

Digitalisierung, KI, Cloud: Microsoft greift mit Partnern nach Billionen-Markt

In Las Vegas feilt Microsoft an der Hausmesse Inspire mit seinen Partnern an der künftigen Strategie. Es geht um die gemeinsame Eroberung eines Billionen-Dollar-Markts. Hierfür setzt Microsoft auf Trends wie Cloud, künstliche Intelligenz und Big Data.

[Autor\(in\) George Sarpong](#)



In Las Vegas feilt Microsoft an der Hausmesse Inspire mit seinen Partnern an der künftigen Strategie. Es geht um die

gemeinsame Eroberung eines Billionen-Dollar-Markts. Hierfür setzt Microsoft auf Trends wie Cloud, künstliche Intelligenz und Big Data.

Bei für Las Vegas angenehmen 40 Grad findet seit Montag dieser Woche in Nevada die [Partnerkonferenz Inspire von Microsoft](#) statt. Rund 14'000 Gäste aus über 132 Ländern sind in die Wüstenstadt gepilgert. Von den Teilnehmern sind zirka 10'000 Microsoft-Partner.

Die Fachbesucher holen sich die neusten Informationen zu Microsofts Produkten und der Geschäftsstrategie ab, pflegen ihr Netzwerk - und geniessen auch das eine oder andere Unterhaltungsangebot in «Sin City». Das erste Mal seit ihrer Entstehung 1997 findet die Partnerkonferenz mit dem herstellerinternen Event "Ready" statt. Auf diese Weise sind Microsofts Sales Teams zeitgleich auf dem gleichen Informationsstand wie die Partner.

Microsoft würdigt Patrick Winter

Microsoft ehrte am Eröffnungstag Patrick Winter, CEO von SoftwareOne. Dieser hatte im Juni dieses Jahres einen Herzstillstand erlitten. Eine schöne Geste für einen leider viel zu früh verstorbenen Menschen. Zu seinen Ehren wurden Pins mit der Schweizer Flagge verteilt, die auch von vielen Besuchern getragen wurden.

Schweiz zählt zu Microsofts Top-Märkten

Am Eröffnungstag präsentierten präsentierten Vertreter des Software- und Cloudanbieters in der gut besuchten T-Mobile Arena aktuelle Erfolge und Zahlen. Zum Einstieg verkündete Gavriella Schuster, Corporate Vice President One Commercial

Partner, dass ihr Arbeitgeber in über 30 Ländern eine zweistellige Wachstumsrate verzeichne.



Viel Andrang herrschte am Eröffnungstag von Microsofts Hausmesse Inspire.

(Quelle: novaCapta Software and Consulting Schweiz)

Als überragend erwies sich laut Schuster das Business in Marokko. Mit einem Wachstum von 162 Prozent übertraf das Geschäft in dem nordafrikanischen Land das aller anderen Länder in denen Microsoft aktiv ist. Während unser nördlicher Nachbar Deutschland nach Unternehmensangaben zu den Top-4-Märkten zählt, findet sich die Schweiz unter den besten 32 wieder.

Schuster betonte, dass die Zusammenarbeit mit den Channel-Partnern ein massgeblicher Teil des Erfolgs von Microsoft sei: Für jeden US-Dollar den der IT-Hersteller erwirtschaftete, würden weitere

9,64 Dollar über sein Partnerökosystem eingenommen.

Griff nach dem Billionen-Dollar-Markt

Microsofts Channel-Chefin schwor die Partner ein, das sehr gute Jahr 2018 erneut zu übertreffen. Ein ehrgeiziges Ziel für das neue Fiskaljahr, gemessen an den aktuellen Umsatzsteigerungen:

- 42 Prozent bei Office 365
- 65 Prozent mit der Business Software Dynamics
- 234 Prozent im Segment Cloud Solution Provider (CSP)

Microsoft rechnet mit einem potenziellen [Absatzmarkt von 4,5 Billionen Dollar für Projekte im Bereich der digitalen Transformation](#).

