



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



Evaluation der Trusted Cloud Plattform

Ergebnisbericht





Dokumentenhistorie

Version	Datum	Autor	Kommentar
1.0	24.10.2016	Trusted Cloud	Dokument freigegeben



Inhaltsverzeichnis

1	Die Evaluationsergebnisse im Überblick.....	5
2	Rahmenbedingungen	6
2.1	Ausgangslage und Ziele	6
2.2	Bestandteile der Evaluation	6
3	Ergebnisse der Evaluation im Detail.....	7
3.1	Nutzerstatik der Webseite.....	7
3.2	Online-Befragung	14
3.3	Befragung des Kompetenznetzwerks Trusted Cloud e. V.....	28
3.4	Hotline-Anfragen	29
3.5	Medienberichterstattung.....	30
3.6	Telefonaktionen.....	31
4	Anhang	32
4.1	Fragenkatalog Online-Befragung*.....	33
4.2	Fragebogen für die Mitglieder des KN TC.....	48
4.3	Freitextangaben Online-Befragung Position der Teilnehmern	53
4.4	Piwik-Begriffserklärung.....	55

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Liste externe Webseiten (TOP 10).....	9
Tabelle 2: Herkunftsland der Webseiten-Aufrufe (TOP 10)	9
Tabelle 3: Seiteneinstiege (TOP 5).....	10
Tabelle 4: Seitenansichten der Hauptseiten	10
Tabelle 5: Seitenansichten des Orientierungswissens.....	11
Tabelle 6: Downloads im Bereich Orientierungswissen.....	12
Tabelle 7: Fragebogen für die Mitglieder des Kompetenznetzwerks Trusted Cloud e. V.	48
Tabelle 8: Angaben zu "Welche Position bekleiden Sie?"	53

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Besuche auf www.trusted-cloud.de / mögliche Erklärung einzelner Spitzen	8
Abbildung 2: Umsetzung des Links zur Online-Befragung auf www.trusted-cloud.de	14
Abbildung 3: Prozentuale Verteilung der Teilnehmer auf die Zielgruppen.....	16
Abbildung 4: Organisatorischer Hintergrund der Teilnehmer	16
Abbildung 5: Branchenzugehörigkeit der Teilnehmer mit Unternehmenshintergrund.....	17
Abbildung 6: Hauptsitz der Organisation / des Unternehmens der Teilnehmer	17
Abbildung 7: Größe der Organisation / des Unternehmens der Teilnehmer	18
Abbildung 8: Bewertung des Online-Portals nach Schulnoten.....	19
Abbildung 9: Auffindbarkeit der Informationen auf dem Online-Portal.....	19
Abbildung 10: Bewertung der Darstellung der gelisteten Cloud Services.....	20
Abbildung 11: Wie haben Sie von Trusted Cloud erfahren?	22
Abbildung 12: Prozentuale Verteilung der Zielgruppen auf die Newsletter-Abonnenten	23
Abbildung 13: Bewertung des Trusted Cloud Newsletters hinsichtlich Häufigkeit und Inhalt	23
Abbildung 14: Mehrwert von Trusted Cloud aus Sicht der Anwender	24
Abbildung 15: Mehrwert von Trusted Cloud aus Sicht der Anbieter	24
Abbildung 16: Können sich nicht-registrierte Anbieter eine Listung vorstellen	25
Abbildung 17: Bewertung Anbieter-relevanter Informationen auf dem Online-Portal	26
Abbildung 18: Branchen mit besonderen Anforderungen an Cloud-Anwendungen	27



1 Die Evaluationsergebnisse im Überblick

Gute Nutzung des Online-Portals bei langer Verweildauer

Mit 17.608 Besuchen im Zeitraum vom 01. Februar 2016 bis 01. September 2016 und einer durchschnittlichen Verweildauer von mehr als 10 Minuten je Besuch ist das Online-Portal www.trusted-cloud.de von den Usern gut angenommen worden. Dabei wird der Bereich des Orientierungswissens gut nachgefragt. Häufigster Download ist der Trusted Cloud-Kriterienkatalog für Cloud Services (739 Downloads).

