

## Modern Microsoft Partner

Was Partner wissen müssen, um in der Cloud erfolgreich zu sein



# Der Cloud-Boom in Deutschland – Wachstumschancen für Partner

Ein IDC E-Book, gesponsert von Microsoft



# Inhaltsverzeichnis



## 3 Einführung

- Partner des Programms „Modern Microsoft Partner“ ...
- » schärfen ihr Profil, um sich von der Konkurrenz abzuheben
  - » modernisieren ihren Vertrieb und ihr Marketing
  - » optimieren ihre Geschäftsabläufe
  - » liefern Customer Lifetime Value

## 5 Der deutsche Cloud-Markt

- » Der Markt für Public Cloud Services wächst **zehnmal** so schnell wie die Ausgaben im deutschen IT-Sektor.
- » Investitionen in alle Cloud-Varianten und dazugehörigen Technologien werden sich **bis 2019** in Deutschland **verdoppeln**.

## 10 Die Kundensicht auf die Cloud

- » **72,7 %** der deutschen Unternehmen sind dabei, Cloud Services einzuführen oder zu nutzen.
- » **28 %** der IT-Entscheider erwarten, dass sich ihre Abteilung in den kommenden zwei Jahren zum Business Enabler und Innovationstreiber entwickeln wird.

## 18 Cloud-Partner haben erneut die Nase vorn

- Cloud-Partner übertreffen ihre Mitbewerber:
- » um den **Faktor 2** beim Wachstum
  - » um den **Faktor 1,2** beim Rohertrag
  - » um den **Faktor 1,8** bei den wiederkehrenden Umsätzen

## 23 Neue Chancen: Die Cloud macht's möglich

Bis Ende 2016 werden zwei Drittel der europäischen Top-500-Unternehmen die digitale Transformation in ihrer Unternehmensstrategie verankert haben.

## 29 Fazit

Empfehlungen für Partner mit verschiedenen Cloud-Reifegraden:  
**Loslegen – Wachsen – Optimieren**

## 30 Anhang: Methodik

Mit einem Klick auf eine Seitenzahl gelangen Sie direkt zum betreffenden Abschnitt.

# Einführung

Das vorliegende E-Book soll Ihnen als Partner dabei helfen, Ihren Weg ins Cloud-Geschäft erfolgreich zu gestalten. Es enthält einen umfassenden Überblick zum deutschen Cloud-Markt, beleuchtet Trends und stellt die neuesten Ergebnisse der aktuellen Cloud-Partner-Befragung vor.

Vor allem möchten wir Ihnen die Chancen vermitteln, die Ihnen der Cloud-Markt in Deutschland bietet. Wenn Sie erfahren wollen, welche Dimensionen die Cloud in Deutschland bereits angenommen hat und mit welcher Geschwindigkeit sich das Thema entwickelt, dann ist dieses E-Book genau das Richtige für Sie.

Um im Cloud-Geschäft langfristige und nachhaltige Erfolge zu erzielen, bedarf es bei vielen Partnern einer schrittweisen Transformation des eigenen Geschäftsmodells. Auf Basis unserer zahlreichen Umfragen und Diskussionen mit Cloud-Partnern sind aus unserer Sicht die folgenden vier Säulen die wichtigsten Faktoren, um ein erfolgreiches und profitables Cloud-Geschäft aufzubauen:



## **Das eigene Profil schärfen, um sich von der Konkurrenz abzuheben**

Erfolgreiche Partner zeichnen sich immer durch ein Alleinstellungsmerkmal aus. Dabei kann es sich z. B. um eine Spezialisierung auf eine bestimmte Technologie, eine Branche oder Geschäftsprozesse handeln.



## **Vertrieb und Marketing modernisieren und digitalisieren**

Führende Unternehmen setzen selbst moderne Technologien ein, um für ihre Kunden über alle Kanäle erreichbar und attraktiv zu sein. Dies wird umso wichtiger, als Entscheider, vor allem aus den Fachbereichen, ihre Kaufentscheidungen zunehmend treffen, ohne zuvor mit einem Vertriebsmitarbeiter auch nur gesprochen zu haben.



## **Geschäftsabläufe optimieren**

Profitable Partner legen auf die Optimierung der eigenen Geschäftsprozesse besonders Wert und streben durch den Einsatz von Methoden, Automatisierung und Tools eine hohe Reproduzierbarkeit von Projekten an. Dazu definieren sie klare KPIs, die sie immer im Blick behalten.



## Customer Lifetime Value liefern

Im Gegensatz zu der in der IT-Branche früher oft gepflegten Praxis „Verkaufen und weiter“ bauen erfolgreiche Partner eine dauerhafte Beziehung zu ihren Kunden auf. Dies erreichen sie, indem sie ihren Kunden keine „Eintagsfliegen“, sondern Lösungen mit beständigem Mehrwert verkaufen.

Dieses E-Book lässt Sie am Wissensschatz der erfolgreichsten Cloud-Partner teilhaben. IDC verfügt über Benchmark-Daten von mehr als 750 Partnern aus acht verschiedenen Ländern und hat zudem ausführliche Interviews mit 25 weltweit erfolgreichen Microsoft Partnern und 8 Microsoft Cloud-Partnern aus Deutschland geführt.

## Geschäftsmodelle

Die altbekannten Definitionen der verschiedenen Partnertypen erodieren zusehends. Dieses E-Book behandelt daher die wichtigsten Trends, die für alle Partner-Modelle gelten, und zeigt die größten Chancen auf, die damit einhergehen.

Natürlich sind auf dem Weg in die Zukunft sehr viele technologische Aspekte zu bedenken, der Schlüssel zum Erfolg liegt jedoch in der Transformation des Geschäftsmodells. Diese Studie fokussiert daher mehr auf die wirtschaftlichen als die technologischen Aspekte zum Aufbau des Cloud-Geschäfts.



---

„Das Cloud Business kommt. Entweder machen wir mit oder es passiert eben ohne uns. Aufhalten wird es niemand können, ob einem das jetzt gefällt oder nicht.“

**Thorsten Weimann, Geschäftsführer, abtis GmbH**

---





„Wir haben das hohe Wachstum im Cloud-Markt von Anfang an gesehen und wollten davon überproportional partizipieren. Das ist nach wie vor unser Ziel. Daher haben wir bereits Ende 2007 angefangen, uns intensiv mit dem Thema Cloud auseinanderzusetzen. Als Early Adopter haben wir heute bereits ein etabliertes Cloud-Geschäft und laufen vorneweg.“

**Dr.-Ing. Matthias Bender,**  
Mitglied der Geschäftsleitung, Data One GmbH

# Der deutsche Cloud-Markt

In den Anfängen der Cloud gab es in der Branche eine hitzige Diskussion darüber, was genau die Cloud ist und welche Eigenschaften sie hat. Die allgemein ausgegebene Parole lautete: „Die Cloud kommt, bereitet Euch vor, auch wenn es heute vielleicht noch nicht das Richtige ist.“ Heute ist die Diskussion gereift. Eine Fülle von innovativen und geschäftsorientierten Lösungen werden als Cloud Service bereitgestellt. Deutsche Unternehmen adaptieren die Cloud zunehmend und schon in wenigen Jahren wird die Cloud auch in der Unternehmens-IT hierzulande die Norm sein.

Die Anwender sind zunehmend mit der größeren Vielfalt und Reife sowie den verbesserten Servicelevels der Cloud-Angebote zufrieden und überdenken die Chancen-Risiko-Analysen ihrer Projekte nochmal neu. Dabei gehen die Unternehmen bei der Beschaffung verstärkt nach dem Prinzip „Cloud first“ vor. Studien von IDC zeigen, dass die Mehrzahl der CIOs bereits heute eine „Cloud first“-Strategie verfolgt und sich diese Entwicklung fortsetzen wird. Dies bedeutet nicht zwangsläufig, dass deutsche Unternehmen nun ihre gesamte IT als Public Cloud Service beziehen werden. In jedem Fall aber werden sie immer zuerst alle Cloud-Varianten, von Public über Private und Hosted Private bis hin zu Hybrid Cloud, in Betracht ziehen, bevor sie ihre Entscheidung treffen.

Auf den nächsten Seiten erfahren Sie mehr über die Faktoren, die vor allem für das Wachstum des deutschen Cloud-Marktes eine große Rolle spielen.



## Wachstum Public Cloud Services in Deutschland

(CAGR 2014–2019, in %)

**SaaS**  
(Software as a Service)  
**26,3 %**

**PaaS**  
(Platform as a Service)  
**33,3 %**

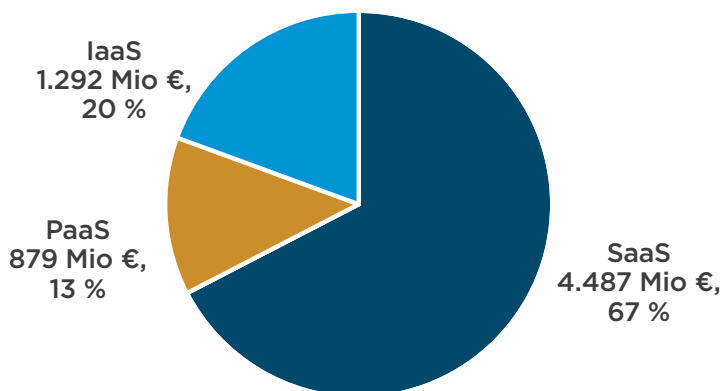
**IaaS**  
(Infrastructure as a Service)  
**26,0 %**

## Die Ausgaben für die Public Cloud steigen STARK

Laut IDC wird der Umsatz mit Public Cloud Services (also SaaS, PaaS und IaaS) in Deutschland im Jahr 2019 ein Volumen von 6,7 Mrd. Euro erreichen. Dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 27 %! Der Public-Cloud-Markt wächst somit rund zehnmals schneller als der deutsche IT-Gesamtmarkt für Hardware, Software und IT-Services.

