

**Autor:** HeinrichVaske [HV]  
**Seite:** 0

**Mediengattung:** Zeitschrift/Magazin  
**Auflage:** 3.917 (gedruckt) <sup>1</sup> 4.087 (verkauft) <sup>1</sup>  
 4.372 (verbreitet) <sup>1</sup>

<sup>1</sup> IVW 1/2021

# Cloud Migration - mit diesen Anbietern sind Unternehmen besonders zufrieden

Welche Cloud-Migration-Anbieter genießen das höchste Kundenvertrauen? Eine Social-Listening-Analyse von COMPUTERWOCHE und IMWF stellt Arvato Systems, VMware und Tibco gute Noten aus. Sie sind die "IT-Champions".

Gemeinsam mit dem Hamburger Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) hat die COMPUTERWOCHE die Stimmung im Web erhoben, um die beliebtesten Anbieter von Produkten und Services rund um die Cloud Migration zu ermitteln. Dieses Social Listening gibt im wesentlichen Auskunft über die Wertschätzung, die IT-Anbieter genießen.

Das Thema Cloud Migration liegt derzeit im Trend: Viele Unternehmen entschließen sich im Zuge ihrer digitalen Transformation zu einem Umzug in die private oder öffentliche Cloud, manche wählen als Kompromiss auch einen mitunter durchaus komplizierten hybriden Ansatz. Sie möchten so ihre digitalen Geschäftsmodelle schneller und besser umsetzen, die (globale) Zusammenarbeit über viele Standorte hinweg vereinfachen, Kosten senken oder auch innovative IT-Angebote nutzen, die nur in der Cloud zur Verfügung stehen.

Doch der Umzug in die Cloud ist für die meisten Betriebe eine Herausforderung, die sie nicht allein stemmen können. Deshalb beziehen sie Lösungen und Services von einer Vielzahl von IT-Anbietern und IT-Dienstleistern, die sich im

Markt für Cloud Migration positionieren. Gemeinsam mit IMWF hat die COMPUTERWOCHE nun im Rahmen einer Sentiment-Analyse die "IT-Champions" im Bereich Cloud Migration ermittelt.

Dabei erreichte Arvato Systems den Bestwert, gefolgt von VMware, Tibco, NTT Data und SoftwareONE Deutschland. Den Sprung in die Top Ten schafften außerdem Wipro, Oracle, Datagroup, Fujitsu und SNP. Wie ging das Analytics-Team vor? In einem zweistufigen Verfahren sammelte der IMWF-Partner Ubermetrics sämtliche Texte mit relevanten Suchbegriffen aus dem Netz und führte sie in einer Datenbank zusammen. Das Quellenset umfasste unter anderem mehrere Millionen Social-Media-Adressen und Zehntausende von Online-Nachrichten.

In der zweiten Stufe, dem sogenannten Processing, wurden die via Crawling gesammelten Daten analysiert. Hier kam der IMWF-Partner Beck et al. (inzwischen Skaylink) ins Spiel, der den großen Datentopf in Textfragmente aufsplittete und mit KI-Verfahren (neuronale Netze) in mehreren Stufen untersuchte. Dabei wurden folgende Bewer-

