Cloud-Services aus einer Hand

CLOUD-MARKTPLÄTZE Immer mehr Cloud-Angebote drängen auf den Markt. Die Marktransparenz gewinnt damit an Bedeutung. Cloud-Onlinemarktplätze als Intermediatoren zwischen Cloud-Anbietern und Cloud-Endkunden können einen Überblick verschaffen.

VON Stella Gatziu Grivas, Claudio Giovanoli und Manuela Graf

Mit zunehmendem Druck der digitalen Transformation steigt auch das Interesse, neue Technologien rasch einsetzen zu können. Dies bringt aber neue Herausforderungen mit sich. So wird es für Unternehmen zunehmend schwieriger, geeignete Lösungen und Anbieter zu finden. Viele Cloud-Service-Provider dienen sehr spezifischen Cloud-Bereichen und variieren stark in Bezug auf ihre Spezifikationen und Preisgestaltung.

Diese Fragmentierung des Marktes erhöht die Komplexität in Bezug auf Auswahl, Integration, Pflege und Nutzung dieser Dienstleistungen, was oftmals auf den Endkunden abschreckend wirkt. Der erhöhte Bedarf an einer Kombination von Services von verschiedenen Providern bringt zusätzlichen Aufwand für den Cloud-Endkunden mit sich, wie etwa den Aufbau von Beziehungen zu diversen Providern oder die Rechnungsstellung an verschiedene Partner und in unterschiedlichen Formaten.

VEREINFACHUNG DURCH MARKTPLATZ

Abhilfe versprechen sogenannte Cloud-Marktplätze, also Onlinemarktplätze, die ein vielfältiges Angebot an Cloud-Dienstleistungen aufweisen. Solche Marktplätze ermöglichen es dem Endkunden, alle seine benötigten Dienstleistungen aus einer Hand zu beziehen, auch wenn diese von verschiedenen Herstellern stammen. Sie bilden somit ein eigenständiges Ökosystem rund um Cloud-Dienstleistungen. Die Hauptaufgabe eines Cloud-Marktplatzes besteht darin, Anbietern von Cloud-Services eine Onlineplattform zu bieten, damit Dienstleistungen nach Themengebieten wie beispielsweise Business-Applikationen klassifiziert dem Endkunden zur Verfügung gestellt werden können.

Ein Cloud-Marktplatz bietet eine Reihe von Kernfunktionalitäten, die den Bezug der Services vereinfachen sollen und so den Cloud-Endkunden unterstützen:

- **Provisionierung** ermöglicht ein Angebot des bestmöglichen Services basierend auf den Bedürfnissen des Kunden.
- **Billing** arrangiert die Rechnungsstellung aus einer Hand auch über verschiedene Dienstleistungen hinweg respektive konsolidiert.
- **Reporting** unterstützt die Erstellung von Reports aus entsprechend gewählten Daten und Darstellungen in ausgewählten Grafiken.
- **Self-Care** bietet dem Kunden die Möglichkeit, gewisse Funktionen selbst vorzunehmen beziehungsweise zu verwalten:
- **Zurücksetzen** des Passwortes
- **Bearbeiten** von Kontaktdaten
- **Herunterladen** von Benutzerhandbüchern

Cloud-Marktplätze: wolkenlose Klarsicht nicht gerade, aber eine bessere Übersicht über die vielfältigen Angebote.

Bild: thinkstock.com, KochPhoto

Im Fokus stehen dabei auch Punkte, die dem Kunden einen Mehrwert bieten wie beispielsweise die Reduktion der Kosten, einfache Bedienbarkeit, den vereinfachten Zugriff auf Services und einen vereinheitlichten Support.

ENTSCHEIDENDE VORTEILE

Anbieter von Cloud-Services sehen sich mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert. So gilt es vor allem, die eigenen Services mit entsprechender Servicequalität anbieten zu können, und dies zu einem ansprechenden Preis. Oftmals fehlen dazu aber Referenzen und Vorgaben, an denen man sich orientieren kann. Viele Marktplätze bedingen daher, dass entsprechende Standards seitens der Anbieter, wie beispielsweise für den Datenaustausch oder zum Datenschutz, eingehalten werden müssen, bevor die Services dort angeboten werden können.

