

# Disruption im Cloud-Markt

**CLOUD PROVIDER** Die Cloud pflügt die IT-Branche um. Davon können Nachfrager und Anbieter profitieren – aber nur, wenn sie umdenken und agieren. Branchenfokussierung ist ein MUSS. Den Nachfragern fehlen Beratung und branchenspezifische Anwendungsszenarien, den Anbietern mangelt es an Beratungsfähigkeiten und Branchenspezialisierung.

TEXT FRED KESSLER, STELLA GATZIU GRIVAS UND CLAUDIO GIOVANOLI

Cloudbasierte Software und Services krepeln ganze Märkte um: Uber etwa hat das Geschäftsmodell der etablierten Taxifahrer über Nacht über den Haufen geworden.

Fotoquelle: Uber

## SWISS CLOUD INITIATIVE

### Hilfe zur Selbsthilfe

Hier setzt die Fachhochschule Nordwestschweiz mit der Swiss Cloud Initiative an. Die Initiative wurde in Zusammenarbeit des Bundes (SECO & ISB) mit der Fachhochschule Nordwestschweiz, dem Anbieterverband swico und weiteren anbieterorientierten Verbänden ins Leben gerufen. Ziel der Initiative ist es, kleinste und mittelgrosse Unternehmen für die zukünftigen Anforderungen

einer zunehmend digital integrierten Welt fit zu machen. Dabei wird der Austausch zwischen Anbietern und Nachfragern unterstützt. Anbieter werden über verschiedene Ebenen angesprochen: So gibt es die Informationsplattform [www.aboutcloud.ch](http://www.aboutcloud.ch) für die branchenspezifische Klassifikation der Services oder die branchenspezifischen Cloud Days, eine Art Gelbe Seiten für Cloud-Dienstleistungen.

Cloud Services erlauben Nachfragern und Anbietern heute, ihr Wachstum profitabel zu steigern. Dazu müssen ihnen aber klare und umsetzbare Wege aufgezeigt werden. Die Wertschöpfungskette verändert sich rapide. Unternehmen können IT-Dienstleistungen mittels Cloud-Computing-Modell jederzeit und überall verfügbar machen oder beziehen. Die Nachfrager, also die Kunden, haben Schwierigkeiten, passende Dienstleistungen, Lösungen und Anbieter zu identifizieren. Die Anbieter ihrerseits sind überfordert, da ihnen Kenntnisse über Kunden und deren Geschäftsprozesse fehlen. Bevor die Anbieter für die Kunden Business Value generieren können, muss eine Annäherung stattfinden.

### KUNDENWUNSCH – KATEGORISIERBARE ANBIETER

Ein Blick auf die Wertschöpfungskette verdeutlicht die Komplexität der Gesamtsituation: Das erste Glied in der Kette sind die Hersteller von Hard- und Software, als nächstes folgen die Distributoren und anschliessend

die eigenen Partner sowie die Partner der Hersteller. All diese Anbieter fokussieren letztlich auf die Nachfrager. Das Vorgehen der Cloud Services-Anbieter ist allerdings noch unstrukturiert. Sie legen den Schwerpunkt nicht auf bestimmte Marktsegmente, sondern versuchen, an sämtliche Interessenten zu verkaufen.

Eine eindeutige Kategorisierung der zurzeit am Schweizer Markt agierenden IT-Anbieter ist schlicht unmöglich. Gemäss unseren Recherchen gibt es hierzulande rund 8000 Anbieter von IT-Services. Diese werden von den grossen Herstellern wie Dell, HP, IBM und Microsoft mit verheissungsvollen Namen versehen: Independent Software Vendor (ISV), Software-Reseller, Infrastruktur-Anbieter, System Integrator (SI), Rechenzentrum (RZ), Application Software Provider (ASP), Internet Service Provider (ISP), Large Account Reseller (LAR), Value Added Reseller (VAR), Broadline Distributor, Special Distributor, Value Added Distributor (VAD), Official Equipment Manufacturer (OEM) und

viele mehr. Problematisch neben den für die Kunden wenig durchschaubaren Begriffen sind die vielfältigen Überschneidungen bei den Leistungen. Auch lassen die Internetauftritte der Anbieter selten eine eindeutige Zuordnung erkennen.

### FOKUSSIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG

Auf Seiten der Nachfrager im Bereich kleiner und mittelständischer Unternehmen (KMU) stehen 548313 Unternehmen mit insgesamt 2933600 Mitarbeitenden in den Startlöchern. Unsere Befragung von über 350 Repräsentanten der Hersteller, Distributoren und Partner ergab, dass sich alle mehrheitlich noch in einer Orientierungsphase befinden, in der sie darüber nachdenken, wie sie von der Cloud profitieren können. Zwar werden vereinzelt Visionen, Strategien, Innovationen, Prozesse, Strukturen und Leistungsbündel entwickelt, wobei jedoch die Herausforderungen durch potenzielle Kunden noch eine untergeordnete Rolle spielen. Auch sind ihre Cloud Services überwiegend generischer Natur, das

heisst, nicht auf bestimmte Branchen und deren Geschäftsprozesse fokussiert.

