

## IBM Institute for Business Value



---

### Überblick

Obwohl Cloud-Technologien weitgehend dafür anerkannt sind, neue Maßstäbe im Technologiebereich zu setzen, bleibt ihr Potenzial zur Förderung der Geschäftsinnovation nahezu ungenutzt. Clouds können Wettbewerbslandschaften faktisch auf fundamentale Weise verändern, indem sie eine neue Plattform zur Generierung und Bereitstellung eines geschäftsrelevanten Mehrwerts schaffen. Unternehmen müssen festlegen, wie sie Cloud-fähige Geschäftsmodelle am besten einsetzen, um nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu erlangen. So kann das Potenzial der Cloud zur Transformation interner Abläufe, Kundenbeziehungen und Wertschöpfungsketten der Branche ausgeschöpft werden.

---

# Die Leistungsfähigkeit von Cloud-Lösungen

## *Förderung der Innovation im Geschäftsmodell*

Clouds üben bereits einen maßgeblichen Einfluss auf das Berufs- und Alltagsleben aus. Von Kunden, die Cloud Computing möglicherweise unwissentlich nutzen, um ihre Lieblingsmusik abzurufen, bis hin zu Unternehmen, die damit leistungsstarke Ressourcen bewusst ausschöpfen. Nachdem die technischen Möglichkeiten bereits für viel Aufsehen gesorgt haben, erstrecken sich die Vorteile der Einführung von Cloud-Technologien nun gegenwärtig auch auf den Unternehmensbereich.

Um genauer beurteilen zu können, wie Organisationen heutzutage Cloud-Lösungen nutzen und deren Leistungsfähigkeit zukünftig ausschöpfen wollen, haben wir in Kooperation mit der Economist Intelligence Unit weltweit 572 Unternehmensleiter und IT-Führungskräfte dazu befragt. Unsere Nachforschungen ergaben, dass Cloud-Lösungen zwar weitgehend als maßgebliche Technologie anerkannt werden, sie jedoch von relativ wenigen Unternehmen aktiv genutzt werden, um die Innovation im Geschäftsmodell voranzutreiben.

### **Die vielversprechenden Zukunftsaussichten**

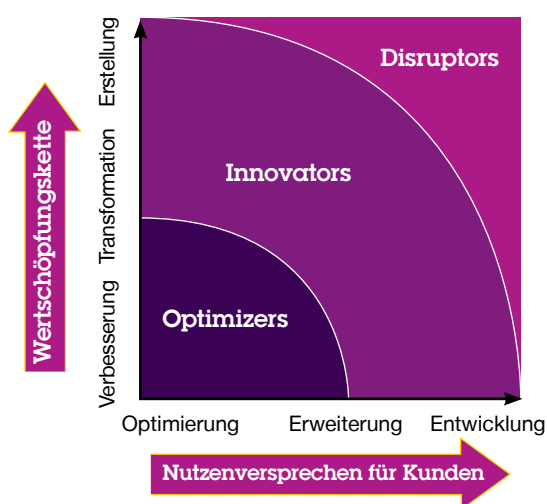
Anlässlich unserer Befragung von Unternehmensleitern und IT-Führungskräften haben wir festgestellt, dass Organisationen jeder Größe und Branche unabhängig von ihrem Standort Cloud-Lösungen dafür nutzen, die Komplexität und Kosten zu senken, die mit traditionellen IT-Ansätzen verbunden sind. Rund drei Viertel der Führungskräfte in unserer Umfrage gaben an, dass in ihren Unternehmen Cloud-Lösungen getestet, eingeführt oder weitgehend implementiert wurden – 90 Prozent gehen davon aus, dass dies innerhalb von drei Jahren geschehen wird. Und die Anzahl der Befragten mit weitgehend implementierten Cloud-Lösungen in ihren Unternehmen wird sich in den nächsten drei Jahren voraussichtlich von aktuell 13 auf 41 Prozent erhöhen.



Die Welt durchlebt zurzeit eine digitale und mobile Transformation, d. h. es sind mehr Informationen als je zuvor verfügbar, und diese lassen sich rascher und über eine Vielzahl von Medien abrufen. Unsere Nachforschungen zeigen, dass sechs zentrale Cloud-Attribute die Innovation im Geschäftsmodell fördern können. Wir haben sie „Business Enabler“ genannt; Kostenflexibilität, geschäftliche Skalierbarkeit, Marktanpassungsfähigkeit, verdeckte Komplexität, kontextgesteuerte Variabilität sowie Anbindung an Ökosysteme.

