

Link: <https://www.computerwoche.de/a/cloud-konzept-fuer-den-deutschen-markt,2509991>

HP cCell Services

Cloud-Konzept für den deutschen Markt

Datum: 19.04.2012

Autor(en):Christian Reichenbach

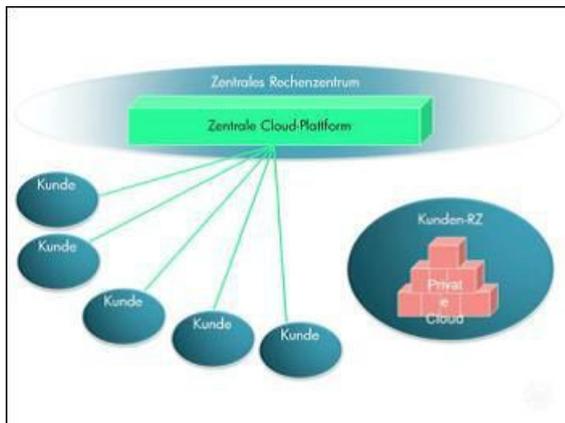
Neben einer Vielzahl von Vorteilen bringt das Cloud Computing für die deutsche Firmenlandschaft eine Reihe besonderer Herausforderungen mit sich. Ein speziell auf die hiesigen Rahmenbedingungen abgestimmtes Delivery-Modell für Cloud-Dienste soll Unternehmen dabei helfen, diese Hürden zu nehmen.



Foto: SIGNTIME/Fotolia.de

Verkürzte Wirtschaftszyklen, die Globalisierung, neue Geschäftsmodelle und immer kürzere Produktzyklen treiben die Nachfrage nach IT-Angeboten, die sich flexibel, kostengünstig, sicher und hochskalierbar an den Bedürfnissen der Unternehmen ausrichten lassen. Dies erfordert neue Bereitstellungsmodelle in der IT, wie etwa den Bezug von standardisierten IT-Services aus der Cloud. Dabei weichen teure Infrastruktur- und Softwareinvestitionen nutzungsabhängigen, flexiblen Kosten. Die IT wird von Standard-Betriebsaufgaben entlastet, und neue Services stehen quasi auf Knopfdruck in wenigen Minuten oder Stunden zur Verfügung. Die Mitarbeiter können so auf die strategischen Aufgaben fokussieren, schnell neue Prozessanforderungen in den ERP-Systemen abzubilden, Anforderungen neuer Geschäftskonzepte mit den passenden IT-Lösungen zu realisieren und neue Geschäftsmodelle und IT-basierte Innovationen im Produkt zu ermöglichen. Der IT-Bereich wandelt sich durch Cloud-Technologie idealtypisch vom Technik- und Support-Center zum Service-Aggregator und Service Broker im Supply Management und zum Service Innovator und Prozessarchitekt im Demand Management, das eng an den Anforderungen der Geschäftsbereiche agiert.

Cloud bringt neue Komplexität



Heute haben Unternehmen und öffentliche Verwaltungen nur die Wahl zwischen kommerziellen Cloud-Diensten aus zentralen Rechenzentren oder selbstgebauten Cloud-Diensten aus einer Private Cloud. HP cCell Services bricht diese Beschränkung mit einem dezentralen Cloud-Modell auf.

Foto: Hewlett-Packard

Soweit die Theorie. Die Realität sieht oft etwas anders aus. Anstelle komplexer Technologie treten plötzlich neuartige und komplexe Lieferbeziehungen. One-Stop-Shopping ist nämlich bei Cloud-Diensten bisher nicht die Regel: Unternehmen brauchen unterschiedliche Dienste mit unterschiedlicher Verfügbarkeit und Sicherheit. Und dieses Portfolio gibt es meist nicht aus einer Hand. Beziehen CIOs aber ihre IT-Services von unterschiedlichen Anbietern, sind sie für die Integration zuständig, was die internen Kapazitäten erheblich beanspruchen kann. Die Auswahl an Services und Providern wächst rasant. Doch die Qualität vieler Dienste und Anbieter ist schwierig zu bewerten, da Erfahrungsberichte von Referenzkunden subjektiv sind und aussagekräftige Zertifizierungen wie etwa das Eurocloud-Siegel des eco-Verbands der Internetwirtschaft sich noch nicht breit durchgesetzt haben. Erst recht gilt dies für Preisvergleiche: Angeblich transparente Preismodelle offenbaren bei näherem Hinsehen meist gut versteckte Fixkosten und Sondergebühren für dieses und jenes. Oder es ergeben sich Probleme dabei, die Menge der gerade beanspruchten Ressourcen zu kontrollieren.

