

# Gespräch

## über die Oracle Anwendungen

Das Gespräch führten Dr. Volker Thormählen, *DOAG-Vorstand*  
und Kai Göttman, *Oracle Marketing, München*

*Anlässlich des SIG-Tags unmittelbar vor der DOAG-Konferenz 2000 in Fellbach wurde die Meinung der Anwender über wesentliche Merkmale rund um die Oracle Applications mittels Fragebogen erfasst. Aufbauend auf der statistischen Auswertung der Fragebögen wurden folgende Fragen von Herrn Dr. Thormählen (im Folgenden VT genannt) an Herrn Göttmann (im Folgenden KG genannt) gestellt.*

**VT:** *Anlässlich der 13. DOAG-Konferenz in Fellbach wurde eine Befragung der anwesenden Anwender der Oracle Applications durchgeführt. Wann hat Oracle selbst in Deutschland zuletzt eine Kundenzufriedenheitsanalyse für dieses Produkt mit welchem Ergebnis und mit welchen Erkenntnissen durchgeführt?*

**KG:** Im Rahmen des Referenzprogramms (Oracle im Einsatz) werden regelmäßig Kunden über ihre Erfahrungen bei der Implementierung und dem laufenden Betrieb von Oracle Applications befragt. Eine Vielzahl von Anregungen sind in das interne enhancement system eingegeben worden.

Eine systematische (statistisch abgesicherte) Analyse der Kundenzufriedenheit aller Applications-Kunden hat bisher nicht stattgefunden. Eine generelle Kundenzufriedenheitsbefragung findet im jährlichen Turnus statt. Die Ergebnisse sind durchweg positiv. Die seit vier Jahren durchgeführte Umfrage zeigt eine kontinuierliche Erhöhung der Kundenzufriedenheit gegenüber den Vorjahren.

**VT:** *Fast alle befragten Anwender wollen im Frühjahr 2001 an einem 1-tägigen Workshop über die Behandlung der Umsatzsteuer nach geltendem Recht in Release 11.0.3 teilnehmen. Beabsichtigt Oracle in der Zukunft verstärkt kreative Beratung, prozessorientierte Schulung und gezielte Unterstützung für diese und andere wichtige Querschnittsfunktionen der Oracle Anwendungen anzubieten?*

**KG:** Das Schulungsangebot ist in den letzten Jahren massiv ausgebaut worden. Priorität hat dabei die Etablierung neuer Kurse für die (zahlreichen) neuen Module. Kurse für Querschnittsfunktionen werden derzeit nicht geplant.

Im Rahmen der Kundenbetreuung lassen sich jederzeit unter aktiver Beteiligung, auch der Kunden/Partner, eintägige Workshops zu ausgewählten Themen organisieren. So wurde Anfang Dezember ein eintägiger Workshop für die Manufacturing Kunden durchgeführt.

Anmerkung: Es war in der Vergangenheit eine wichtige Aufgabe der Applications User Group, Workshops zu organisieren, die das Oracle Angebot ergänzen. Unter den Vorsitzenden Herrn Rollig und Herrn Dr. Thormählen ist davon auch intensiv Gebrauch gemacht worden. In der letzten Zeit hat man diese Aktivitäten vernachlässigt. Die Unterstützung des erwähnten Manufacturing Workshops ist von Seiten der DOAG sogar explizit abgelehnt worden.

**VT:** *Die Einführungsberatung und die Unterstützung seitens Oracle für Querschnittsfunktionen wird von den befragten Kunden überwiegend als "schlecht" beurteilt. Welche Maßnahmen wird Oracle einleiten, um eine stärker prozessorientierte Beratung und Schulung zu erreichen?*

**KG:** Die gesamte Ausbildungsstruktur von Oracle ist stark an den Einzelmodulen ausgerichtet. Dass die Einführungsberatung seitens Oracle überwiegend als "schlecht" beurteilt wird, können wir nicht bestätigen (s. a. Frage 1). Schwierigkeiten bei komplexen Projekten haben immer viele Ursachen. Die getroffene pauschale Aussage kann so nicht stehen bleiben. (s. a. Frage 2)

**VT:** *Die Schulungskurse und die dazugehörigen Schulungsunterlagen, werden bezüglich Breite und Tiefe der behandelten Themen sowie des Preises je Teilnehmer überwiegend als "gerade noch ausreichend" bewertet. Wie lässt sich die offensichtlich bestehende Lücke zwischen Erwartungen und Erfahrungen der Kunden erklären?*

**KG:** Es wird generell der hohe Grad an Flexibilität von Oracle Applications gelobt. Man kann sehr unterschiedliche Buchhaltungen implementieren. Daher ist das Konzept der Ausbildung grundsätzlich darauf ausgelegt, dass entweder durch Oracle Consulting Services, durch Oracle Partner, aber auch durch zentrale Funktionen beim Kunden selbst zusätzliche Unterstützung angeboten werden.

Allen wohlmeinenden Beteiligten ist doch klar, dass ein komplexes Modul wie General Ledger bzw. Rechnungswesen in einem fünftägigen Kurs nur in Basisfunktionalität einführen kann.