Um hier mitzuverdienen setzt der Hersteller auf seine Partner und eine klare Vorgehensweise:

- Fokus auf strategische Enterprise-Accounts: Microsoft will noch mehr Grosskunden erreichen und bei diesen eine höhere Abdeckung erzielen.
- Akquise neuer Kunden über neue Rollen: Beispielsweise sollen Cloud Specialists neue Kundengebiete und zusätzliche Umsätze generieren.
- Customer Retention and Growth: Durch den Einsatz von Cloud Solution Architects und sogenannte Partner-CSM- und CSA-Programme soll die Kundenbindung erhöht werden.
- Learning and Readiness: Ein neues Lernportal soll die gezielte Wissensbildung erleichtern. Zudem gibt es neue Lehrgänge für Partner, etwa Microsoft Certified Azure Developer, Azure Administrator, Azure Solutions Architect.

Microsoft setzt auf Artificial Intelligence,

Azure und Big Data

Im Anschluss an die Channel-Chefin Schuster gab Judson Althoff, Executive Vice President Worldwide Commercial Business, einen Ausblick auf die Trends, die Microsoft zurzeit am stärksten umtreiben: Artificial Intelligence, Azure und Big Data.

Für die Partner ergeben sich laut Althoff mehr und bessere Geschäftsmöglichkeiten als jemals zuvor. «Intelligent Cloud - Intelligent Edge» lauteten die Zauberwörter - die intelligente Cloud werde neue Absatzmärkte insbesondere mit Echtzeitdaten, Erkennungsmethoden und kognitiven Services erschliessen. Auch Cortana soll weiter ausgebaut und zunehmend in die Gebäudeautomatisierung integriert werden. Hier wartet Microsoft mit neuen Partnerschaften im Bereich Steuerung und Sensortechnik auf.

Microsoft, Carlsberg und der digitalisierte Zapfhahn



Kunde Carlsberg konsolidierte seine IT-Landschaft mit Microsoft-Lösungen und will sogar seine Biere mit Hilfe von Machine Learning geschmacklich verbessern.

(Quelle: novaCapta Software and Consulting Schweiz)

Wie man Lösungen von Microsoft kombiniert, um die Geschäftsprozesse eines Betriebs digital zu transformieren, präsentierte der Kunde Carlsberg. Der Brauereikonzern übernahm in den vergangenen Jahren zahlreiche Getränkeproduzenten. Alle betrieben eine andere IT-Landschaft.

Um die konzerninterne Zusammenarbeit zu verbessern, setzte das Unternehmen Collaboration-Lösungen wie Teams und OneNote ein. Das Engagement der Kunden soll mit Hilfe von digital aufgemotzten Bars gesteigert werden. Mit Microsofts IoT-, Datenbank und BI-Systemen will Carlsberg gewissermassen den Zapfhahn

digitalisieren und Barbesitzern helfen, Ausschank und in Folge Umsätze zu steigern.

Brewing a new age: Carlsberg taps technology ...

SAP in Microsofts Azure-Cloud, Power BI und weitere Lösungen sollen den Braukonzern unterstützen, die Kosten im Griff zu behalten und rascher als bis anhin Entscheide zu treffen. Künftig will Carlsberg mit Hilfe künstlicher Intelligenz auf Basis von Azure Machine Learning die Geschmacksnoten seiner Biere optimieren.

Fazit

Alles in Allem bot der erste Tag der Inspire einen gelungenen Auftakt von Microsoft. Die Erfolgswahlen setzen Massstäbe für die Zukunft. Es bleibt jedoch abzuwarten, inwieweit sich die hohen Erwartungen des Herstellers erfüllen lassen. Aber wir als Microsoft-Goldpartner sind natürlich sehr optimistisch.

Autoren

Heinz Süess ist Geschäftsführer und Andy Frei ist Senior Business Consultant beim Microsoft-Partner novaCapta Software & Consulting Schweiz.