Business Enabler für Clouds fördern bereits die Innovation im Bereich der Nutzenversprechen für Kunden sowie der Wertschöpfungsketten von Unternehmen und Branchen. Unternehmen nutzen Cloud-Lösungen, um neue Einnahmenquellen zu schaffen. Zu diesem Zweck verbessern und erweitern sie bestehende Nutzenversprechen für Kunden. Zudem werden Clouds dafür genutzt, neue Wertschöpfungsketten für Unternehmen und Branchen zu optimieren, zu transformieren und zu generieren. Dies führte zu einer Verlagerung des Orts sowie der Art und Weise, wie diese generiert, bereitgestellt und genutzt wird.

#### Cloud-Enablement-Framework



Quelle: Analyse des IBM Institute for Business Value, 2012.

Abbildung 1: Mithilfe des Cloud-Enablement-Frameworks können Unternehmen bewerten, inwieweit sich die Implementierung von Cloud-Lösungen auf Nutzenversprechen und Wertschöpfungsketten auswirkt.

#### Cloud-Enablement-Framework

Unter Berücksichtigung des Umfangs, in dem sich die Cloud-Nutzung einer Organisation auf Nutzenversprechen und Wertschöpfungsketten als Dimensionen auswirken kann, haben wir ein „Cloud Enablement-Framework“ geschaffen, das durch drei Geschäftsmodelle gekennzeichnet ist: Optimizers, Innovators und Disruptors (siehe Abbildung 1). Diese Modelle beschreiben die Auswirkungen einer Cloud-basierten Geschäftsstrategie eines Unternehmens. Sie beziehen sich auf den Umfang, in dem ein Unternehmen Nutzenversprechen für den Kunden verbessert und erweitert – und auf die Art und Weise, wie es neue Wertschöpfungsketten optimiert, transformiert und generiert.

**Optimizers.** Nutzen die Cloud, um das Nutzenversprechen für ihre Kunden schrittweise zu verbessern, während sie die Effizienz der Organisation optimieren.

**Innovators.** Nutzen die Cloud, um das Nutzenversprechen für den Kunden erheblich zu erweitern – dies bringt neue Einnahmenquellen mit sich. Sie wandeln ihre Rolle innerhalb ihrer Branche oder begeben sich in benachbarte Märkte oder Branchenbereiche.

**Disruptors.** Sie bringen gänzlich unterschiedliche Nutzenversprechen hervor und generieren neue Kundenbedürfnisse. Sie erlangen einzigartige Wettbewerbsvorteile, indem sie neue Branchen oder Märkte schaffen oder bestehende Branchen oder Märkte auflösen.

Das Framework ist kein Reifegradmodell. Wir erwarten oder empfehlen nicht, dass Organisationen zunächst als Optimizers starten und im späteren Verlauf zu Innovators und Disruptors werden. Eine Organisation sollte stattdessen Faktoren, wie beispielsweise Unternehmensstrategie, Risikoprofil und Wettbewerbslandschaft nutzen, um ihren Platz im Cloud-Enablement-Framework zu bestimmen.

Unternehmen müssen die verschiedenen Möglichkeiten bewerten, mit denen sich Clouds als Optimizers, Innovators oder Disruptors optimal nutzen lassen. Zudem müssen sie die beste Gelegenheit wahrnehmen, um ihren konkreten Rahmenbedingungen oder ihrem Produkt-/ Servicemodell zu entsprechen.

---

## Verfasser

**Dr. Saul J. Berman**  
*saul.berman@us.ibm.com*

**Lynn Kesterson-Townes**  
*LKT@us.ibm.com*

**Anthony Marshall**  
*anthony2@us.ibm.com*

**Dr. Rohini Srivathsa**  
*rohini.srivathsa@in.ibm.com*

## Wichtige Ansprechpartner

**Saul Berman**  
VP und Global Lead Partner  
for Strategy Consulting and  
Innovation and Growth  
IBM Global Business Services  
*saul.berman@us.ibm.com*

**Matt Porta**  
VP und Partner  
Global Technology Strategy  
IBM Global Business Services  
*matt.porta@us.ibm.com*

**Rohini Srivathsa**  
Associate Partner  
Strategie und Transformation  
Kompetenzcenter  
Globally Integrated  
Capabilities Leader  
IBM Global Business Services  
*rohini.srivathsa@in.ibm.com*

---

Unternehmen auf der ganzen Welt erkennen zunehmend Möglichkeiten, die Clouds bieten, um neue Geschäftsmodelle zu generieren und nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu fördern. Unabhängig davon, ob Sie sich als Optimizers, Innovators oder Disruptors etablieren möchten, werden erfolgreiche Organisationen die Cloud als Schwerpunkt nutzen, um sich auf dem Weg zu höherer Wertschöpfung und größerem Erfolg vom Markt abheben zu können.