Der Schwerpunkt der Investitionen wird weiterhin in Applikationen, also SaaS, liegen. Die größten Teilmärkte sind ERP, CRM und Collaboration Tools. Die größten Wachstumsraten verzeichnen allerdings Engineering Applications, kollaborative Anwendungen und Content Applications. PaaS, der kleinste Teilbereich des deutschen Public-Cloud-Marktes, wird im Vergleich zu den anderen Public-Cloud-Segmenten bis 2019 am stärksten wachsen. In den vergangenen Jahren hinkte PaaS den beiden anderen Teilsegmenten hinterher. Das lag vor allem an der noch fehlenden Reife des Marktes. Diese Situation hat sich aber nun gewandelt, da Unternehmen den Wert von Plattformen und Middleware Services für eine flexible und dynamische Bereitstellung von IT-Ressourcen erkannt haben.

### PUBLIC CLOUD SERVICES IN DEUTSCHLAND 2019 (IN MIO. €)



Quelle: IDC Worldwide and Regional Public IT Cloud Services Forecast, 2015–2019; #US40709515

Für den weltweiten Public-Cloud-Services-Markt prognostiziert IDC ein Wachstum von 19,4 % bis zum Jahr 2019. Westeuropa wird bis 2019 im Schnitt um 20,5 % wachsen und knapp 22 % des weltweiten Marktes für Public Cloud Services ausmachen. Mit einem überdurchschnittlichen Wachstum von 27 % ist der deutsche Markt also der Wachstumsmotor in der Region Westeuropa und wird 2019 rund 24 % des Marktes in dieser Region ausmachen.

## Wachstum Public Cloud Services nach Regionen

(CAGR 2014–2019, in %)

Lateinamerika

**31,4 %**

Asien  
(exkl. Japan)

**24,1 %**

MEA

**22,4 %**

Westeuropa

**20,5 %**

Japan

**20,3 %**

CEE

**18,9 %**

Kanada

**18,3 %**

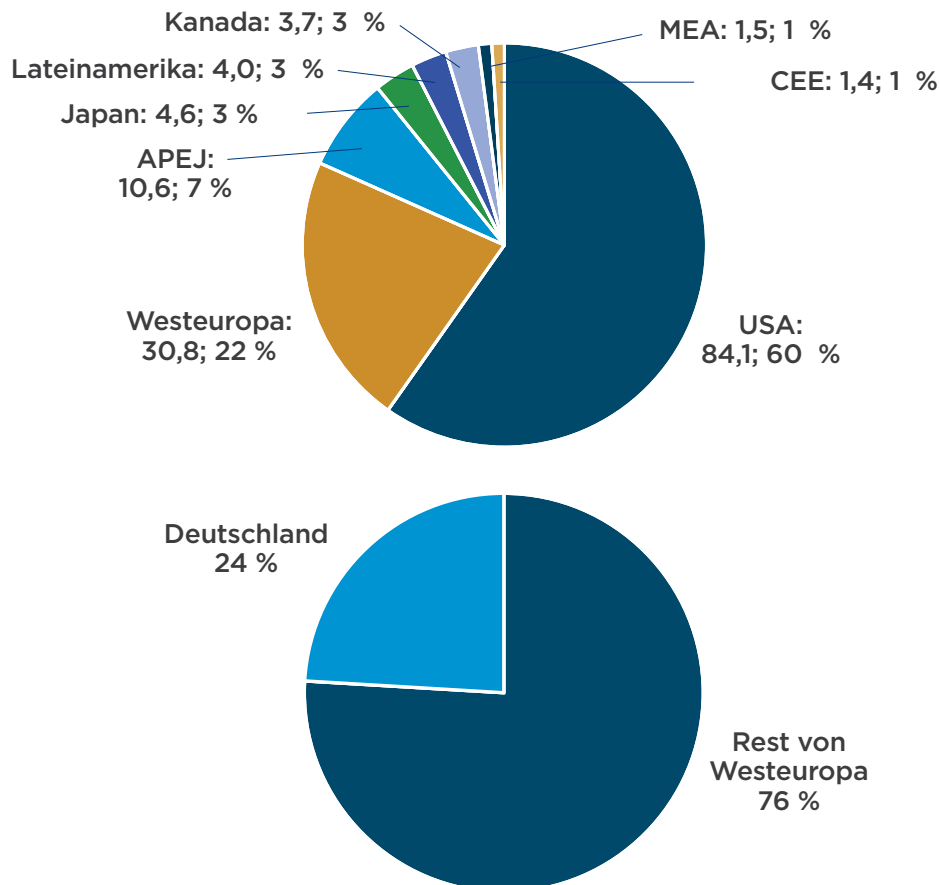
USA

**18,0 %**

Deutschland

**27,0 %**

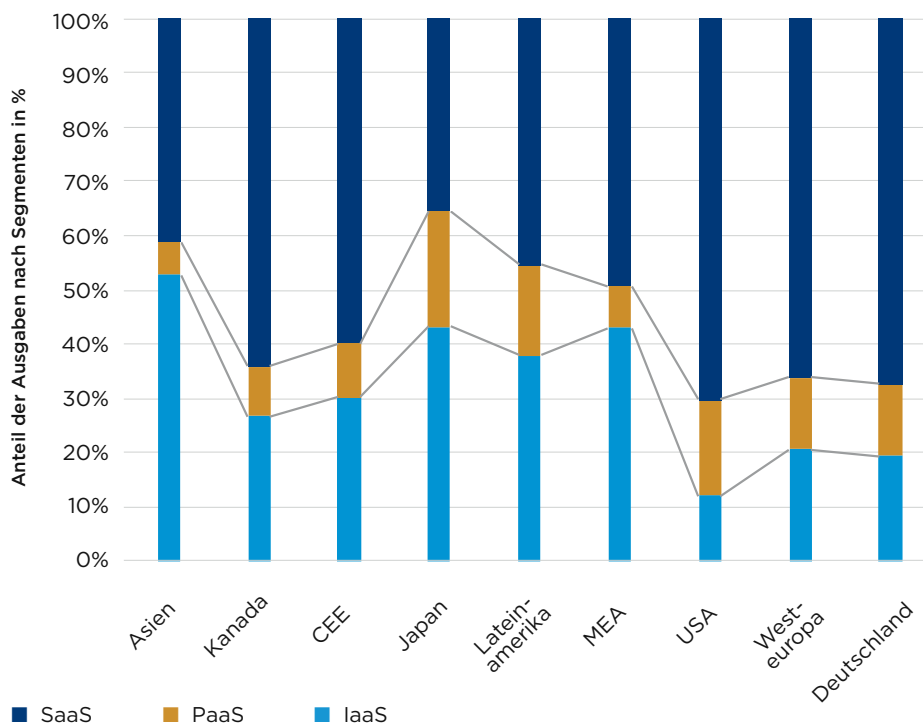
## AUSGABEN FÜR PUBLIC CLOUD SERVICES 2019 (IN MRD. USD UND ANTEIL IN %)



Quelle: Worldwide and Regional Public IT Cloud Services Forecast, 2015–2019

Beim Blick auf die Ausgaben für die verschiedenen Teilmärkte SaaS, PaaS und IaaS in den verschiedenen Regionen werden große Unterschiede deutlich. In den USA investieren die Unternehmen vor allem in SaaS. Dieser Teilmarkt hat einen Anteil von 70 % am Public-Cloud-Markt in den USA, was natürlich einen erheblichen Einfluss auf den weltweiten Anteil von SaaS hat. Während der Anteil von SaaS am deutschen Markt mit 67 % ähnlich hoch ist, ist der Anteil von IaaS hierzulande mit knapp 20 % deutlich höher als in den USA. Ursprünglich zum Abfangen von Lastspitzen im Einsatz, entwickelt sich IaaS immer stärker zur Hosting-Alternative. Hierbei geht es einfach darum, Leistungskapazität je nach Anforderung der gehosteten Anwendungen bereitzustellen. Die Attraktivität von IaaS ergibt sich auch aus der sehr schnellen, kostengünstigen Verfügbarkeit und den einfachen Bezugsmodellen. IDC beobachtet in diesem Segment mittlerweile eine große Anzahl an Anbietern.

## PUBLIC-CLOUD-SERVICES-MARKT IN 2019, NACH SEGMENTEN UND REGIONEN



Quelle: IDC Worldwide and Regional Public IT Cloud Services Forecast, 2015-2019; #US40709515



IDC prognostiziert, dass sich die Investitionen in alle Cloud-Varianten und die dazugehörigen Technologien bis 2019 verdoppeln werden.

## MASSIVER ANSTIEG der Ausgaben für Technologien rund um die Cloud

Wenn man über „die Cloud“ spricht, sind meist Public Cloud Services gemeint. Aber das ist bei Weitem noch nicht alles, denn man sollte Private Clouds, Hosted Clouds und andere Varianten wie etwa Hybrid Cloud nicht außer Acht lassen.

