

SAP HANA wird zur strategischen Plattform

In einer Studie des Marktforschungsinstitutes PAC, zeige sich, dass vor allem Neukunden sich stark für das Thema HANA interessieren. "HANA wird zunehmend als strategische Plattform, denn nur als weitere Datenbank eingeordnet", so All for One Steeb Vorstandssprecher Lars Landwehrkamp zu den Ergebnissen der Studie, die PAC zusammen mit Accenture, All for One Steeb, Capgemini, T-Systems, Realtech und SAP durchgeführt wurde.

Auch wenn im kommenden Jahr laut [DSAG](#) die Investitionsbereitschaft der Nutzer etwas abschwächt, scheint das Interesse an den neuen Technologien groß zu sein.

So plane laut laut der Untersuchung "[SAP Business Suite auf SAP HANA – Chancen und Herausforderungen für deutsche SAP-Kunden](#)" bereits heute jedes vierte Unternehmen innerhalb der nächsten drei Jahre Investitionen in die HANA-Version der Business Suite. Etwa 50 Prozent der Unternehmen erwarten, dass HANA zur dominierenden Plattform im SAP-Umfeld wird.

"Der große Mehrwert unseres Gesamtangebots liegt in der richtigen Dosierung von HANA", glaubt Stephan Reisser, Beratungsleiter Innovations bei All for One Steeb.

Wer sich heute erstmals für SAP ERP entscheidet, hat meist bereits auch HANA auf dem Radar, so aktuelle Erfahrungen aus dem Kundenmarkt. An SAP Anwender richtet sich ein neu entwickeltes Workshop Angebot "SAP HANA im Klartext" von All for One Steeb.

[Hier](#) werden innerhalb eines Tages basierend auf individuellen Echtdateien konkrete Einsatzszenarien und der Investitionsrahmen ermittelt. Im "Joint Research & Development Lab" von des Mittelstandsdienstleisters können dann Referenzarchitekturen ermittelt werden. Auch Partner wie Cisco, NetAPP oder VMware zeigen hier Referenzarchitekturen zur Virtualisierung, Automatisierung und Skalierung eines hochindustrialisierten IT-Betriebs von HANA aus der Private Cloud. Der Beratungstag schlägt allerdings mit 1490 Euro zu Buche.