Cloud-Marktplätze sollen zudem den Cloud-Anbietern eine benutzerfreundliche Bedienung auf einem One-Stop-Shop-Ansatz ermöglichen. Ein Cloud-Marktplatz bietet Kernfunktionalitäten wie:

- **Sales:** Dieser Bereich bietet Funktionen, die es speziell sogenannten Resellern ermöglichen, Angebote für Kunden masszuschneidern.
- **Support:** Zur Verfügung stehende Informationen für die reibungslose Bereitstellung von Cloud-Marktplätzen sowie ein Ticketing-System, das einfach zu bedienen ist.

Wo nötig, erhalten die Anbieter entsprechende Hilfestellung bei Fragen rund um den Cloud-Marktplatz. Zudem werden die Anbieter darin unterstützt, ihre Produkte auf einfache Weise bereitzustellen, beziehungsweise zu vermarkten. Bezüglich Reichweite der Kundschaft wird so auch ein schneller und breiter abgestützter Markteintritt für gängige wie auch neue Cloud-Services ermöglicht.

AKTUELLER STAND UND TRENDS

Über Cloud-Marktplätze angeboten werden zurzeit hauptsächlich Services rund um Messaging, Business-Applikationen, Backup und Storage sowie Plattform- und Infrastruktur-Dienstleistungen. Dieses Angebot wird aber stetig ausgebaut. Dabei zeichnet sich ein klarer Trend ab hin zu einem Angebot von immer mehr sogenannten hybriden Services, einer Mischung von Dienstleistungen, die in Private- und Public-Cloud-Umgebungen laufen. Die Cloud-Marktplätze bieten eine breitere Anlaufstelle für derartige Lösungen und das Management kann von einem zentralen Ort aus abgewickelt werden. Dies verringert die Komplexität dieser Angebote stark und macht sie attraktiver.

Nebst dieser Entwicklung werden auch zunehmend ISV von Cloud-Marktplätzen angesprochen. Bei ISV handelt es sich um Independent Software Vendors, also um Anbieter, die ihre eigens entwickelte Software den Kunden zur Verfügung stellen möchten. Cloud-Marktplätze bieten eine Plattform für unabhängige Anbieter, die so Zugang zu einer grösseren potentiellen Kundschaft erhalten.

ERSTE ERKENNTNISSE DER FHNW-STUDIE

Wie eine laufende Kurzstudie der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW zeigt, werden diese generellen Angebote von vielen nationalen wie auch internationalen Cloud-Marktplätzen berücksichtigt und angeboten. Erste Erkenntnisse zeigen jedoch, dass aufgrund der teils sehr unterschiedlichen Darstellung sowie verschiedenster Angebote die Wahl eines für sie passenden Cloud-Marktplatzes aus Sicht der Kunden eher schwierig ist. Es gibt die bekannteren Anbieter wie Microsoft, Amazon oder auch kleinere wie ALSO, die teils dieselben Funktionalitäten und Kernservices ermöglichen. Oftmals gilt es seitens der «potenziellen» Kunden die jeweilige Plattform zuerst einmal auszutesten, um feststellen zu können, was der Cloud-Marktplatz alles zu bieten hat. Derzeit gibt es keine Gegenüberstellungsmöglichkeiten im Internet, um diese Cloud-Marktplätze bezüglich der jeweiligen Vorteile ihrer einzelnen Angebote zu vergleichen.

AUTORINNEN UND AUTOREN

- Prof. Dr. Stella Gatziu Grivas ist Leiterin des Kompetenzschwerpunktes Cloud Computing und Dozentin an der Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
- Claudio Giovanoli ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Kompetenzschwerpunkt Cloud Computing.
- Manuela Graf ist Masterstudentin im Studiengang Business Information Systems an der FHNW und der Universität Camerino