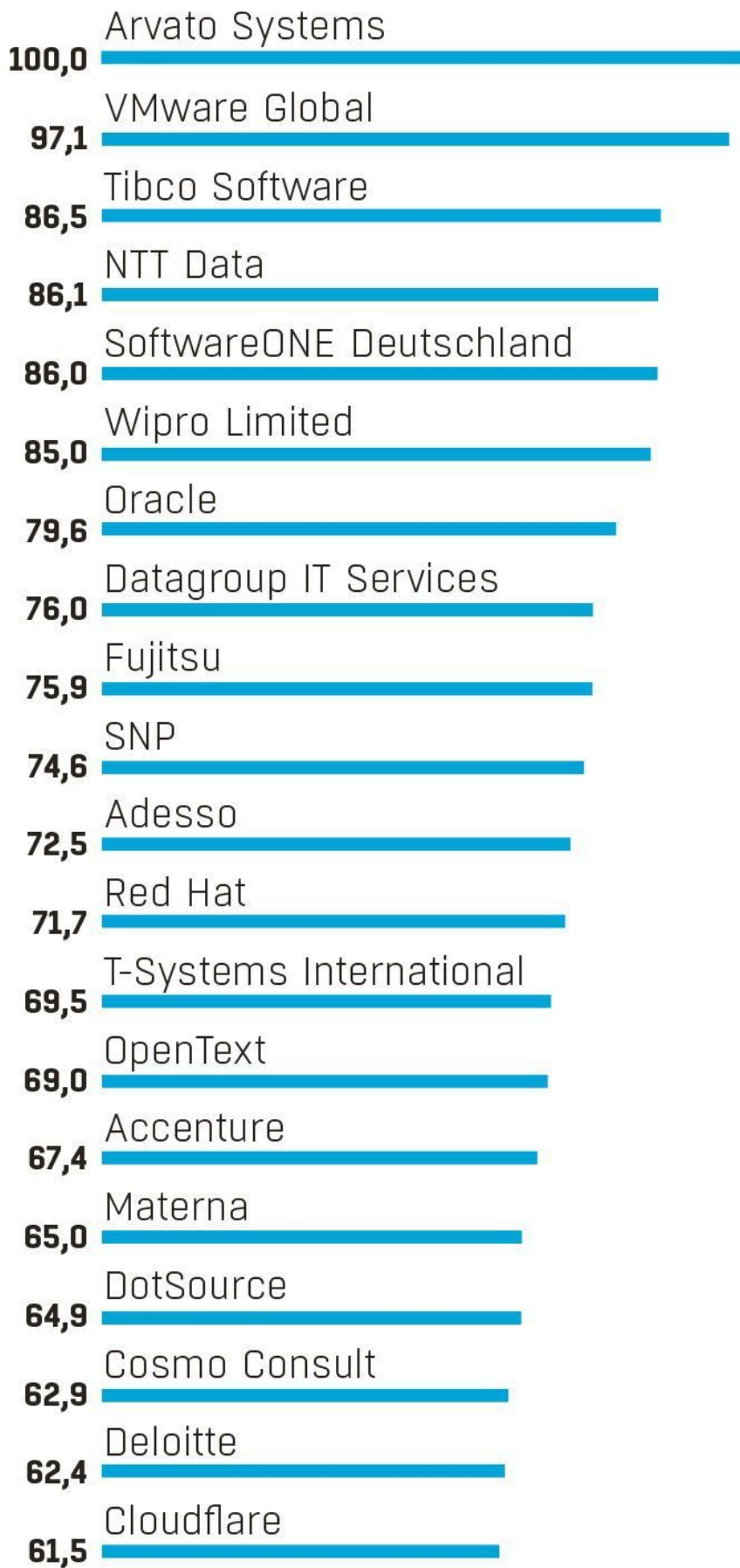
tungskriterien ("Eventtypen") berücksichtigt:

- Produkt & Service (50 Prozent),
- Innovation (10 Prozent),
- Management (10 Prozent),
- Arbeitgeber (10 Prozent),
- Preis-Leistungs-Verhältnis (10 Prozent),
- Nachhaltigkeit (10 Prozent).

Zur Berechnung der Punktwerte wurden für jedes Unternehmen und jeden Eventtyp folgende zwei Werte ermittelt:

- Tonalitätssaldo: Differenz aus positiven und negativen Nennungen geteilt durch die Gesamtzahl der Nennungen;
- Reichweite: Anzahl der Gesamtnennungen im Verhältnis zum Mittelwert der Branche.

Anschließend wurden beide Ergebnisse zu einem ersten Punktwert verrechnet. Die Analysten haben die so gewichtete Punktzahl der Eventtypen zu einer Gesamtpunktzahl für jedes Unternehmen zusammengefasst und für die gesamte Branche normiert. Das beste Unternehmen bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden anhand ihres Punktwerts durchgerankt. (hv)



Angaben in Prozent

Quelle: IMWF, Computerwoche, Faktenkontor

**Wörter:** 434

**Urheberinformation:** Copyright IDG Business Media GmbH. All rights reserved. Alle Rechte vorbehalten

© 2021 PMG Presse-Monitor GmbH