



Von zPricing zu Cloud-Pricing

**Positionspapier der ceCMG
Stand 30.06.2020**



Motivation & Historie

Als der zPricing-Workshop im Rahmen der ceCMG im Jahr 2007 begründet wurde, lag die Herausforderung darin, bei einer noch recht großen Anwenderschaft von IBM z Kunden die Umstellung von Verträgen und technischen Abrechnungsmetriken zwischen den Kunden, Zulieferern und dem Hersteller so zu moderieren, dass ein konstruktiver Dialog stattfinden konnte. Diese war zu diesem Zeitpunkt bereits beliebig schwierig, weil die verschiedenen Interessen nur geringe gemeinsame Schnittflächen hatten und bereits kleinere Optimierungen bei dem dahinter stehenden finanziellen Volumen zu beträchtlichen Konsequenzen führen konnten. Ein Beispiel hierfür war die Diskussion um das Produkt zPrime der Firma Neon, dessen technische und vertragliche Auswirkungen auf dem Markt heftig diskutiert wurden.

Generell ging es in den Diskussionen und Angeboten stets darum, eine gegebene vertraglich-technische Ausgangslage mit geeigneten Maßnahmen kostenseitig zu optimieren. Die dabei verwendeten Techniken und Technologien waren in nur wenigen Fällen mit betriebswirtschaftlichem Hintergrund verbunden. Einerseits waren die IT-Controller mit den verwendeten Metriken und Preismodellen überfordert, andererseits waren die zu erzielenden Einsparungen i.d.R. direkt mit einer realen oder gefühlten Verbesserung bezogen auf das zu erreichende Ziel verbunden.

Die Zielsetzung der primären Kosteneinsparung überdeckte gleichwohl die dafür erforderlichen betriebswirtschaftlichen Instrumente, mit denen erst ein Effekt bezogen auf die betriebswirtschaftliche Wertschöpfungskette hätte errechnet werden können.

Erleichternd wirkt dabei, dass der interne Wettbewerb in Form alternativer Plattformen ähnliche, mindestens aber gleiche Defizite aufzuweisen hatte.



Der zPricing Workshop wurde dahingehend etabliert, einen Überblick über die bestmögliche Ausgestaltung der technischen Möglichkeiten zu erlangen, um dem externen aber auch dem internen Wettbewerb standhalten zu können. Dieses Ziel wurde symbiotisch von allen Beteiligten des Workshops verfolgt.

Entwicklung der letzten 10 Jahre

Die massive Kritik an den Preismodellen der proprietären Hersteller führte zur Entwicklung von immer weiter ausgefeilter Optimierungssoftware, die bis 2015 fast jeder Hersteller in verschiedenen Varianten in seinem jeweiligen Portfolio führte. Gleichzeitig wuchs auch auf Seiten des Herstellers die Einsicht, dass die Preismodelle die Anforderungen des Marktes nicht weiter unterstützen und gar die Abwendung zu anderen Plattformen eher beschleunigen als aufhalten würden. Bereits im März 2018 wurde daher im zPricing Workshop in Hamburg durch den Vertreter der IBM die Veränderung der bis dahin Peak-basierten Preismodelle hin zu einem Consumption based Pricemodell vorgestellt. Dies wurde im März 2019 ebenfalls in Hamburg durch den US-Repräsentanten für System z Software vorab als allgemein verfügbare Lösung angekündigt.

Neben der wesentlichen Vereinfachung der Metriken ging dabei, fast unbemerkt auch die Möglichkeit einher, die heutigen stark proprietären Preismodelle mittels der innerbetrieblichen Leistungsverrechnung derart übertragen zu können, dass, basierend auf den Modellen, grundlegende betriebswirtschaftliche Betrachtungen möglich werden, die in den Vorgängermodellen nicht zur Verfügung standen.



Handlungsfelder

Durch die rapide Entwicklung von externen Cloudlösungen ergibt sich eine weitere Herausforderung durch zusätzliche Wettbewerber auf dem Markt. Um im Wettbewerb bestehen zu können sind die etablierten Plattformen stetig auf ihre Innovationskraft, ihren Beitrag zum Geschäftsmodell ihrer Kunden sowie der Wirtschaftlichkeit ihres Einsatzes im Gesamtkontext zu überprüfen. Die Frage des strategischen Beitrages und der Wirtschaftlichkeit lässt sich über die klassischen betriebswirtschaftlichen Instrumente beantworten. Unvermindert sind die Frage der technischen Möglichkeiten sowie die Beschränkungen aus Sicht der Regulatorik aktuell.