Ein enormes Wertschöpfungspotenzial läge demnach darin, dass sich die Anbieter – vorrangig diejenigen, die den Kunden direkt bedienen – spezialisieren. Die Konzentration auf ausgewählte Branchen dient dem besseren Verständnis von deren Geschäftsprozessen und macht es den Anbietern möglich, zur Optimierung derselben beizutragen. Die Ausschöpfung dieses Potenzials trägt massgeblich zum Erfolg eines IT-Anbieters auf dem Markt bei.

### DIGITALE TRANSFORMATION ALS LÖSUNG?

Die Cloud würde durch die Branchenfokussierung der Anbieter zudem darin unterstützt, ihre Rolle als Enabler für die Digitalisierung wahrzunehmen. Die digitale Transformation eines Unternehmens findet auf der Business-Ebene statt. Komplette Businessprozesse werden optimiert und mittels mobilen Anwendungen und vereinfachtem Datenaustausch digitalisiert und automatisiert.

Wenn Hersteller und Distributoren von «Cloud Transformation» oder «Digitaler Transformation» sprechen, meinen sie den möglichst grossflächigen Einsatz ihrer angebotenen Technologien und Services. Den tatsächlichen Kern der Transformation – die fundamentale Veränderung der Wertschöpfung – vernachlässigen sie dabei jedoch. Grosse Uneinigkeit herrscht auch über den Zeitstrahl der Transformation. Während alle grossen Hersteller und Distributoren den «Untergang des Abendlandes» bereits lautstark proklamieren, sind die IT-Anbieter noch relativ entspannt und verzeichnen sogar starken Zuwachs im On-Premise-Geschäft – was bedeutet, dass die Nachfrager noch schlafen.

Die führenden Distributoren ALSO, INGRAMMICRO und TECHDATA haben jeweils über 100 Millionen US-Dollar in die Entwicklung beziehungsweise den Kauf von Plattformen investiert, auf denen der Marktplatz für Anbieter und Nachfrager von Cloud Services stattfinden soll. Das zurzeit verfügbare

Angebot stellt jedoch die Nachfrager vor offene Fragen, wie etwa: «Welchen Nutzen habe ich?» und «Wer kann mir den Nutzen liefern?»

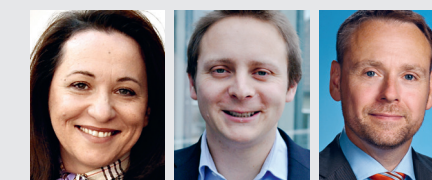
### OPEN INNOVATION UND CO-CREATION

Während sich die Schweizer Unternehmen noch im allseitigen Wettbewerb um die Gunst ihrer Kunden wännen, sind global bereits viele «clevere Firmen» am Start, die cloudbasierte Software und Services vielsprachig bereitstellen und ganze Märkte vollkommen umkrepeln.

«Airbnb» und «Uber» sind prominente Beispiele für Softwareunternehmen, die über Nacht die Geschäftsmodelle der etablierten Hotel- und Taxigewerbe disruptiv transformiert haben. Die Plattform Airbnb ermöglicht es Reisenden, günstige Übernachtungsmöglichkeiten bei Privatpersonen zu finden, während die Plattform Uber günstige Mitfahrgelegenheiten im Fahrzeug von Privatpersonen zur Verfügung stellt.

Transformation ist eine Notwendigkeit für Anbieter: Sie müssen ihre Kunden neu definieren und kennenlernen, also auf Marktsegmente fokussieren und dabei die Geschäftsprozesse der Kunden verstehen. Wichtige Konzepte dabei sind «Open Innovation» und «Co-Creation». Ersteres bedeutet, Mitarbeitende, Partner und vor allem die Kunden in die Erstellung neuer Leistungsbündel miteinzubeziehen. Dies bedingt einen intensiven Austausch zwischen Nachfragern und Anbietern und eine aktive Zusammenarbeit zur Schaffung von Lösungen. Co-Creation baut darauf auf, dass Anbieter Teil der Wertschöpfung des Kunden werden, ihm etwa Aufgabengebiete wie die IT abnehmen, die nicht zu seiner Kernkompetenz gehören.

### DIE AUTOREN



Prof. Dr. Stella Gatzju Grivas leitet an der Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW den Kompetenzschwerpunkt Cloud Computing mit Fokus auf die Transformation von Unternehmen auf ihrem Weg in die Cloud. Claudio Giovanoli ist wissenschaftlicher Assistent im Kompetenzschwerpunkt Cloud Computing. Fred Kessler arbeitet als Senior Executive Consultant in den Bereichen Leadership, Innovation, Transformation und Vertrieb für den gesamten Microsoft Partnerkanal in der Region D-A-CH-FL.