Wenn Sie mehr über diese Studie erfahren oder den vollständigen Bericht erhalten möchten, besuchen Sie uns im Internet unter: [ibm.com/gbs/powerofcloud](http://ibm.com/gbs/powerofcloud)

Möchten Sie zu den Ersten gehören, die aktuelle Einblicke des IBM Institute for Business Value erhalten? Abonnieren Sie IdeaWatch, einen monatlich erscheinenden E-Newsletter mit Executive Reports, die strategische Informationen und Empfehlungen auf Basis unserer Forschungen enthalten: [ibm.com/gbs/ideawatch/subscribe](http://ibm.com/gbs/ideawatch/subscribe)

---

## Wie kann IBM helfen?

IBM befindet sich in einer einzigartigen Marktposition mit Beratungsservices und unternehmenstauglichen Cloud-Lösungen. Wir sind bestens positioniert, um mit unseren Kunden mögliche Cloud-Einstiegspunkte zu identifizieren, bei denen es darum geht, Geschäftsmodelle mittels Cloud neu zu definieren, anstatt nur Kosten zu senken. Dazu zählen:

- Beratungsservices für Unternehmens- und Technologiestrategie, die Kunden dabei unterstützen, Cloud-Lösungen zur Entwicklung umsetzbarer Strategien zu nutzen und ihre Geschäfte, Arbeitsabläufe und Organisationen durch technologischen Mehrwert neu zu definieren.
- IBM SmartCloud, die Enterprise-Cloud-Plattform zur Servicebereitstellung der nächsten Generation, bietet Kunden eine beispiellose Kontrolle der Servicequalität. Diese gemeinsame IBM Architektur für Private, Public und Hybrid Clouds basiert auf Hardware, Software, Services und bewährten Verfahren von IBM.
- Ein robustes Servicepaket auf Basis der IBM SmartCloud: Desktop, Computing, Speicher, Backup, SAP, Sicherheit und Unified Communications.
- Managementservices für Beratung, Entwicklung, Implementierung und Infrastrukturkomponenten schaffen eine IT-Umgebung, die dynamisch genug ist, um die Implementierung von Cloud-Computing effektiv zu unterstützen.

Um mehr darüber zu erfahren, wie Sie auf dem Weg zum Cloud-Computing mit IBM zusammenarbeiten können, besuchen Sie bitte: [ibm.com/cloud-computing/de/de](http://ibm.com/cloud-computing/de/de).

---



---

IBM Deutschland GmbH  
IBM-Allee 1  
71139 Ehningen  
**ibm.com/de**

IBM Österreich  
Obere Donaustrasse 95  
1020 Wien  
**ibm.com/at**

IBM Schweiz  
Vulkanstrasse 106  
8010 Zürich  
**ibm.com/ch**

IBM, das IBM Logo, ibm.com und IBM SmartCloud sind Marken oder eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Sind diese und weitere Markennamen von IBM bei ihrem ersten Vorkommen in diesen Informationen mit einem Markensymbol (® oder ™) gekennzeichnet, bedeutet dies, dass IBM zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Informationen Inhaber der eingetragenen Marken oder der Common-Law-Marken (common law trademarks) in den USA war. Diese Marken können auch eingetragene Marken oder Common-Law-Marken in anderen Ländern sein. Eine aktuelle Liste der IBM Marken finden Sie auf der Webseite „Copyright and trademark information“ unter **ibm.com/legal/copytrade.shtml**.

Weitere Unternehmens-, Produkt- und Servicenamen können Marken anderer Hersteller/Anbieter sein.

Hinweise auf IBM Produkte oder Dienstleistungen in dieser Veröffentlichung bedeuten nicht, dass IBM diese in allen Ländern anbietet, in denen IBM vertreten ist.

© Copyright IBM Corporation 2013



Bitte der Wiederverwertung zuführen