weiteren Entwicklungsschritte und wo wird die Software in drei bis fünf Jahren stehen?

Welche Vorteile ergeben sich für Entwickler und Anwender, wenn eine bestimmte Entwicklungsumgebung gewählt wurde? Welche in der Zukunft wichtigen, neuen Geschäftsprozesse werden von der Software unterstützt? Welche Software-Einführungsprojekte waren besonders erfolgreich? Warum und zu welchen Kosten? Die Liste der Fragen ließe sich noch ziemlich lange fortsetzen.

Und wie werden Unternehmensleiter informiert, die sich nicht für die Details einer Software interessieren, wohl aber für den möglichen Geschäftspartner und seine Strategie? Nur wenige Softwarehäuser werben transparent mit ihren eigenen Potenzialen: Wer zeigt schon offen die Qualität und Qualifikationen der eigenen Mitarbeiter? Sie sind eine wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Zusammenarbeit bei der Einführung und beim Betrieb einer Software. Wenn man nach betrieblichen Kennzahlen fragt, erhält man häufig keine Antwort, nicht einmal eine plausible Erklärung für die betrieblichen Faktoren, auf die der zukünftige Erfolg aufgebaut werden soll. Dafür höre ich immer wieder, welcher Wettbewerber rote Zahlen schreibt. Selbstverständlich wird kein Unternehmen über strategische Zusammenschlüsse, Beteiligungen, Allianzen oder Partnerschaften berichten, bevor die Sache unter Dach und Fach ist. Aber ein klares Wort über den eigenen Standpunkt hilft oft weiter. Auch ich vermute oder propagiere nicht, wie mir Herr Silz im bereits genannten Interview in der September-Ausgabe der DW fälschlich unterstellt, „der Rest (der Anbieter) müsste sich zusammenschließen“. Aber ich weiß, dass einzelne Anbieter über strategische Schritte nachdenken, manche sogar schon sehr lange und ohne sichtbare Resultate. Je offener ein Anbieter seine Position darlegt, desto besser kann man dazu eine Stellung beziehen. Spekulationen heizen nur die Gerüchte und die Schläge unterhalb der Gürtellinie an. Zwar bewegen Ankündigungen über freundliche oder feindliche Übernahmen die Gemüter, aber sie lassen die Geschäftspartner nicht ganz unvorbereitet dastehen.

Dr. Klaus Höring

E-Mail: hoering@hmc-cp.de, www.hmc-cp.de

GRUNDSTÜCKE FÜR MIET- UND EIGENTUMSWOHNUNGEN – INVESTIEREN IM AUENVIERTEL IN MÜNSTER



AuenViertel MÜNSTER - GIEVENBECK

Das AuenViertel in Münster ist mit einer Gesamtfläche von 92 Hektar eine der größten und erfolgreichsten Stadtteil-Entwicklungsmaßnahmen in Deutschland. Sämtliche Infrastruktureinrichtungen wie Kindergärten, Schulen und Einkaufsmöglichkeiten sind neu entstanden und fußläufig erreichbar.

Wir haben noch Grundstücke für Sie zur Nutzung in drei- und viergeschossiger Bauweise. Die einzelnen Flächen haben eine Größe von 1.800 m² bis 7.300 m².

Nutzen Sie die günstigen Marktbedingungen einer wachsenden Stadt mit glänzenden Zukunftsaussichten und werden Sie Teil einer gelungenen Projektentwicklung!

WEITERE INFORMATIONEN: WWW.AUENVIERTEL.DE

Ihr Ansprechpartner: Ralf Scherpner

LEG Standort- und Projektentwicklung Essen GmbH

Tel. 02 51 / 53 59 0-12 ♦ Mobil 0162 / 25 42 448

ralf.scherpner@leg-nrw.de