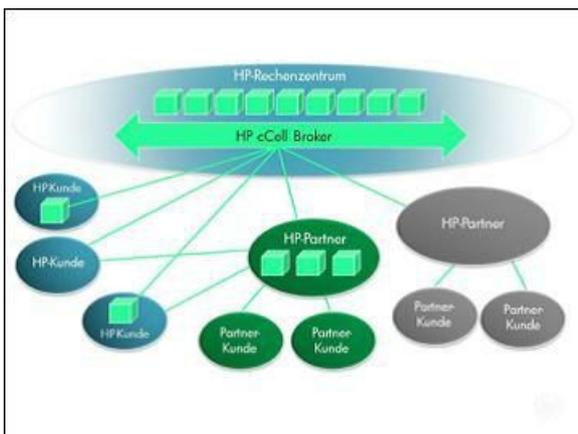
Ein heißes Eisen ist schließlich die Sicherheit, hier dürfen IT-Verantwortliche keine Kompromisse machen. Das liegt auch an der starken Rolle, die der Datenschutz in der deutschen Gesetzgebung und Rechtsprechung spielt. Wer sich nicht sicher sein kann, wo seine Daten lagern, ob Datenschutzregeln respektiert werden und dass unkontrollierbare Zugriffe auf Firmeninformationen unterbleiben, verzichtet im Zweifel lieber auf externe Cloud-Services, mögen sie theoretisch auch noch so verlockend sein.

Der deutsche Cloud-Markt wächst

Dennoch überwiegen für immer mehr Unternehmen die Vorteile von Cloud-Modellen, was sich in starkem Marktwachstum widerspiegelt: Nach Daten des ITK-Branchenverbands BITKOM betrug das Volumen des deutschen B2B-Cloud-Markts im vergangenen Jahr 1,9 Milliarden Euro. Derzeit wächst der Markt mit 70 Prozent jährlich. Für das Jahr 2015 prognostiziert der BITKOM dem Business-Cloud-Markt ein Volumen von 8,2 Milliarden Euro. Laut einer Umfrage des Branchenverbands 2011 sahen 62 Prozent der Befragten Cloud als Thema des Jahres. Der Cloud-Einstieg gerade mittelständischer und kleiner deutscher Unternehmen vollzieht sich jedoch langsamer als in anderen Ländern. Zwar steigt das Interesse laut dem "HP Cloud Index" auch hier signifikant an, aber zwei Drittel der befragten Mittelständler haben sich noch gar nicht oder nur oberflächlich mit dem Thema beschäftigt. Erst fünf Prozent nutzen externe Cloud-Angebote, was unter anderem an der dezentralen Struktur des deutschen IT-Markts liegt: KMU vertrauen in erster Linie den vielen tausend IT-Dienstleistern, System- und Softwarehäusern, die deren IT-Infrastrukturen seit Jahrzehnten erfolgreich aufbauen, erweitern und warten. Öffentliche Auftraggeber setzen ganz ähnlich auf ein Netzwerk einiger Hundert bewährter öffentlicher, halböffentlicher und privater Dienstleister, um sich mit IT zu versorgen. Hinzu kommt eine im internationalen Vergleich große Zurückhaltung bei der Auslagerung von IT: In Deutschland liegt die Outsourcing-Quote bei 13 Prozent, in Großbritannien beispielsweise bei 23 Prozent (Quelle: PAC Market Figures, Western Europe, North America).

Deshalb konnte sich Cloud Computing hier bisher nicht auf breiter Front durchsetzen. Was fehlte, war ein Cloud-Konzept, das diese speziellen Rahmenbedingungen berücksichtigte. Diese Lücke sollen die speziell auf die Gegebenheiten des deutschen Marktes zugeschnittenen HP cCell Services schließen.