IDC prognostiziert, dass die deutschen Investitionen in die Cloud insgesamt bis 2019 auf mehr als 11 Mrd. EUR steigen werden. Dazu gehören neben Public Cloud Services (SaaS, PaaS, IaaS) alle professionellen Dienstleistungen und Managed Services im Zusammenhang mit Cloud-Technologien (also sowohl Public als auch Private Cloud) sowie die entsprechende Software und Infrastruktur, die zur Implementierung dieser Technologie erforderlich sind. Das ist mehr als das Doppelte des heutigen Marktes!



“ Wir sind der festen Überzeugung, dass langfristig auch in Deutschland an Cloud Computing kein Weg vorbeiführen und der Anteil der selbstbetriebenen IT bei den Endkunden sukzessive schrumpfen wird. Wer langfristig am Markt erfolgreich sein will, muss sich auf eine Zukunft mit und in der Cloud einstellen. Das gilt für alle Partner. ”

**Holger Nicolay, Business Development Manager,  
Interxion Deutschland GmbH**

# Die Kundensicht auf die Cloud

Das Marktpotenzial und die damit verbundenen enormen Chancen liegen auf der Hand. Im folgenden Kapitel wird die Sicht der Kunden in Deutschland auf die Cloud beleuchtet.

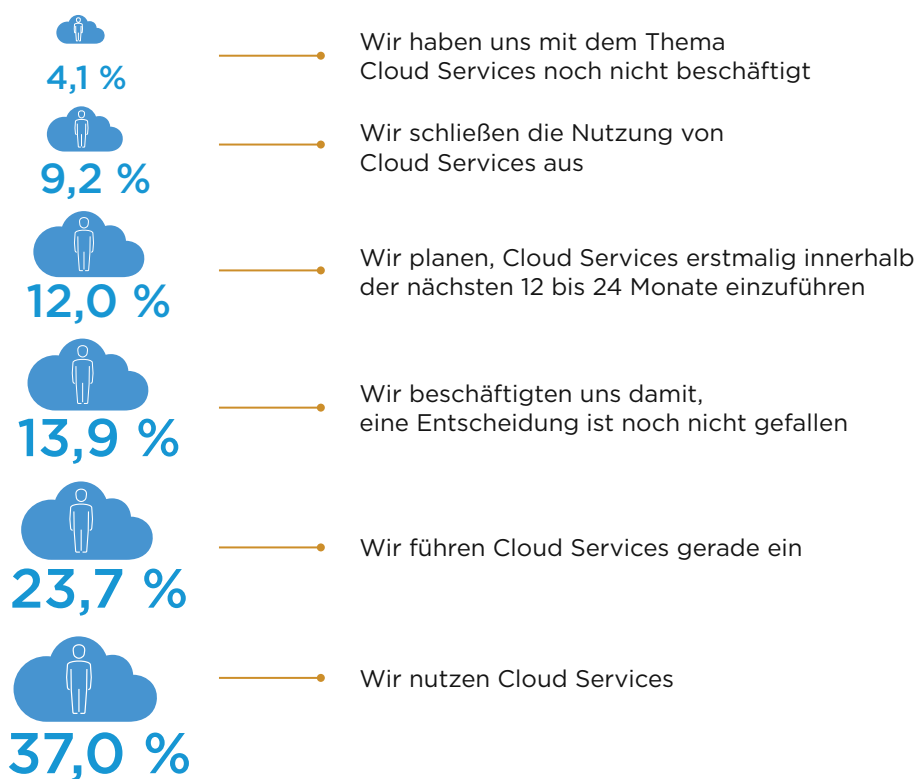
## Die Cloud wird auch in Deutschland die Norm werden

Mittlerweile sind 72,7 % der deutschen Unternehmen dabei, Cloud Services (Public, Private, Hybrid) einzuführen bzw. sie bereits intensiv zu nutzen. Nur 13,3 % haben bisher noch kein Interesse oder lehnen eine Nutzung von Cloud Services ab. Die Ergebnisse belegen eindeutig, dass die anfängliche und zugegebenermaßen hohe Skepsis gegenüber Cloud Services auch in Deutschland mehr und mehr überwunden wird.



„Überzeugungsarbeit müssen wir bei den Kunden eigentlich weniger leisten. Wir müssen nur zeigen, welche Möglichkeiten für den Kunden entstehen. Es ist wichtig, dem Kunden die Vorteile zu erklären und die Kommunikation und Information des Marktes kontinuierlich zu pflegen und voranzutreiben.“

**Thorsten Urbanski,**  
Head of Corporate  
Communications,  
G DATA Software AG



*n = 316  
Quelle: IDC Studie „Hybrid Cloud in Deutschland 2015“*



„Mit dem Angebot der Microsoft Cloud Deutschland sehen wir jetzt große Chancen, auch Berufsgeheimnisträgern wie zum Beispiel dem öffentlichen Sektor, Unternehmen aus dem Healthcare-Umfeld, aber auch Rechtsanwälten oder etwa Kirchen verstärkt Cloud Services anbieten zu können.“

**Volker Oboda, CEO & Co-Founder, TeamDrive Systems GmbH**

Dennoch bleiben Sicherheitsbedenken für deutsche Unternehmen nach wie vor der mit Abstand wichtigste Grund, sich gegen die Nutzung von Cloud Services zu entscheiden oder sich erst gar nicht damit zu beschäftigen. Grund dafür ist die Befürchtung, Daten könnten in falsche Hände geraten. Hinzu kommen Unsicherheiten hinsichtlich der Einhaltung nationaler, internationaler und branchenspezifischer Regelungen. Allerdings haben sich die Bedenken im Vergleich zum Vorjahr deutlich relativiert. Aus Sicht von IDC ist die Diskussion rund um das Thema Cloud in Deutschland spürbar gereift – selbst bei den Cloud-Skeptikern.

## TOP-10-AUSWAHLKRITERIEN FÜR PUBLIC CLOUD SERVICES IN DEUTSCHLAND

Verträge nach dt. Recht	57 %
Datenspeicherung in DE	47 %
Datenverschlüsselung	40 %
Gute Integrationsfähigkeit	31 %
Zertifikate und Audits	29 %
Verbindliche SLAs	27 %
Einfache Rückholung und Löschung der Daten	22 %
Verträge nach europäischem Recht	21 %
Zusätzliche Service-Angebote	21 %
Individuelle SLAs	19 %

*n = 159  
Quelle: IDC Studie „Hybrid Cloud in Deutschland 2015“*



Anbieter und Partner im Cloud-Umfeld sind allerdings weiterhin gefordert, intensive Aufklärungsarbeit zu leisten. Vertrauen lässt sich durch valide Case Studies, die transparente Darstellung der Sicherheitsmaßnahmen und den Nachweis entsprechender Zertifikate gewinnen. Da die Mehrheit der deutschen Kunden Cloud Services auf der Agenda hat, ist es für Partner vor allem entscheidend, jetzt aktiv zu werden, um weiterhin ihre Kunden entsprechend unterstützen zu können.



„Beim Thema Cloud und Azure muss man die Kunden erst mal an die Hand nehmen. Da ist nach wie vor sehr viel Aufklärungsarbeit notwendig – sowohl bei Kunden, die Early Adopter sind, als auch bei Kunden, die Cloud immer noch als einen vorübergehenden Trend sehen. Man muss vor allem schauen, welches Problem die Kunden konkret lösen wollen, und dann gezielt Lösungen anbieten.“

**Patric Czech, Senior Product Manager, PlusServer GmbH**







„Es gibt die unterschiedlichsten Ansätze und Anforderungen von Kundenseite. Daher setzen wir auf das Thema Hybrid, also die Nutzung von On-Premise- und Public-Cloud-Diensten wie Office 365, damit der Kunde die notwendige Flexibilität hat.“

**Thorsten Weimann,**  
Geschäftsführer,  
abtis GmbH

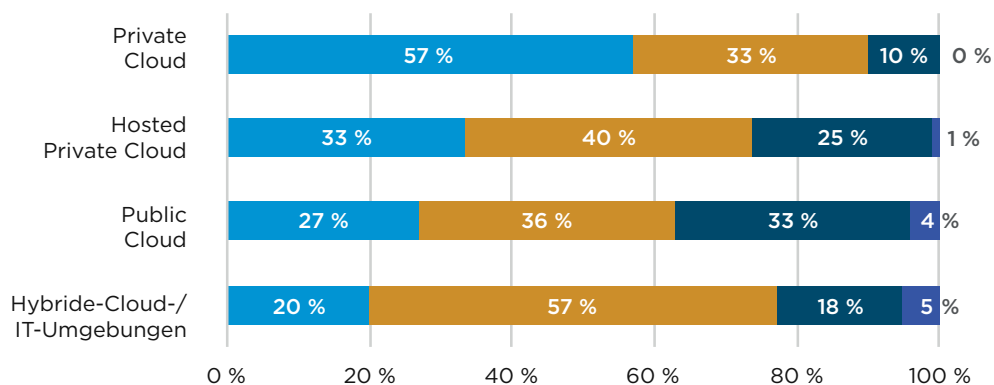
## Cloud-Budgets steigen

Insgesamt beobachtet IDC eine Verlagerung der IT-Budgets zugunsten von Cloud Services. Die Ergebnisse der neusten IDC Cloud-Anwender-Befragung vom Herbst 2015 zeigen dabei, dass vor allem hybride Cloud-Umgebungen mit einem Mix aus den verschiedenen Cloud-Formen im Vordergrund stehen:

- **Private Cloud** ist zurzeit die bevorzugte Cloud-Variante in Deutschland. 57 % der Unternehmen betreiben private Cloud-Umgebungen. Der Anteil der Organisationen, die den Einsatz dieser Cloud-Variante in den nächsten 24 Monaten planen, liegt bei 33 %.
- **Hosted Private Clouds** sind bei 33 % der Firmen bereits im Einsatz, weitere 40 % planen eine Einführung in den nächsten 24 Monaten.
- **Public Cloud Services** werden von rund 27 % der deutschen Unternehmen schon eingesetzt. 36 % planen den Einsatz in den nächsten 24 Monaten. Das Interesse an Public Cloud Services steigt somit deutlich. Sechs von zehn der befragten Organisationen nutzen oder planen inzwischen den Einsatz von Public Cloud Services.
- **Hybrid-Cloud-Umgebungen** sind zwar nur bei 20 % der Unternehmen hierzulande im Einsatz, das erwartete Wachstum jedoch ist in diesem Segment am größten.