Anwender wie Anbieter bewerten Trusted Cloud positiv

Die Verteilung der Teilnehmer an der Online-Umfrage hinsichtlich Anwender und Anbieter ist mit 46% zu 54% nahezu paritätisch. Beide Zielgruppen bewerten das Online-Portal in der Mehrheit positiv und sehen in Trusted Cloud einen konkreten Mehrwert. Die positive Wahrnehmung durch Anwender und Anbieter spiegelt sich auch in den über die verschiedenen E-Mail-Adressen eingegangenen Anfragen (157), bei denen es lediglich eine kritische Anfrage gab.

Trusted Cloud wird von den Medien wahrgenommen

Trusted Cloud ist im Zeitraum der Analyse zur Medienberichterstattung (01. Februar 2016 bis 01. September 2016) in allen Medienformen – Print- und Onlinemedien sowie Rundfunk und Fernsehen – präsent gewesen. Dabei ist die Berichterstattung über Trusted Cloud durchweg neutral bis positiv.

Veröffentlichungen und Veranstaltungspräsenz wirken sich positiv aus

Die Spiegelung der Nutzerstatistik mit den Terminen verschiedener Veröffentlichungen und der Präsentation auf Veranstaltungen und Messen sowie die Angaben der Teilnehmer der Online-Befragung auf die Frage, in welchem Zusammenhang sie von Trusted Cloud erfahren haben, bestätigen die positiven Auswirkungen aktiver Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Erhöhung der Sichtbarkeit von Trusted Cloud in der öffentlichen Wahrnehmung.

Zentrale Empfehlungen für die zukünftige Weiterentwicklung

- Fortführung bzw. Stärkung der Aktivitäten im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Weiterer Ausbau des Orientierungswissens für das Online-Portal



2 Rahmenbedingungen

2.1 Ausgangslage und Ziele

Der Startschuss des Labels Trusted Cloud ist offiziell am 17. März 2016 im Rahmen der CeBIT erfolgt. Seither konnten 11 Cloud-Lösungen (Stand September 2016) mit dem Label ausgezeichnet werden, und es wurde aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betrieben.

Mit Blick auf den bisherigen Entwicklungsstand wurde eine Online-Umfrage zur Evaluierung der bisherigen Arbeiten in Abstimmung mit dem Kompetenznetzwerk Trusted Cloud e. V. (KN TC) und dem BMWi durchgeführt. Untersuchungsgegenstand der Online-Umfrage war die Trusted Cloud Plattform mit Schwerpunkten auf dem Online-Portal und dem Trusted Cloud Label für Cloud Services. Die nachfolgenden Fragen sollten mit der Evaluation beantwortet werden. Dabei erfolgt die Beantwortung nach Möglichkeit zielgruppenspezifisch, hier Cloud-Anbieter und -Anwender:

- Wie bekannt ist Trusted Cloud?
- Mit welchen Maßnahmen kann der Bekanntheitsgrad weiter gesteigert werden?
- Was sind die erfolgreichsten Marketinginstrumente?
- Welche Informationen sind für die einzelnen Zielgruppen besonders von Interesse?
- Welche weiteren Informationen sollten auf www.trusted-cloud.de verfügbar sein?
- Wie wird das Online-Portal angenommen?
- Wie bewerten die Besucher das Online-Portal?
- Wie wird das Trusted Cloud Label durch Cloud-Anbieter angenommen?
- Welche Verbesserungsmöglichkeiten bzw. Anregungen für das Online-Portal und das Label gibt es aus Sicht der Nutzer?

2.2 Bestandteile der Evaluation

- Nutzerstatistik der Webseite www.trusted-cloud.de (Piwik)
- Online-Befragung (Webseiten-Besucher; Newsletter-Abonnenten, registrierte Anbieter)
- Befragung des KN TC mit einem gesonderten Fragebogen (Fokus Kommunikation)
- Auswertung der Anfragen über die E-Mail-Adressen (registrierung@, info@, news@)
- Rückmeldungen aus den Telefonaktionen „registrierte Anbieter“ und „CeBIT-Kontakte“
- Medienresonanzanalyse zu Trusted Cloud



3 Ergebnisse der Evaluation im Detail

3.1 Nutzerstatik der Webseite

Die Nutzerstatistik der Webseite www.trusted-cloud.de wurde mithilfe des Webanalytiktools Piwik erstellt. Als Hauptzeitraum für die Analyse der Webstatistik wurde die Zeit vom 01. Februar 2016 bis zum 01. September 2016 gewählt. Der Startzeitpunkt wurde vor dem Hintergrund festgelegt, dass die Webseite in ihrer weiterentwickelten Version 1.0 seit 20. Januar 2016 online verfügbar war.

