

## Die Schlacht um die Wolke

**Author :** Carsten Wagener

*Cloud, Internet of Things, künstliche Intelligenz, Big Data, Digitalisierung – diese Begriffe begegnen uns mittlerweile täglich. Sie sind so selbstverständlich geworden, dass wir ihre Tragweite und die Veränderungen, die damit verknüpft sind, oftmals vergessen. Auf dem internationalen Parkett hat das Rennen um Übernahmen so richtig Fahrt aufgenommen.*

Einen Vorgeschmack auf die Relevanz dieser Themen gaben in diesem Jahr die Softwarehersteller SAP und Salesforce, die sich mit beeindruckenden Übernahmen eine wahre Schlacht um den größten Einfluss in diesen zukünftigen Märkten lieferten. Aber der Reihe nach: Mit wachsender Rechengeschwindigkeit und Speichergröße ist es möglich geworden, große Datenmengen sinnvoll zu verarbeiten. Und das ist nicht mehr nur den Super-Computern vorbehalten, sondern kann mittlerweile – aufgrund globaler Vernetzung durch das Internet – auch mit deutlich geringeren Investitionen in die Hardware realisiert werden, sodass der Zugang zu Big Data-Lösungen für jedermann erschwinglich geworden ist.

### Willkommen in der Cloud

Allgemein hat die Bedeutung von *On Premise-Lösungen* dank eines schnelleren und vor allem mobilen Internetzugangs nachgelassen. Es ist heute effizienter und leichter, seine Daten und Anwendungen überall zur Verfügung zu haben, sodass die Cloud sich klar durchgesetzt hat und die Investitionen in diese Technologie sprunghaft gestiegen sind. Bei Industrielösungen, die einer kurzen Reaktionszeit bedürfen, geht die Entwicklung noch weiter, und zwar in Richtung sogenannter *Edge-Lösungen*. Diese speichern und verarbeiten Daten vor Ort und bringen so die Cloud in unmittelbare Nähe zum Anwender. Dadurch wird die Reaktionszeit erhöht, etwa um Maschinen abzuschalten.

Diese technologischen Entwicklungen bilden die Basis der Digitalisierung, des wohl wichtigsten aktuellen Trends. Erst jetzt haben wir die Technologie zur Verfügung, smarte Geräte überall im Alltag einsetzen zu können. Alle diese Geräte und die Computer sind in der Cloud miteinander vernetzt und tauschen Daten aus. Künstliche Intelligenz hilft den Geräten, sich selbst zu steuern. Die gewonnenen Daten geben ungeahnte Einblicke in die Wünsche und Anforderungen der User.

### Digitale Netze knüpfen

Der Softwarehersteller Salesforce, ein Spezialist für CRM-Software, hat die neuen Möglichkeiten früh erkannt und seine Strategie diesbezüglich darauf hingehend ausgerichtet, dass hinter jedem IoT-Gerät ein Kunde steckt.

Salesforce definiert diese Strategie als IoC, das Internet of Customers, die weit über die bisherigen Möglichkeiten eines CRM-Systems hinausgeht. Per IoC gibt der Kunde laufend individuelles Feedback über seine Nutzung.

Die Walldorfer SAP AG, einer der größten ERP-Anbieter weltweit, hat diesen Trend ebenfalls erkannt. So entwickelte sich das Unternehmen vom reinem ERP-Anbieter zu einem umfassenden Lösungsanbieter für jeden Unternehmensbereich. Auch SAP bereitet sich auf die Zukunft vor und wandelt sich vom *On Premise*-Anbieter zu einem Cloud-Dienstleister.

### Know-how-Gewinn durch M&A

Beiden Unternehmen ist klar, dass sie die notwendige Technologie und die notwendige Expertise organisch nicht in kurzer Zeit aufbauen können. Daher nutzen beide M&A, um die richtigen Targets zu identifizieren und zu übernehmen. Sie realisierten so in diesem Jahr die zwei größten Deals im Cloud-/IoT-Markt.

- Im März dieses Jahres erwarb Salesforce für gut 6,5 Mrd. Euro MuleSoft. Das entspricht einer Bewertung von mehr als dem 15-fachen Umsatz – und liegt damit über 50 Prozent der üblichen Bewertungen im IoT-Sektor. Mulesoft startete 2006 mit einer Integrationslösung, die Software as a Service-Anwendungen

(SaaS-Anwendungen) mit klassischer On Premise-Software verbinden sollte. Im Laufe der Jahre entwickelte das Unternehmen seine Lösung zu einer Integration Plattform as a Service (IPaaS) weiter. Ziel der Übernahme ist es, alle Daten in einem Unternehmen, über alle Infrastrukturen hinweg, miteinander zu verknüpfen.