Diese Zahlen unterstreichen das immense Wachstumspotenzial für Managed-Service-Anbieter und Cloud-Partner.

## EINSATZ UND PLANUNG VON CLOUD SERVICES – IM DETAIL



*n = 138*  
Quelle: IDC Studie „Hybrid Cloud in Deutschland 2015“

■ Im Einsatz      ■ Geplant (in 12-24 Monaten)  
■ Weder genutzt noch geplant      ■ Weiß nicht



## Der Cloud-Reifegrad der Unternehmen steigt

Ein Aspekt, der die Cloud vor allem für Fachbereiche so attraktiv macht, ist die Möglichkeit, einfach einen Service zu „buchen“, ohne die eigene IT-Abteilung involvieren zu müssen. Für viele Unternehmen waren gerade diese „Ad-hoc-Käufe“ der Startschuss für die Cloud. Problematisch daran ist, dass auf diese Weise Insellösungen geschaffen werden, die sich nicht ohne Weiteres in die Unternehmens-IT eingliedern lassen.

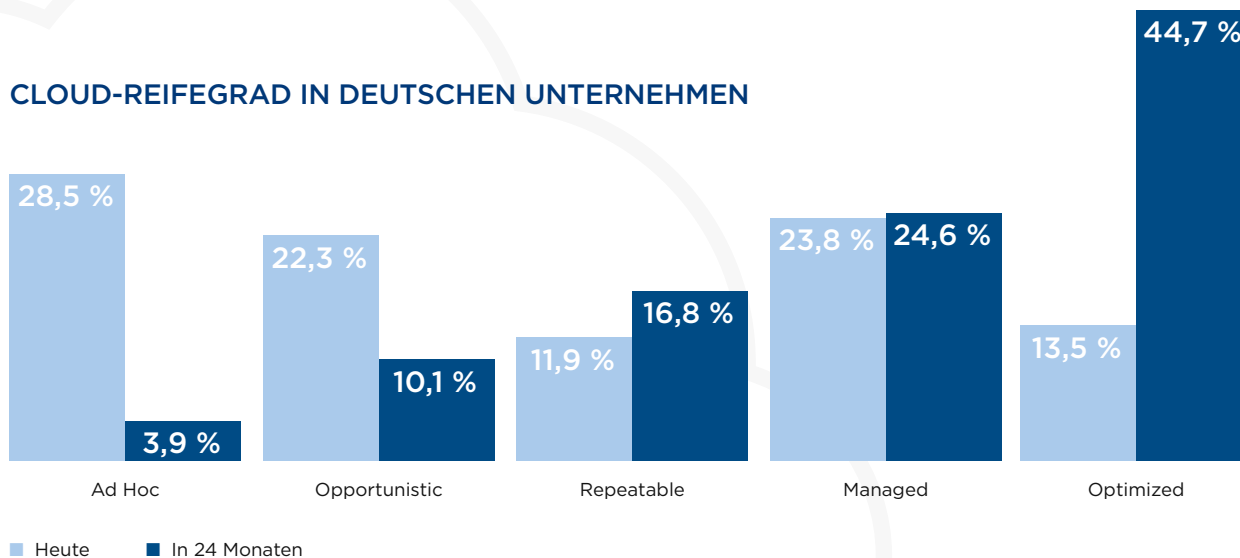
Für eine ganzheitliche Nutzung von Cloud Services im Unternehmen ist eine umfassende Planung erforderlich. Die derzeitige und zukünftige Selbsteinschätzung der Entscheider in Bezug auf ihren Cloud-Reifegrad zeigt die nächste Grafik. Wenn auch die künftige Einschätzung sehr optimistisch ist, sie zeigt dennoch eindeutig, dass eine „Cloud first“-Strategie klar auf der Agenda der Unternehmen ist. Aktuell sehen sich nur 13,5 % der Unternehmen auf der obersten Reifegradstufe, aber fast 45 % der befragten Entscheider erwarten, dass sie diese Stufe innerhalb von 2 Jahren erreichen werden.

Dieses Ergebnis untermauert die IDC Prognosen für den deutschen Cloud-Markt. Die umfangreichen Planungen bieten sowohl für die Anbieter als auch für die Partner ein großes Marktpotenzial.

„Microsoft hat mit der Datentreuhänderschaft ein bahnbrechendes Modell gefunden, das den deutschen Compliance-Richtlinien besonders Rechnung trägt. Die ‚deutsche Cloud‘ ist so gesehen ein echter Enabler, da sie Hürden abbaut.“

**Holger Nicolay,**  
**Business Development**  
**Manager, Interxion**  
**Deutschland GmbH**

CLOUD-REIFEGRAD IN DEUTSCHEN UNTERNEHMEN



*n = 193 (heute), n = 179 (in 24 Monaten)*  
 Quelle: IDC Cloud View Survey 2016

„Wenn Sie heute ‚Cloud‘ in die Unternehmen bringen wollen, dann müssen Sie dem Verantwortlichen auf der Fachabteilungsebene erklären: Wie funktioniert Cloud? Welche Möglichkeiten und Optionen habe ich? Wo sind die individuellen Mehrwerte? Dafür haben wir Awareness-Workshops mit vielen Praxisbeispielen geschneidert und die Themen klar strukturiert, das funktioniert sehr gut.“

**Jürgen Goldammer,**  
 Director Sales, GAB Enterprise IT Solutions GmbH

## IT-Budgets verlagern sich in die Fachabteilungen

Während früher fast ausschließlich die IT-Abteilungen über das Budget verfügten, werden immer mehr Fachabteilungen mit eigenen IT-Budgets ausgestattet. 61 % der IT-Projekte werden heute von Fachabteilungen finanziert. Insgesamt sind Fachabteilungen sogar in 81 % der IT-Projekte involviert. Darauf sollten sich Anbieter und Partner einstellen und sich verstärkt auch den Fachabteilungen widmen.

Partner, die hierbei in den neuen Dimensionen denken, werden die Wettbewerber hinter sich lassen, die sich lediglich auf die IT-Abteilungen als Kunden fokussieren.



### Finanzierung von technischen Projekten



Das Unternehmen ist an 81 % der Investitionen in IT-Projekte beteiligt



#### IT-Projekte

IT-Abteilung finanziert und trifft Entscheidung alleine



#### Geschäftsprojekte

Fachabteilung finanziert und trifft Entscheidung mit Wissen der IT-Abteilung



IT-Abteilung finanziert und trifft Entscheidung in Absprache mit Fachabteilung



#### Schatten-IT

Fachabteilung finanziert und trifft Entscheidung ohne Wissen der IT-Abteilung



Fachabteilung finanziert und trifft Entscheidung in Absprache mit IT-Abteilung

n = 1548  
 Quelle: IDC North American Line of Business Technology Survey, 2015

Frage: Wie teilen Sie Ihr externes IT-Budget nach Fachbereichen auf?



„Die Kunden haben ein Geschäftsproblem und wollen dieses lösen. Da ist es zunächst einmal egal, ob die Lösung ein Cloud- oder ein On-Premise-Produkt ist. Es muss nur sichergestellt sein, dass die Anforderungen des Kunden erfüllt werden. Wir holen die Kunden bei ihren Herausforderungen ab und nicht mit Produktnamen.“

**Dr.-Ing. Matthias Bender,**  
Mitglied der Geschäftsleitung, Data One GmbH

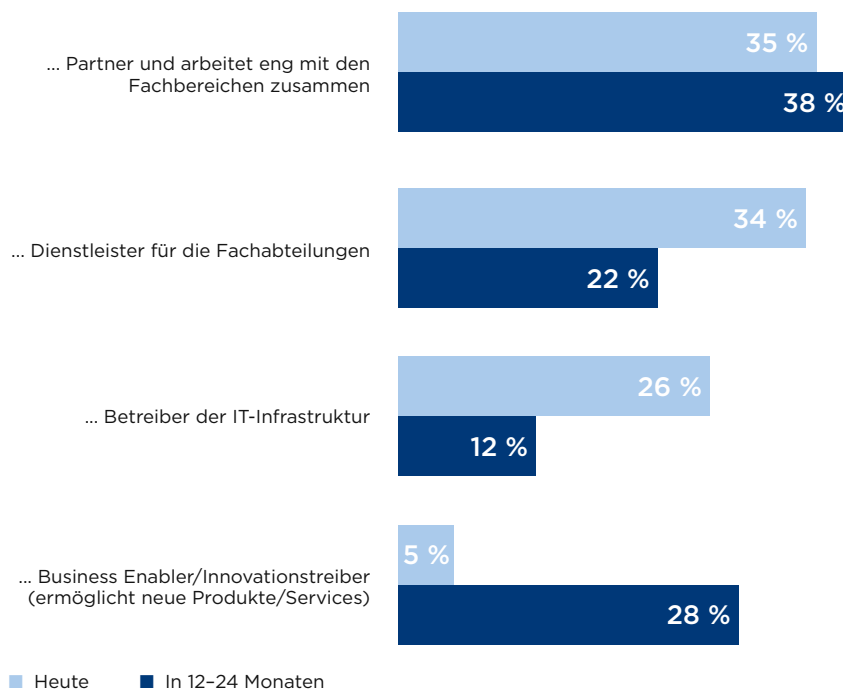


## Die Rolle der CIOs in der Zukunft

Obwohl sich derzeit nur einige wenige CIOs als „Chief Innovation Officer“ bezeichnen würden, erwartet mehr als ein Viertel der in Deutschland im Frühjahr 2016 befragten IT-Entscheider, dass sich ihre Abteilung in den kommenden zwei Jahren zum Business Enabler und Innovationstreiber im Unternehmen entwickeln wird. Das bedeutet, dass die IT-Abteilungen nicht mehr nur primär für den laufenden Betrieb und die Verwaltung von Kosten und Risiken zuständig sein werden, sondern sich auf die digitale Transformation ihres Unternehmens fokussieren müssen. Daher sollten sie sich intensiv mit innovativen Technologien wie Cloud, Mobile, Big Data & Analytics und Social Media beschäftigen.