**VT:** *Etwa die Hälfte der befragten Kunden kennen das Angebot des "Computer Based Training" für die Oracle Anwendungen nicht. Andererseits beurteilen die Kenner des Angebots dieses überwiegend als "empfehlenswert". Warum wird die externe Kommunikation des Angebots nicht verstärkt, um damit den Zufriedenheitsgrad der Kunden im Bereich der Schulung zu verbessern?*

*Aus der Sicht vieler Kunden wird die Komplexität der Oracle Anwendungen durch das innovative Workflow-Konzept in Release 11 erheblich erhöht. Was wird Oracle unternehmen, um die Kluft zwischen den herausragenden Eigenschaften des Moduls auf der einen Seite und deren Wahrnehmung durch die Kunden auf der anderen Seite zu beseitigen?*

*Einige wichtige funktionale Neuerungen in Release 11 sind den Anwendern gar nicht bekannt. Andererseits wünschen sich alle Befragten funktionale Verbesserungen und Erweiterungen. Wie lässt sich dieser Widerspruch erklären? Informieren sich die Kunden nicht ausreichend oder werden die Kunden durch Oracle, Beratungsunternehmen und/oder die Apps-SIG der DOAG e. V. nicht ausreichend informiert?*

**KG:** Die zentrale Informationsdrehscheibe für Kunden und Interessenten und Mitarbeiter ist das world wide web. Oracle hat das Informationsangebot in den letzten zwei Jahren massiv ausgebaut.

www.oracle.com www.oracle.com/de wwwv.oracle.com/appsnet. In den Zeiten des Internet wird die Informationsbeschaffung, z. B. über neue Schulungsangebote, dermaßen einfach, dass wir alle Kunden herzlich einladen möchten, dieses Angebot zu nutzen. Bitte beachten Sie auch die generelle Anmerkung.

**VT:** *Das PreisLeistungsverhältnis der Oracle-Anwendungen wird von den Befragten mehrheitlich als "nicht angemessen" wahrgenommen. Was wird Oracle unternehmen, um den Grad der Kundenzufriedenheit in diesem Punkt zu erhöhen?*

**KG:** Preise bilden sich am Markt. Angesichts des starken Wachstums der Zahlen unserer Applikationskunden weltweit, aber auch in Deutschland, ist dieser Kritikpunkt einfach nicht nachzuvollziehen. Die Implementierungszahlen reflektieren die positive Resonanz. Per November 2000 implementieren über 1000 Kunden bereits Rel. 11 i

**VT:** *Bei der Bewertung von 10 kennzeichnenden Merkmalen der Oracle Anwendungen wurde das Flexfeld-Konzept von den befragten Anwendern am besten beurteilt, die ausgelieferten Standardberichte am schlechtesten. Wann wird Oracle voraussichtlich brauchbare, praxisgerechte Standardberichte liefern?*

**KG:** Auch hier gilt nochmals: je flexibler das System ist, desto weniger Standardreports können bereitgestellt werden. Im Bereich von Financials sind zahlreiche Reports vorhanden (es könnten trotzdem noch mehr sein, zugegeben, an der Vervollständigung arbeitet derzeit das Development). Bei anderen Modulen, die wesentlich flexiblere Implementierungen zulassen (Sales und Marketing Module z. B.) gibt es praktisch gar keine Standardreports mehr. Das ist einfach die Basis Strategie des U.S. Developments. Es bleibt zu vermuten, dass in der Akquisitionsphase nicht gründlich genug darauf hingewiesen wird.

**VT:** *Die Mehrheit der befragten Anwender betrachtet die Oracle Anwendungen als typische Geschäftssoftware für Konzerne. Passt dazu die Positionierung des Produkts im deutschen Markt durch Oracle-Marketing?*

**KG:** Der Hinweis auf Konzerne kann nicht bedeuten, dass Oracle Applications nicht für kleine Unternehmen geeignet ist! Einige der zufriedensten Kunden sind SEHR kleine Anwender (Dt. Plasser/Robel Bahnbaumaschinen oder Wellpappe Ansbach). Im Rahmen des Fast Forward Marketing Programms werden explizit kleine Unternehmen angesprochen.

Abschließend noch eine generelle Anmerkung: Neben dem www sind die EMEA User Group Veranstaltungen, die an wechselnden Orten in Europa angeboten werden, DIE zentrale Informationsbörse von Oracle.. Darauf wurde verschiedentlich, auch über persönliche Anschreiben, hingewiesen.

Funktionale Erweiterungen in Release 11 waren ein Schlüsselthema in Paris/Marne La Valle (März 2000). Die nächste Veranstaltung, AppsWorld, wird mit 150 Fachvorträgen am 11.-14. 02. 2001 wieder in Paris stattfinden.

Die Präsenz deutscher Kunden ist auf diesen Veranstaltungen ausgesprochen gering. Dafür wird es viele Gründe geben, aber diese Börse NICHT zu nutzen und dann darüber zu klagen, dass Oracle nicht genügend informiert, ist ein Widerspruch per se.

In dem Zusammenhang noch ein wichtiger Hinweis: die Oracle Open World wird in diesem Jahr erstmals in Deutschland (Berlin) stattfinden. Damit wird das Informationsangebot in Richtung Kunde nochmals verbessert. Es sollte aber dann auch wirklich angenommen werden.