Aufgrund des agilen Vorgehens bei der Entwicklung der Webseite sind einzelne Bereiche, Inhalte und Downloads erst im Verlauf des Zeitraums entstanden bzw. verfügbar gemacht worden. Dies betrifft beispielsweise die Registrierung für Anbieter von Cloud Services, die seit dem 07. März 2016 verfügbar ist.

Die Webstatistik* im Überblick:

- **Besuche:** 17.608
- **Verweildauer:** durchschnittlich 10 Minuten 25s je Besuch
- **Absprungrate:** 41 % Besucher haben die Webseite nach einer Seite verlassen
- **Aktionen pro Besuch:** durchschnittlich 11,2 (z. B. Seitenansichten, Downloads, ausgehende Verweise und interne Suchen)
- **Seitenansichten:** 154.010 Seitenansichten insgesamt, 73.387 eindeutige Seitenansichten
- **Downloads:** 3.857 Downloads insgesamt, 3.343 eindeutige Downloads
- **häufigster Download:** Trusted Cloud-Kriterienkatalog mit 739 Downloads und 542 eindeutigen Downloads
- **Herkunftsland:** 12.653 Aufrufe kamen aus Deutschland, 2.189 aus den USA, 122 aus Großbritannien
- **Zugänge über externe Webseiten:** 405 Aufrufer kamen über Links auf www.bmwi.de und 323 über www.heise.de

* Eine Erläuterung der verwendeten Begrifflichkeiten findet sich im Anhang unter 4.4.



3.1.1 Veröffentlichungen und Veranstaltungspräsenz wirken sich positiv aus

Die Analyse der Besucherstatistik zeigt deutlich, dass eine starke mediale Präsenz – sowohl online wie in den Printmedien – in Kombination mit der aktiven Mitwirkung an Veranstaltungen und Messen das Interesse an der Internetseite signifikant steigert.

So lässt sich anhand der folgenden Grafik sehr gut nachvollziehen, zu welchem Zeitpunkt Trusted Cloud durch Vertreter der Geschäftsstelle sowie des Projektteams in den Medien oder auf Veranstaltungen zum Thema gemacht wurde.

Mit 506 Besuchern am 18. März 2016 lässt sich der größte Ausschlag erwartungsgemäß im Umfeld der CeBIT 2016 bzw. während des Messezeitraums selbst feststellen. Mit der Veröffentlichung von Artikeln bei FAZonline und der ComputerWoche am 11. März im Vorfeld der CeBIT sowie während der CeBIT wie bspw. beim BehördenSpiegel oder heise.de, einer Google-Add-Words-Kampagne von init, der Pressemitteilung des BMWi zum offiziellen Startschuss mit ST Machnig sowie zahlreichen Vorträgen während der CeBIT hat der Zeitraum vom 11. bis 18. März die höchsten Besucherzahlen erzeugt.

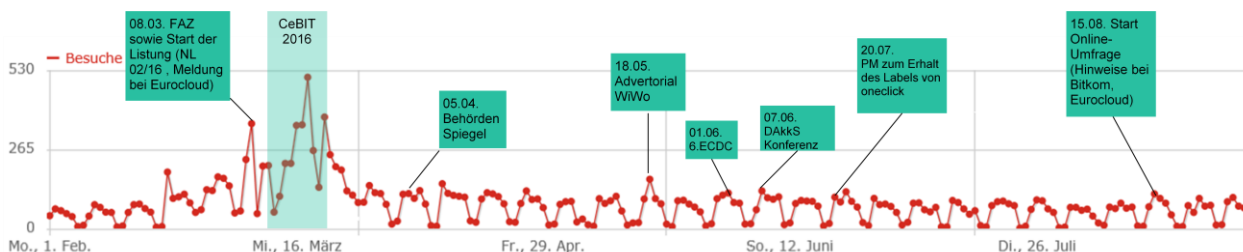


Abbildung 1: Besuche auf www.trusted-cloud.de / mögliche Erklärung einzelner Spitzen

Neben der durch Trusted Cloud selbst initiierten Berichterstattung sorgen auch Pressemitteilungen von Anbietern gelisteter Cloud Services für eine vergleichsweise erhöhte Aufmerksamkeit der Internetnutzer.