Neues Cloud-Modell für den deutschen Markt



Mit HP cCell Services können Kunden erstmals wählen, von welchem Betriebsort sie kommerzielle Cloud-Dienste beziehen möchten: aus dem eigenen Rechenzentrum, von einem regionalen IT-Partner oder von HP. Eine zentrale Makler-Plattform sorgt für die Verwaltung und Verteilung der Cloud-Dienste, die von einem Ökosystem an System- und Softwarehäusern bereitgestellt werden.
Foto: Hewlett-Packard

HP cCell Services ist ein neues Delivery-Modell für Cloud-Dienste. Es baut auf bereits bekannten HP-Technologien - HP Cloud System, HP Aggregation Platform und HP Utility Services - auf und führt unterschiedliche IT-Dienste, Bereitstellungsorte und -arten von Services unter einem Dach zusammen. Die HP cCell Services wurden explizit für den deutschen Markt entwickelt. Besonderes Merkmal des Modells ist seine Flexibilität, die für eigenständige Aktivitäten des Channels Raum lassen und die Wahlmöglichkeiten von Anwendern erweitern soll, ohne dadurch den technischen Aufwand zu erhöhen. So können Anwender einen Service, der von verschiedenen Anbietern innerhalb des Gesamtportfolios vorgehalten wird, dort beziehen, wo es für sie am günstigsten ist.

Auch wenn Unternehmen im Rahmen der HP cCell Services viele unterschiedliche Dienste aus unterschiedlichen Quellen nutzen, verwalten sie alle Dienste über dieselbe Oberfläche. Dabei müssen sie die Services nicht mal untereinander integrieren. Das einzige, was der Anwender selbst oder mit Hilfe eines lokalen IT-Partners in die Hand nehmen muss, ist die Verbindung des über HP cCell Services bezogenen Dienstportfolios mit der eigenen IT.

Transformation leicht gemacht

Als eine wesentliche Komponente der cCell Services hebt HP entsprechende Consulting-Leistungen hervor: Sie sollen Cloud-Einsteiger bei der Transformation ihrer IT in Richtung Cloud-IT unterstützen. Schließlich ist Cloud Computing kein Selbstzweck, sondern soll konkreten, auf die Kerngeschäftsprozesse bezogenen Mehrwert generieren und Kosten senken. Dabei können HPs cCell Services die Spielräume für einen Einstieg in die Cloud erheblich erweitern. Wird sich doch kaum ein Unternehmen auf einen Schlag von seiner gesamten internen IT trennen. Die Transformationsberatung sorgt dafür, dass organisatorisch-personelle Fragen beim Einstieg in das Cloud Computing nicht zu kurz kommen. Denn ein neues Delivery-Modell, sei es auch noch so vorteilhaft, verändert den Alltag der IT-Abteilung erheblich. Wer es gewohnt ist, über einen gigantischen Server- und Speicherzoo zu herrschen, wird nicht unbedingt begeistert sein, künftig vor allem Beschaffungsentscheidungen zu treffen. Und: Wer im Nu neue Server bestellen kann, bestellt eventuell mehr, als er braucht. Cloud wird daher nur sicher zum Erfolg, wenn die oberste Geschäftsleitung das Projekt trägt und alle betroffenen Mitarbeiter von Anfang an einbezieht. Dabei hilft ein Transformationsworkshop.

Mehr zum Thema Cloud

- **Schaffen Sie Klarheit in Ihrer Cloud-Strategie**²
- **Schlüssel zum erfolgreichen Cloud Management**³
- **Die Converged Cloud von HP**⁴

Die Mindestbezugsdauer für eine beim Kunden oder im HP-Rechenzentrum aufgebaute Private Cloud sowie Erweiterungsmodule liegt bei einem Monat. Die einzelnen Services lassen sich für die Dauer ab einem Tag mieten. Bestellte Services sind innerhalb von einer Stunde oder schneller verfügbar, so dass die IT-Infrastruktur des Anwenders tatsächlich atmen kann. Die Tagespreise pro Dienst variieren je nach gewähltem Service Level. Weitere Informationen finden Sie unter www.hp.com/de/ccell¹.

Links im Artikel:

¹ <http://www.hp.com/de/ccell>

² <http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=5147>

³ <http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=5148>

⁴ <http://youtu.be/TDmGRjtzNG8>