### DIE ROLLE DER IT-ABTEILUNG

#### FRAGE: WELCHE DER FOLGENDEN AUSSAGEN CHARAKTERISIERT DIE HEUTIGE UND ZUKÜNFTIGE ROLLE IHRER IT-ABTEILUNG AM BESTEN?



n = 363  
Quelle: IDC & IDG Studie „IT-Kompass in Deutschland 2016“

“ Gerade im Mittelstand besteht teilweise noch eine hohe Skepsis gegenüber der Cloud. Wir gehen davon aus, dass die Kooperation mit Microsoft unserem Geschäft ganz neue Impulse geben wird – vor allem durch die Nutzung der Microsoft Cloud Deutschland. „IT-Security made in Germany“ aus der „Cloud made in Germany“ ist für unsere Kunden ein Riesenthema und bietet uns enormes Potenzial. ”

**Thorsten Urbanski,**  
**Head of Corporate Communications, G DATA Software AG**



# Cloud-Partner haben erneut die Nase vorn

In den vergangenen fünf Jahren haben Befragungen von IDC wiederholt gezeigt, dass „Cloud-Partner“ (also Unternehmen, die mehr als 50 % ihres Umsatzes mit Cloud-Angeboten erzielen) bessere Unternehmensergebnisse vorweisen können als diejenigen, die weniger als die Hälfte ihrer Umsätze im Zusammenhang mit Cloud erwirtschaften.

Unsere neue Studie aus dem Jahr 2016, in der weltweit 750 Partner befragt wurden (hiervon 151 Partner aus Deutschland), bestätigt diesen Trend. „Cloud-Partner“ übertreffen auch weiterhin ihre Mitbewerber.

Diese guten Unternehmensergebnisse sind zwar in der Regel nicht allein der Cloud zuzuschreiben, aber laut unseren Umfragen hat die Cloud grundsätzlich positive Auswirkungen auf die Unternehmensentwicklung. Partner, die von vorausschauenden Management-Teams geführt werden, erkennen wichtige Branchentrends früher. Dies galt für die Virtualisierung und sogar für das Client-Server-Modell vor vielen Jahren. Diese Partner haben rechtzeitig auf die Cloud gesetzt und profitieren nun davon, dass sie den Trend früh erkannt haben. Die guten KPIs, die sie bereits in der Vergangenheit erzielen konnten, sind somit natürlich auch in die Ergebnisse dieser Studie eingeflossen.

## Befragung von Cloud-Partnern

Eine vollständige Übersicht über die Research-Methodik finden Sie im Anhang. Einige wichtige Punkte daraus sind schon jetzt für das Verständnis der nachfolgend aufgeführten Befragungsergebnisse unerlässlich:

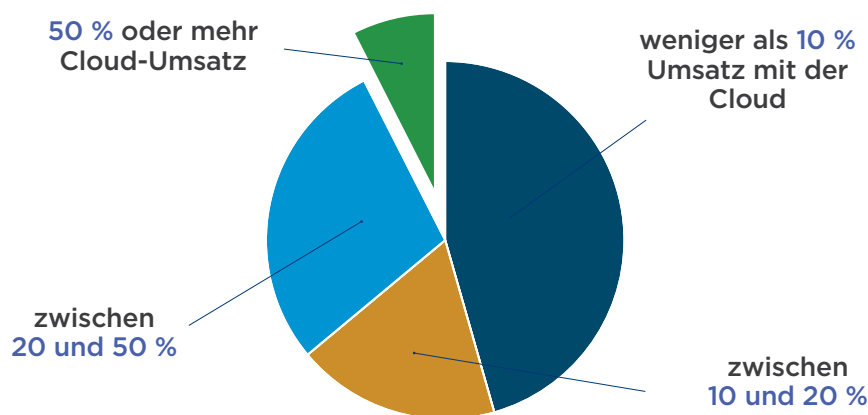
- 750 Partner wurden weltweit befragt, davon 151 Partner aus Deutschland.
- Geografische Verteilung: 33 % aus Nordamerika, 36 % aus Europa, 31 % aus Indien, Brasilien und Mexiko.
- Auf Basis des Anteils des Cloud-Umsatzes und der Anzahl der Jahre im Cloud-Geschäft wurden die befragten Partner gruppiert. Diese Gruppen wurden für die Ergebnisse der Befragung dann gesondert ausgewertet.
- Die Gruppe „Cloud-Partner“ realisiert mehr als 50 % des Umsatzes mit Cloud-Angeboten. Diese Gruppe wurde mit den Ergebnissen der übrigen Befragten verglichen.



„Unsere klassischen RZ-Produkte und Services haben wir deutlich zusammengestrichen und lehnen Anfragen auch ggf. ab. Wir haben uns auf Office 365 spezialisiert und gehen diesen Weg mit aller Konsequenz. Alles andere ist nicht zielführend.“

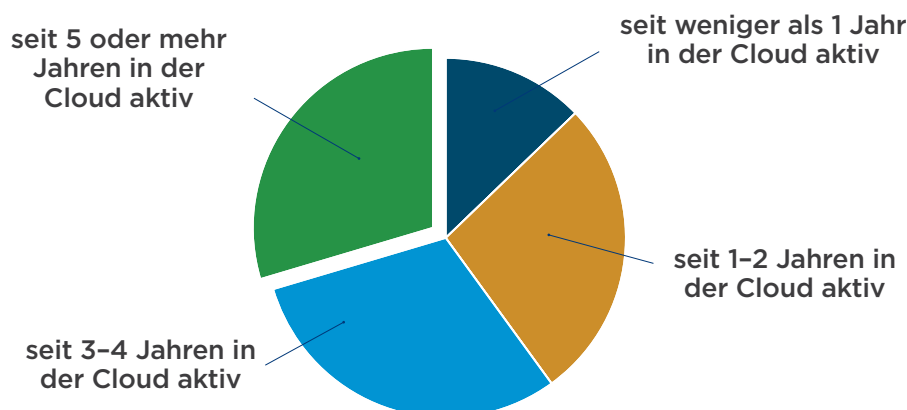
**Thorsten Weimann,**  
Geschäftsführer,  
abtis GmbH

### ANTEIL PARTNER NACH CLOUD-UMSATZ



n = 147  
Quelle: Microsoft Cloud Survey 2016

### VERTEILUNG DER PARTNER NACH ANZAHL JAHREN IM CLOUD-GESCHÄFT

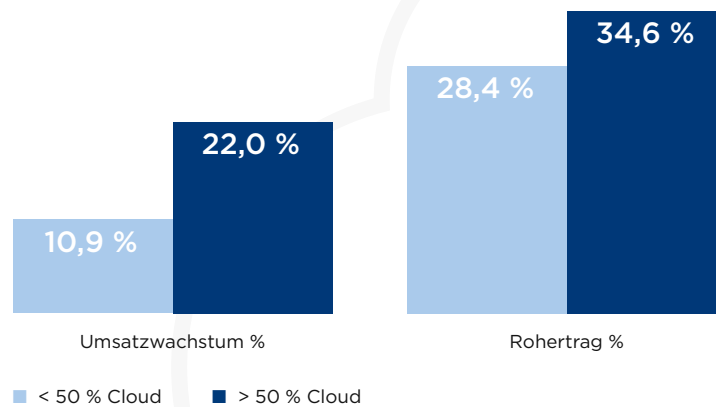


n = 125  
Quelle: Microsoft Cloud Survey 2016

## „Cloud-Partner“ arbeiten profitabler und wachsen schneller

Eines der entscheidendsten Ergebnisse dieser Studie ist, dass deutsche „Cloud-Partner“ (> 50 % Cloud-Umsatz) mehr als doppelt so schnell wachsen und einen über 6 Prozentpunkte höheren Rohertrag erzielt haben als ihre weniger Cloud-affinen Mitbewerber. Wenn auch viele Faktoren zu diesem positiven Ergebnis beitragen, so wird dennoch sichtbar, dass die Befragten mit mehr als 50 % Cloud-Umsatz eine deutlich bessere Geschäftsentwicklung vorweisen können.