Die Webbesuche haben sich nach der CeBIT auf einem konstanten Niveau von durchschnittlich 68 Besuchen werktäglich (berechnet ab 01. April bis 01. September) eingependelt.



3.1.2 Zugänge zu www.trusted-cloud.de

Neben dem direkten Weg zum Online-Portal über Eingabe der Webadresse www.trusted-cloud.de – der der am häufigsten gewählte ist – gelangten die Besucher vornehmlich über Links auf www.bmwi.de und www.heise.de zur Trusted Cloud-Internetseite (siehe Tabelle 1)

Tabelle 1: Liste externe Webseiten (TOP 10)

Externe Webseite	Aufrufe
www.bmwi.de	405
www.heise.de	323
www.de.digital	117
t.co	92
m.heise.de	81
tpc.googlesyndication.com	77
www.cloudcomputing-insider.de	66
top1-seo-service.com	46
twitter.com	44
www.eurocloud.de	43

Die überwiegende Mehrheit der Webseiten-Aufrufe kommt aus Deutschland (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2: Herkunftsland der Webseiten-Aufrufe (TOP 10)

	Land	Aufrufe
1.	Deutschland	12.653
2.	Vereinigte Staaten	2.189
3.	Vereinigtes Königreich	122
4.	Österreich	99
5.	Schweiz	77
6.	Russland	75
7.	Frankreich	25
8.	Niederlande	25
9.	Brasilien	24
10.	China	20



Die Webseiten-Besucher wählen für ihren Einstieg in das Online-Portal hauptsächlich (60 %) die Startseite. An zweiter Stelle sind die speziell für Cloud-Anbieter relevanten Einstiegsseiten Anbieter-Registrierung und Listung als Trust Cloud Service zu nennen, die kumuliert 6,7 % ausmachen. Mit 2,5 % ist der Artikel zu TCDP „Trusted Cloud Datenschutzprofil“ die dritthäufigste Einstiegsseite (siehe Tabelle 3).

Tabelle 3: Seiteneinstiege (TOP 5)

Seitentitel	Anteil an den Webseitenbesuchen gesamt	Eingänge	Abgänge	Absprung-rate
Startseite	60 %	10.415	4.0823	39 %
Anbieter-Registrierung	5 %	865	674	78 %
TCDP	2,5 %	440	204	46 %
Listung als Trusted Cloud Service	1,7 %	293	151	52 %
Informationen	1,4 %	250	110	44 %

3.1.3 Gelistete Cloud Services u. Orientierungswissen interessieren am meisten

Betrachtet man die Seitenansichten bezogen auf die einzelnen Inhaltsseiten des Online-Portals stoßen die Seiten „Cloud Services“ und „Informationen“ (die Startseite für das Orientierungswissen) nach der Startseite auf das größte Interesse bei den Besuchern (siehe Tabelle 2).

Tabelle 4: Seitenansichten der Hauptseiten

Seitentitel	Anteil an den Seitenansichten gesamt	Seiten-ansichten	Eindeutige Seiten-ansichten	Absprung-rate	Durchschnittliche Verweildauer pro Seite	Ausstieg-rate
Startseite	14,2 %	21.825	12.311	39 %	00:00:56	46 %
Cloud Services	3,7 %	5.773	1.776	35 %	00:01:15	34 %
Informationen	2,9 %	4.437	2.702	44 %	00:00:31	17 %
Standards	1,5 %	2.371	1.782	48 %	00:01:19	29 %
Projekt	1,6 %	2.479	1.890	57 %	00:01:12	29 %