Vor diesem Hintergrund ist eine Einschränkung auf bestimmte Plattformen in der Zukunft nicht zielführend. Vielmehr muss bereits im Design der Anwendung die Frage der Wettbewerbsfähigkeit aus technischer und wirtschaftlicher Sicht beantwortet werden.

Aus einem zPricing entwickelt sich daher folgerichtig ein Cloud-Pricing Workshop.

Das Adressieren dieser Handlungsfelder mit dem Ziel die Wertschöpfungskette in der IT für das einzelne Unternehmen transparent und steuerbar zu gestalten ist damit der Schwerpunkt des künftigen Workshops. Dieser richtet sich weiterhin an das klassische technische Publikum, in der Erweiterung an das IT-Controlling und nicht zuletzt an das IT-Management.



Handlungsfeld: Innovationskraft der Cloudanbieter

Cloudplattformen haben sich längst von Dienstleistern zur flexiblen Erweiterung von Rechenleistung zu strategischen Partnern von Unternehmen entwickelt. Das Portfolio der Cloudanbieter umfasst mittlerweile zahlreiche Funktionen z.B. für Künstliche Intelligenz/Deep Learning oder Business Intelligence und wird jährlich um zahlreiche Angebote erweitert. Die einzelnen Cloudanbieter stehen daher nicht nur im preislichen Wettbewerb, sondern auch bezüglich ihrer Strategie, wie sie in ihrem Ökosystem Innovationen generieren und ihre Innovationskraft fördern können.

Handlungsfeld: Unterstützung (digitaler) Geschäftsmodelle

Aus Anwendersicht kann die Auswahl eines oder mehrerer Cloudanbieter eine strategische Entscheidung sein. Mit dieser Auswahl stehen einem Unternehmen alle Möglichkeiten, Innovationen des Cloudanbieters für das eigene Geschäftsmodell zu nutzen, zur Verfügung. Mit der Auswahl eines Cloudanbieters bewegt sich das Unternehmen aber auch in den Grenzen der Innovationsfähigkeit und Effizienz dieses Anbieters. Unternehmen benötigen daher für diese Entscheidung neben einem transparenten Preismodell auch Informationen zur Entwicklung des Ökosystems der Cloudanbieter sowie eine adäquate Roadmap zu deren Produktportfolio.



Handlungsfeld: Sicherstellung der Wirtschaftlichkeit

Eine langfristige Partnerschaft zwischen Cloudanbieter und Anwenderunternehmen basiert auf einem transparenten, flexiblen Preismodell der Cloudanbieter und der technisch-kaufmännischen Kompetenz der Anwenderunternehmen die Wirtschaftlichkeit ihrer Wertschöpfungsprozesse zu steuern.

Die Entwicklung von klassischen Lizenzmodellen zu Pay-per-Use Modellen stellt neue Anforderungen an die Anwenderunternehmen, Funktionen der technischen Planung und Steuerung, des IT-Managements, IT-Einkaufs und IT-Controllings in Ihrem Unternehmen zu etablieren und an diese Entwicklung anzupassen.

Neue digitale Geschäftsmodelle und agile Strukturen in Anwenderunternehmen erfordern von den Cloudanbietern, die dynamische Entwicklung ihrer Kunden durch ein ebenso flexibles, transparentes Vertrags- und Preismodell zu unterstützen.

Migrations- und Multicloudstrategien stellen dabei Anwender vor die Herausforderung, deren Kosten dem Nutzen der dadurch gewonnen Flexibilität angemessen zu bewerten. Cloudanbietern wird dadurch ermöglicht, ihre Wettbewerbsposition durch Kompatibilität oder Partnerschaften mit anderen Cloudanbietern durch maßgeschneiderte Lösungen zu verbessern.



Über die Autoren:

Thomas Heitlinger

Jahrgang 1964, Studium der Wirtschaftsinformatik an der FH Karlsruhe, seit ca. 30 Jahren bei der Fiducia & GAD IT sowie als Chairman seit 2007 für den zPricing Workshop verantwortlich. Seit 2020 im Vorstand der ceCMG.

Rimon Wassef

Jahrgang 1971, Studium der Wirtschafts- und Organisationswissenschaften an der Universität der Bundeswehr München, seit ca. 20 Jahren in verschiedenen Funktionen bei IT- und Beratungsunternehmen tätig. Seit 2011 an der Steinbeis-Hochschule-Berlin, zuletzt als Stellvertretender Leiter des Steinbeis-Transfer-Institut Informationsmanagement und Digitalisierung.