## UMSATZSTEIGERUNG UND ROHERTRAG NACH ANTEIL CLOUD-UMSATZ



n = 146  
Quelle: Microsoft Cloud Survey 2016

Aus Sicht von IDC zeigen diese Ergebnisse vor allem, wie wichtig es ist, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Der Blick über den eigenen Tellerrand ist entscheidend, um neue Marktentwicklungen und Trends rechtzeitig zu erkennen.



„Jeder Partner stellt sich im Endeffekt anders auf und bietet dementsprechend auch andere Mehrwerte. Das können ein Support-Thema oder auch weitere Managed Services sein. Die Möglichkeiten sind umfangreich. Die Differenzierung durch eigene Angebote und Services ist definitiv ein Kern Erfolgsfaktor.“

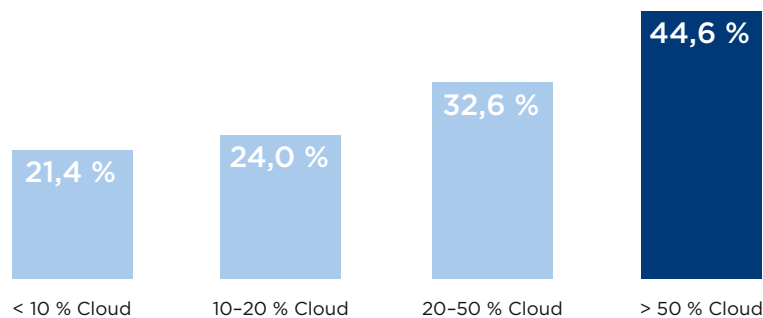
**Patric Czech, Senior Product Manager, PlusServer GmbH**



## „Cloud-Partner“ haben höhere wiederkehrende Umsätze

Regelmäßige und wiederkehrende Einnahmen wünscht sich jedes Unternehmen, weil sie für finanzielle Sicherheit und Vorhersehbarkeit der Umsatzentwicklung sorgen. Telefongesellschaften oder Versicherungen werden das sicherlich bestätigen. Die neuen Umfrageergebnisse haben ergeben, dass die „Cloud-Partner“ (> 50 % Cloud-Umsatz) auf genau dieses Konzept bauen. „Cloud-Partner“ in Deutschland haben fast 1,8-mal so viel wiederkehrende Umsätze wie die anderen Partner. Andere Studien von IDC haben gezeigt, dass wiederkehrende Umsätze zu einer höheren Unternehmensbewertung führen, was wiederum zum Beispiel Vorteile wie günstigere Kreditbedingungen und höhere Unternehmenswerte für Investoren mit sich bringt.

### WIEDERKEHRENDE UMSÄTZE NACH CLOUD-UMSATZ



n = 144  
 Quelle: Microsoft Cloud Survey 2016



„Die wichtigste Voraussetzung für eine erfolgreiche Transformation ins Cloud-Geschäft ist, dass es von oben kommt, also das Management die Impulse setzt. So eine große Veränderung kann man nicht durchdrücken, wenn Gesellschafter und Geschäftsleitung nicht dahinterstehen und den Prozess begleiten.“

**Lars Riehn, Geschäftsführer, infoWAN Datenkommunikation GmbH**



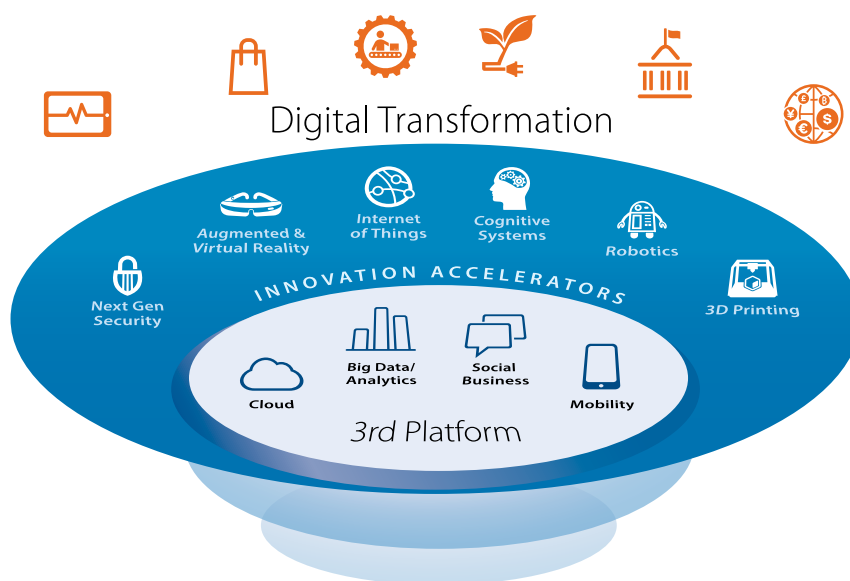
IDC geht davon aus, dass bis Ende des Jahres 2018 ein Drittel der Top-20-Unternehmen in jeder Branche durch Wettbewerber massiv unter Druck geraten wird, die ihr Geschäftsmodell vor allem auf neue Technologien der dritten Plattform wie Cloud, Mobile, Big Data Analytics und Social aufbauen.

# Neue Chancen: Die Cloud macht's möglich

## Die digitale Transformation

Die generelle Haltung zu IT hat sich stark verändert. IT-Technologie, die sowohl im Geschäftsumfeld als auch im Privatbereich genutzt wird, begeistert und verwöhnt mit ihren vielseitigen Funktionen die Nutzer. Außerdem wollen die Anwender nur noch für die Dinge bezahlen, die sie auch tatsächlich nutzen. Sie wollen von den Vorteilen durch die Nutzung der IT profitieren, ohne die Nachteile hinnehmen zu müssen, die eine Anschaffung der Technologien mit sich bringen würde.

Dies lässt sich am Beispiel neuer disruptiver Geschäftsmodelle wie Uber, Netflix oder Airbnb sehr schön beobachten. Der Erfolg dieser Services ist nicht nur eine logische Konsequenz aus den Wünschen, die unsere Gesellschaft prägen, sondern spiegelt die immensen technologischen Fortschritte wider.



Source: IDC

Bis Ende 2016 werden zwei Drittel der europäischen Top-500-Unternehmen die digitale Transformation in ihrer Unternehmensstrategie verankert haben.

Die digitale Transformation ist nicht nur ein Trend, und es handelt sich dabei auch keineswegs um ein lokales Phänomen, das auf einige wenige Branchen beschränkt ist. Sie sollte ein zentraler Bestandteil der Geschäftsstrategie sein – und zwar in allen Branchen und Märkten. Diese Entwicklung verunsichert allerdings besonders viele etablierte Unternehmen und stellt gleichzeitig für andere wiederum eine riesige Chance dar. In den nächsten fünf Jahren werden Investitionen im Zusammenhang mit der digitalen Transformation einen beträchtlichen Anteil des Marktwachstums für IT-Technologie ausmachen.

Gerade deutsche Unternehmen bewegen sich in unterschiedlichen Geschwindigkeiten und mit unterschiedlicher Motivation in die digitale Welt. Das Tempo, mit dem sich Branchen und Märkte aber wandeln, ist rasant. Viele Firmen müssen die Tiefe und Breite der digitalen Veränderung auch erst einmal begreifen, um die Chancen und Herausforderungen, die die neuen Technologien wie Cloud, Mobile, Big Data Analytics und Social mit sich bringen, zu verstehen. Das bietet vor allem den Partnern viele Möglichkeiten, ihre Kunden dabei zu unterstützen.

**Schritt 1:** Wie kann man die teils komplexen IT-Landschaften in den Unternehmen vereinfachen und vor allem schneller und flexibler in den Unternehmen verfügbar machen?

**Schritt 2:** Können eventuell alte Projektpläne, die wegen eines schlechten ROI's seinerzeit bereits verworfen wurden, ggf. auf Basis der neuen IT-Technologien und Bezugsmodelle nun doch sinnvoll realisiert werden?

**Schritt 3:** Vieles ist nun technologisch umsetzbar, was bislang als nicht machbar oder sogar als undenkbar galt. Was bedeutet das für die Flexibilität und Agilität der Unternehmen? Können neue Geschäftsmodelle und Umsatzquellen erschlossen werden?

Wir kommen dann an den Punkt, an dem das „Unmögliche“ die Ausnahme ist und nicht die Regel.

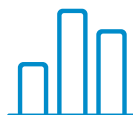
Bis Ende 2020 werden 50 % der Investitionen europäischer Unternehmen in IT-Infrastruktur und Software Cloud-basiert sein. Die Umsetzung digitaler Strategien ohne die Nutzung von Cloud Services wird nahezu unmöglich werden.



„Wenn man wie wir seinen eigenen Service anbieten möchte, ist Skalierbarkeit von Anfang an sehr wichtig, sowohl technologisch als auch vom Business-Modell her. Cloud-Technologie bietet die ideale Basis, da wir das Business ohne hohe Fixkosten aufbauen konnten und nur die Leistung bezahlen, die wir auch tatsächlich benötigen.“

**Volker Oboda, CEO & Co-Founder, TeamDrive Systems GmbH**

Bis 2020 wird sich der Umfang an hochwertigen – und analysetauglichen – Daten verdoppeln.