Seitentitel	Anteil an den Seitenansichten gesamt	Seitenansichten	Eindeutige Seitenansichten	Absprung-rate	Durchschnittliche Verweildauer pro Seite	Ausstieg-rate
Forschung	0,8 %	1.263	997	60 %	00:01:13	29 %
Aktuelles	1,6 %	2.516	1.543	36 %	00:01:06	29 %
Listung als Trusted Cloud Service	1,3 %	1.928	1.429	51 %	00:02:22	54 %
Anbieter-Registrierung *	1,3 %	1.986	1.318	78 %	00:01:26	66 %

*Verfügbar seit 29. Februar und zum 07. März nach außen kommuniziert.

3.1.4 Der Bereich Informationen / Orientierungswissen im Detail

Im Bereich des Orientierungswissens wiederum sind die am häufigsten besuchten Seiten, die zu den Grundlagen im Cloud Computing sowie zum Thema Auswahl und Vertrag. Informationen zu weiter fortgeschrittenen Phasen der Cloud-Nutzung (entsprechend des Lebenszyklus einer Cloud-Nutzung) sind deutlich weniger von Interesse (Tabelle 5). Das legt den Schluss nahe, dass ein Großteil der Cloud-Anwender, die die Webseite besuchen, eher zu der Gruppe der Cloud-Einsteiger gehört. Auch die Absprungrate untermauert diesen Sachverhalt, da keine weiteren Informationen mehr aufgerufen werden.

Tabelle 5: Seitenansichten des Orientierungswissens

Seitentitel	Anteil an den Seitenansichten gesamt	Seitenansichten	Eindeutige Seitenansichten	Absprung-rate	Durchschnittliche Verweildauer pro Seite	Ausstieg-rate
Informationen	2,9 %	4.437	2.702	44 %	00:00:31	17 %
Grundlagen	0,8 %	1.195	813	51%	00:02:07	34 %
Auswahl und Vertrag	0,6 %	985	840	79 %	00:01:58	43 %
Cloud Service Einführung	0,2 %	362	288	30 %	00:01:14	23 %
Cloud Nutzung und Betrieb	0,2 %	330	288	61 %	00:01:05	36 %
Veränderung während der	0,1 %	142	127	50 %	00:01:42	13 %



Seitentitel	Anteil an den Seitenansichten gesamt	Seitenansichten	Eindeutige Seitenansichten	Absprungrate	Durchschnittliche Verweildauer pro Seite	Ausstieg-rate
Laufzeit						
Beendigung und Wechsel	0,1 %	188	162	63 %	00:01:17	34 %

Die Häufigkeiten der Downloads von Dokumenten im Bereich Orientierungswissen können nur bedingt zur Bekräftigung dieses Rückschlusses herangezogen werden, da den Bereichen „Grundlagen“ und „Auswahl und Vertrag“ auch die überwiegende Menge der zum Download angebotenen Materialien zugeordnet ist. Es lässt sich jedoch feststellen, dass die Dokumente „Checkliste zur Auswahl eines Cloud Services“ und „Check zu datenschutzrechtlichen Anforderungen bei der Nutzung eines Cloud Service“ aus dem Bereich „Auswahl und Vertrag“ mit deutlichem Abstand diejenigen Materialien mit der höchsten Downloadanzahl sind.

Tabelle 6: Downloads im Bereich Orientierungswissen

Dokumente	Downloads	Eindeutige Downloads
Grundlagen		
Chancen für den Mittelstand durch Cloud Computing – ein Wegweiser	65	52
Eckpunkte für sicheres Cloud Computing	66	65
Arbeitspapier – Lizenzierungsbedarf beim Cloud Computing	31	31
Kompendium Orientierungswissen, Teil 3 – Trusted Clouds für die Modernisierung der Unternehmens-IT	40	38
Auswahl und Vertrag		
Checkliste zur Auswahl eines Cloud Services	151	142
Check zu datenschutzrechtlichen Anforderungen bei der Nutzung eines Cloud Service	86	75
Eckpunkte zu Safe Harbor und Privacy Shield	48	47
Kurzvorstellung des Leitfadens "Vertragsgestaltung beim Cloud Computing"	52	51
Leitfaden - Vertragsgestaltung beim Cloud Computing	54	52
Leitfaden – Haftungsrisiken beim Cloud Computing	40	38
Arbeitspapier – Lizenzierungsbedarf beim Cloud Computing	27	27
Cloud Service Einführung		
Leitfaden Cloud-Projektmarketing: Bewährte Praxistipps für die erfolgreiche	58	55