- SAP antwortet mit der Übernahme von Qualtrics für 8 Mrd. Euro, was dem 14-fachen Umsatz des Unternehmens entspricht. Qualtrics zählt zu den weltweiten Pionieren im Softwarebereich Experience Management (XM). Das Unternehmen sammelt weltweit für Firmen Daten, insbesondere Rückmeldungen zu Kunden, Mitarbeitern, Produkten und Marken, die unmittelbar ausgewertet werden können. Das gebe SAP einen Vorteil gegenüber den Wettbewerbern, die sich weiter auf rückwärts gerichtete Daten stützten, begründete SAP-Chef Bill McDermott den Deal. Bereits Anfang des Jahres hatte SAP den Salesforce-Konkurrenten Callidus für 2,4 Mrd. Euro gekauft. Das Unternehmen bietet Lösungen für Sales Performance Management (SPM), also die Erfolgsmessung, und für Configure Price Quote (CPQ), die Preisgestaltung komplexer Produkte, an. Dazu gibt es personalisierte Empfehlungen für den Vertrieb, da die Software die Daten mithilfe maschinellen Lernens umfassend auswertet.

*Cloud, Internet of Things, künstliche Intelligenz, Big Data, Digitalisierung – diese Begriffe begegnen uns mittlerweile täglich. Sie sind so selbstverständlich geworden, dass wir ihre Tragweite und die Veränderungen, die damit verknüpft sind, oftmals vergessen. Auf dem internationalen Parkett hat das Rennen um Übernahmen so richtig Fahrt aufgenommen.*

## Cloud versus On Premise-Lösungen

SAP und Salesforce sind auch aus einem anderen Grund ein geeignetes Beispiel für die signifikante Umwälzung im Softwaremarkt. Auf der einen Seite steht der etablierte Hersteller, dessen Umsatz noch zu einem großen Teil auf On Premise-Lösungen beruht. Und das mit allen Problemen: Systemvarianten mit unterschiedlichen Anpassungen sind ein Albtraum in Administration und Wartung. Sicherlich erzeugt das Lizenzgeschäft stabile Umsätze, jedoch sind Aktualisierungen und neue Produkte nur schwer beim Kunden zu platzieren.

Auf der anderen Seite befindet sich Salesforce. Ein im Vergleich junges Unternehmen, welches konsequent auf die Cloud gesetzt hat und daher agil und flexibel anbieten kann. Auch gibt sich Salesforce selbstbewusst und hat schon 2014 behauptet, SAP in zehn Jahren überholt zu haben. Und das nicht nur im Bereich CRM, sondern mit umfassender Businesssoftware bei jeder Unternehmensanforderung. Da kein langes Erbe von verschiedenen, festinstallierten Systemen mit sich herumgetragen werden muss, geht der Punkt in Sachen Flexibilität sicherlich klar an Salesforce.

## Konkurrenz belebt das Geschäft

Aber nicht nur Salesforce und SAP sind gute Beispiele für die zunehmende Konkurrenzsituation. Amazon, der unangefochtene Platzhirsch im Public Cloud-Bereich, wird massiv von Microsoft verfolgt. Auch Google hat angekündigt, massiv in die Public Cloud zu investieren. Alle diese Bemühungen verfolgen das Ziel, den dominierenden Zugang zu Informationen rund um die Nutzer zu sichern.

Gern vergessen wird der Fakt, dass ein ganz anderer Anbieter die umfassendste Sammlung an Kundenprofilen hat: Oracle, ein weiterer Konkurrent von SAP und Salesforce, hat mittlerweile mehr als 3 Mrd. Kundenprofile gesammelt. Darüber hinaus haben auch Technologieunternehmen wie etwa Siemens in den vergangenen Jahren Milliarden in den Bereich IoT investiert und zielen hier auf einen signifikanten Einfluss ab.

## Fazit

Die künftige Entwicklung wird also spannend bleiben. Einerseits die Frage, wer das Rennen um die Cloud gewinnt. Andererseits die Frage, was diese Entwicklung mit der Gesellschaft anstellen wird. Aber auch für mittelständische Anbieter solcher Dienstleistungen und Produkte ergeben sich direkte Konsequenzen, da sich die Kundenwünsche und Nachfragestrukturen entsprechend ändern. App Stores und ähnliche Vertriebskanäle eröffnen auch kleinsten Softwareanbietern neue Möglichkeiten.

## Zu den Personen



**Jan Hatje** ist Vorstand bei Oaklins und leitet im Unternehmen die weltweit tätige Technology Group. **Carsten Wagener** ist Senior Associate und hat sich auf den TMT- und Energiemarkt spezialisiert. Gerade im Bereich IoT verfügt Oaklins über umfassende Expertise und berät diverse Mandate. Oaklins ist eine weltweit aufgestellte Beratung für mittelständische Unternehmenstransaktionen und mit 800 Beratern an 60 Standorten in 40 Ländern vertreten.

[www.oaklins.com](http://www.oaklins.com)