## Die dritte Plattform der IT: Die Basis für die moderne IT

Bereits 2007 stellte IDC zum ersten Mal fest, dass sich die Informations- und Kommunikationsbranche (ICT) am Anfang eines Prozesses befand, den wir damals schon als „hyper-disruptive“ bezeichnet haben. Alle 25 Jahre findet im Durchschnitt ein Umstieg statt auf eine neue Technologieplattform, die die Basis für Wachstum und Innovation liefert. 2011 hat IDC dann einen Namen dafür geprägt: die „dritte Plattform“ der IT basierend auf den vier Kerntechnologien Cloud, Mobile, Big Data Analytics und Social. Die erste Plattform beschreibt die Mainframe-Welt, die zweite Plattform die Client-Server-Architekturen.

Mit der dritten Plattform beschreibt IDC folgendes Paradigma: Mobile Endgeräte und Anwendungsszenarien unterschiedlichster Couleur, tausende neuer Anwendungen und Apps, pausenlos produzierte Datenmengen (Big Data) und der Bezug von IT-Services aus der IT-Wolke (Cloud Computing) verändern die betriebliche Informationstechnologie sowie die private Nutzung von Computern und Internet nachhaltig. Die dritte Plattform bildet schlussendlich die Basis für den Aufbau neuer digitaler Geschäftsmodelle und somit für die digitale Transformation der Unternehmen.

Die vier Grundpfeiler der dritten Plattform sind über kurz oder lang der Wachstumsmotor in der ICT-Branche:

50 % der Cloud-Anwendungen und -Services sind für Anwendungsfälle, die in der Client-Server-Ära gar nicht umsetzbar gewesen wären.

### Cloud

Es steht außer Frage, dass die Cloud aufgrund ihrer Leistungsfähigkeit, ihrer Flexibilität und ihrer Bezugsvarianten für IT-Entscheider sehr attraktiv ist. Beim Vergleich von traditioneller IT mit Cloud-Angeboten analysieren Unternehmen häufig den Nutzen, den das Verschieben bestimmter Workloads in die Cloud mit sich bringt. Dabei verschieben die Organisationen nicht nur die Workloads in die neue Umgebung, sondern haben auch Zugriff auf neue Funktionalitäten, die durch die Cloud erst möglich werden.

### Big Data/Analytics

Unter „Big Data“ versteht man kurz gesagt eine sehr große Datenmenge. Ein rasanter Anstieg der verfügbaren Daten (zum Beispiel erfasst durch Sensoren in Produkten) wird nun mit leistungsfähigen Rechenkapazitäten kombiniert. Dadurch werden aussagekräftige Analysen erst ermöglicht. Unternehmen sammeln nicht nur neue Daten in bisher ungekanntem Ausmaß, sie analysieren auch Bestandsdaten und lassen die Ergebnisse in ihre Entscheidungsprozesse und Strategien einfließen.





## Mobile Computing

Smartphones und Tablets machen heute mehr als vier Fünftel aller verkauften Endgeräte aus (PCs und Laptops sind das restliche Fünftel). Die weltweiten Ausgaben für Smartphones und Tablets lagen 2015 bei zirka 520 Mrd. Dollar, das ist mehr als doppelt so viel wie die Investitionen in Unternehmenshardware und fast 1,2-mal so viel wie für Unternehmenssoftware. Dabei muss man bedenken, dass es noch vor zwölf Jahren überhaupt keine „Smart Mobile Devices“ gab!

Die Anzahl mobiler Apps in den Unternehmen wird sich bis 2018 vervierfachen – die meisten davon gab es niemals für den PC.



## Social Business

Unternehmen nutzen die Möglichkeiten der sozialen Medien, um mit ihren Kunden zu kommunizieren, den Markt zu sondieren und Mitarbeiter zu rekrutieren. In dem Maße, in dem der Anteil der Generation Y an den Beschäftigten zunimmt, steigt auch die Erwartung an einen sozialvernetzten digitalen Arbeitsplatz. Die Angehörigen der Generation Y fordern nicht nur Flexibilität bei der Konnektivität ihres Arbeitsplatzes, sondern sie wollen Ideen, Produkte und letztlich auch sich selbst vermarkten, indem sie ihre eigene persönliche Marke schaffen.



## Was die Zukunft bereithält: „Innovation Accelerators“

Die dritte Plattform hat neue Anwendungsfälle hervorgebracht, die bis vor kurzem noch unvorstellbar waren. „Innovation Accelerators“, also Technologien, zu denen Next Gen Security, Augmented und Virtual Reality, das Internet der Dinge, kognitive Systeme, Robotik und 3D-Druck gehören, befeuern den Erfindergeist weiter.

Diese sogenannten Beschleuniger schaffen neue Visionen für Geschäftsmodelle und damit einhergehend neue Produkte, Prozesse und Dienstleistungen.

Die Zukunft bietet enorme Chancen – Spezialisten in diesem Umfeld werden ebenso gefragt sein wie Unternehmen, die die IT-Ressourcen für die neuen Technologien liefern.

Bis 2019 wird der Markt für Social Tools weltweit die Grenze von \$ 85 Mrd. übersteigen.

Accelerator

IDC Prognose bis Ende 2020

Was hat Microsoft Innovation zu bieten?



Durch Analysen des Käuferverhaltens werden 80 % aller digitalen Transaktionen validiert, der Bedarf an Passwörtern wird um 50 % sinken.

[Verifiable Confidential Cloud Computing](#), eine derzeit in der Entwicklung befindliche Sicherheitstechnologie, soll vertrauliche Daten vor unbefugtem Zugriff schützen. Noch nicht einmal der Cloud-Dienstleister kann dann auf die unverschlüsselten Daten zugreifen.



In zentralen Branchen wie zum Beispiel dem Gesundheitswesen, im Militär und der Fertigung werden 15 % der Hardware-Anschaffungen im Zusammenhang mit Augmented-Reality-Anwendungsfällen stehen.

[HoloLens](#) von Microsoft kombiniert echte Realität mit Virtual Reality und macht den Weg frei für zahlreiche Anwendungsfälle, sowohl im Consumer- als auch im Unternehmensumfeld.



Mehr als 250.000 IoT-Anwendungen werden geschaffen, 50 % davon werden für den Anwender nie sichtbar sein, aber äußerst wichtige Funktionen innehaben, und ihre Anschaffung erfolgt innerhalb eines Ökosystems.

Bei [Project Premonition](#) sollen maschinelles Lernen, Analytik, moderne Molekularbiologie und Drohnen zusammenwirken, um die Verbreitung von durch Stechmücken übertragenen Krankheiten zu verfolgen und vorherzusagen.



Kognitive Anwendungen werden den Unternehmen in den USA Produktivitätssteigerungen in einer Größenordnung von mehr als 60 Mrd. US-Dollar jährlich bescheren.

[Skype Translator](#) überbrückt Kulturen und internationale Handelsgrenzen durch Ad-hoc-Übersetzungen bei Telefonaten über Skype.



Der durchschnittliche Verkaufspreis eines Industrieroboters wird nur noch ein Fünftel des heutigen Preises betragen, aber er wird die fünffache Leistungsfähigkeit haben!

Die [Situating Interaction Group](#) bringt die Interaktion zwischen Mensch und Roboter auf eine neue Stufe: Am Horizont zeichnet sich sogar bereits die Möglichkeit ab, dass in nicht allzu ferner Zukunft unerschwellige soziale Zeichen interpretiert werden können.



60 % der Hersteller werden in der Lage sein, zwischen einer Lieferkette mit taggleicher Lieferung und der Möglichkeit zum Einsatz von 3D-Druck zu wählen.

[MobileFusion](#) macht aus einem Smartphone einen ultraleichten, tragbaren 3D-Scanner, der über die für den 3D-Druck erforderliche Leistung und Detailtreue verfügt.



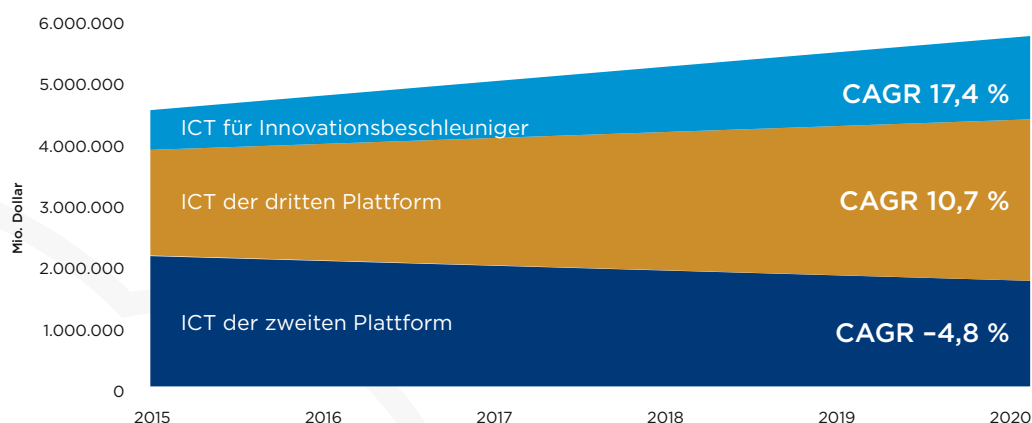
„Auch unser Geschäftsmodell ist im Wandel. Wir planen, in kürzester Zeit 50 Prozent unseres Business über Recurring Revenue zu generieren. Dafür haben wir Zusatzpakete, Additional Services und eigene Produkte entwickelt, die wir mit den Standard-Services von Microsoft verbinden und auf der CSP-Plattform anbieten. Managed Services ist da das richtige Stichwort!“

**Jürgen Goldammer,**  
**Director Sales,**  
**GAB Enterprise**  
**IT Solutions GmbH**

## Zukünftiges Wachstum in der Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT)

Wenn auch die Technologien der zweiten IT-Plattform, also hauptsächlich Client-Server-Produkte, nach wie vor einen beträchtlichen Teil der ICT-Ausgaben ausmachen, erwartet IDC, dass dieser Anteil jährlich um zirka fünf Prozent sinkt. Dies wird den Druck auf die Gewinnspannen erhöhen und zu Konsolidierungen unter den Herstellern und Partnern führen. Die Chancen im traditionellen IT-Geschäft schwinden. Anders herum gesagt ist der Markt für die dritte Plattform und für die Innovation Accelerators aufgrund der wachsenden Nachfrage mittelfristig unversorgt, sodass sich hier für ambitionierte, zukunftsorientierte Partner viele neue Chancen bieten.

### WACHSTUM DER WELTWEITEN ICT-BRANCHE (CAGR 2015-2020: 5,2 %)



Quelle: IDC Q2 2015 Black Book  
 CAGR = kumulierte jährliche Wachstumsrate

Die mit den Innovation Accelerators einhergehende Transformation der Geschäftsmodelle ist für einige Beteiligte eine Chance, für andere eine Notwendigkeit. Viele der Technologien scheinen vielleicht heute noch futuristisch, aber man sollte sie zunehmend ernst nehmen, denn der Markt für solche Produkte kommt langsam in Fahrt.

Denjenigen, die schon auf die dritte Plattform setzen und sich damit eindeutig positioniert haben, bieten sich beträchtliche Wachstumschancen.





„Eine Transformation ist nie nur schwarz-weiß. Wir müssen vorerst auch in unserem klassischen Geschäft weiter wachsen, um das Cloud-Thema finanzieren zu können. Wichtige Erfolgsfaktoren sind dabei unsere Differenzierung am Markt sowie eine klare Fokussierung auf die Umsetzung. Vor allem aber sollte man ‚scrum-like‘ vorgehen und zügig erste kleinere Projekte starten.“

**Lars Riehn,**  
**Geschäftsführer,**  
**infoWAN**  
**Datenkommunikation**  
**GmbH**

## Fazit

Veränderungen sind nicht immer einfach, und dennoch muss sich jedes Unternehmen, das langfristig erfolgreich sein will, kontinuierlich transformieren. Unternehmen wie Kodak oder Olivetti sind prominente Beispiele dafür, wohin es führen kann, wenn man nicht auf Veränderungen reagiert.

Denjenigen, die den Umstieg auf die dritte Plattform wagen, bieten sich jedoch enorme Chancen.

Wir möchten Ihnen als Partner, unabhängig davon, wie weit Sie mit Ihrem Cloud-Geschäft bereits vorangekommen sind, einige wesentliche Empfehlungen ans Herz legen:

### 1. Loslegen

Machen Sie sich gründlich mit den neuen Cloud-Technologien vertraut, und beginnen Sie so schnell wie möglich mit dem Vertrieb von Cloud-Lösungen und -Services. Praktische Erfahrungen sind durch keine noch so akribische Planung zu ersetzen. 60 % der Partner weltweit sind bereits mindestens 3 Jahre im Cloud-Geschäft aktiv. Verpassen Sie diesen Zug nicht.

### 2. Wachsen

Investieren Sie in Ihr Cloud-Geschäft, um mit den erfolgreichen Cloud-Partnern mithalten zu können. Etablieren Sie eine „Cloud first“-Strategie, und nehmen Sie Ihre potenziellen und bestehenden Kunden dabei mit.

### 3. Optimieren

Bauen Sie Ihre Führungsposition gegenüber anderen Partnern aus, die immer noch überlegen, wie sie das Thema „Cloud“ angehen sollen. Bieten Sie Ihren Kunden heute schon strategische Unterstützung bei der digitalen Transformation an.

**Weitere Informationen finden Sie unter [aka.ms/profitable-cloud](https://aka.ms/profitable-cloud).**

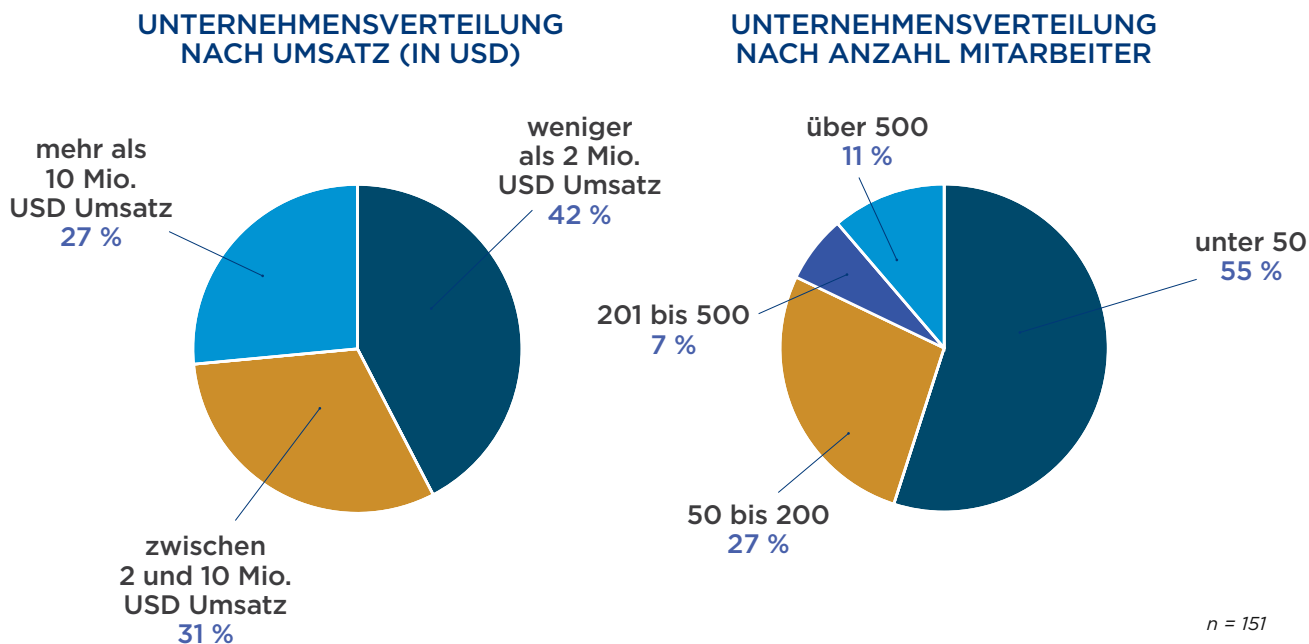
# Anhang: Methodik

Diese Studie basiert auf zwei Hauptkomponenten: einer quantitativen Befragung von Partnern auf der ganzen Welt und einer Reihe von ausführlichen Interviews mit führenden Cloud-Partnern.

## Quantitative Befragung

Für den quantitativen Teil der Studie wurden ähnlich wie für die Studie im Jahr 2014 (E-Book „Successful Cloud Partners“) 750 Partner weltweit befragt. Davon kamen 151 Partner aus Deutschland.

In der weltweiten Studie wurden die Ergebnisse der Befragung analog zur geografischen Verteilung von 2014 gewichtet. In der hier vorliegenden deutschen Studie wurden die 151 Interviews mit deutschen Partnern separat ausgewertet.



Die Gruppe der Befragten reichte von kleinen, nur lokal vertretenen Dienstleistern bis hin zu Großunternehmen mit vielen Millionen Euro Umsatz.

„Ausreißer“ nach oben und unten wurden in einigen Fällen aus der Berechnung herausgenommen, wenn sonst eine kleine Anzahl von Antworten das Ergebnis deutlich verfälscht hätte.

## Qualitative Befragung

IDC führte zusätzlich zu den 25 Interviews mit weltweit erfolgreichen Microsoft Cloud-Partnern weitere 8 Interviews mit erfolgreichen deutschen Microsoft Cloud-Partnern. Die Partner wurden sowohl anhand ihres Erfolges in der Cloud als auch im Hinblick auf ihre Geschäftsmodelle ausgewählt.

Aus Sicht von IDC können Partner gerade auf ihrem Weg ins Cloud-Geschäft auf der ganzen Welt, sowohl in wirtschaftsstarken Ländern als auch in Schwellenländern, von den Aussagen der von uns befragten führenden Cloud-Partner lernen.

### INTERVIEWTE CLOUD-PARTNER IN DEUTSCHLAND

Name des Unternehmens	Name des Partners	Titel	Hauptsitz
abtis GmbH	Thorsten Weimann	Geschäftsführer	Pforzheim
Data One GmbH	Dr.-Ing. Matthias Bender	Mitglied der Geschäftsführung Bereich Marketing und Vertrieb	Saarbrücken
GAB Enterprise IT Solutions GmbH	Jürgen Goldammer	Director Sales	Plattling
G Data Software AG	Thorsten Urbanski	Head of Corporate Communications and Government Affairs	Bochum
infoWan Datenkommunikation GmbH	Lars Riehn	Geschäftsführer und Gründer	Unterschleißheim
Interxion Deutschland GmbH	Holger Nicolay	Business Development Manager	Frankfurt am Main
PlusServer GmbH	Patric Czech	Senior Product Manager	Köln
TeamDrive Systems GmbH	Volker Oboda	CEO & Co-Founder	Hamburg



All IDC research is ©2016 by IDC. All rights reserved. All IDC materials are licensed with IDC's permission and in no way does the use or publication of IDC research indicate IDC's endorsement of Microsoft's products or strategies. Data in this eBook comes from IDC studies from 2015 to 2016.