Dokumente	Downloads	Eindeutige Downloads
Einführung eines Cloud Services		
Cloud Nutzung und Betrieb		
Leitfaden - Vertragsgestaltung beim Cloud Computing	42	39
Veränderung während der Laufzeit		
Leitfaden - Vertragsgestaltung beim Cloud Computing	18	16
Beendigung und Wechsel		
Anbieterwechsel im Cloud Computing	29	29



3.2 Online-Befragung

Die Online-Befragung wurde in dem Zeitraum vom 15. August 2016 bis 30. September 2016 durchgeführt. Als Umfrage-Tool wurde Questback verwendet. Der verwendete Fragebogen kombinierte quantitative und qualitative Fragen, um eine Vergleichbarkeit der Antworten zu ermöglichen. Der Fragebogen kann im Anhang 4.1 eingesehen werden. Zielgruppen der Online-Befragung waren Webseiten-Besucher sowie bei Trusted Cloud registrierte Cloud-Anbieter und Abonnenten des Trusted Cloud Newsletters. Die Daten wurden anonymisiert erhoben. Zur Verbreitung des Links zur Online-Umfrage (<http://ww3.umfragecenter.de/uc/TrustedCloud/>) wurden folgende Maßnahmen ergriffen:

- Prominente Platzierung des Links auf der Startseite des Online-Portals



Abbildung 2: Umsetzung des Links zur Online-Befragung auf www.trusted-cloud.de

- Versand einer gesonderten Einladung an den Newsletter-Verteiler
- Bekanntmachung durch die Mitglieds-Organisationen des KN TC (BITMi, Bitkom, Eurocloud) auf deren Webseiten und in Newslettern
- Hinweis auf die Befragung in den Trusted Cloud Newslettern 07/2016 und 08/2016
- Versand einer gesonderten Einladung zur Teilnahme an alle registrierten Anbieter



Die Befragungsergebnisse im Überblick:

- **37 Teilnehmer** (TN) insgesamt: 17 Anwender, 20 Anbieter davon neun registrierte Anbieter
- **31 TN** haben einen **Unternehmenshintergrund**.
- 19 TN mit Unternehmenshintergrund haben sich der **Branche** „IT und Internet“ zugeordnet, je ein Anbieter aus den Branchen „Finanzsektor“ und „Verkehr und Logistik“.
- Online-Medien (15) und Veranstaltungen (neun) sind häufig **die ersten Berührungspunkte** mit Trusted Cloud
- Mehrheit bewertet **Online-Portal positiv** (ein „sehr gut“, 13 „gut“, acht „befriedigend“), Anbieter gaben eine höhere Bewertung ab, ein „mangelhaft“ durch Anwender
- **Darstellung Cloud Services** von allen drei Zielgruppen überwiegend **positiv** bewertet
- Je zwei Anwender und Anbieter sehen keinen **Mehrwert** in dem Label Trusted Cloud.
- Acht Anbieter können sich eine **Listung auf Trusted Cloud** vorstellen, sieben registrierte Anbieter würden eine Listung weiter empfehlen.
- Drei registrierte Anbieter haben bereits **positives Kundenfeedback** bekommen.
- Zur **Erhöhung des Bekanntheitsgrades** wird u. a. die Nutzung von Social Media angeregt.
- Vertragsstandort Deutschland und die Dokumentation wurden als besonders **herausfordernde Kriterien** benannt.
- **Weitere Anregungen** der Teilnehmer:
 - Schaffung eines Preisrahmens, der vom Umsatz abhängt (ähnlich wie IHKs), um so eine Listung für Start-ups finanziell möglich zu machen.
 - Angebot einer Option für starke, ggf. eID-basierte Authentisierung



3.2.1 Ergebnisse im Detail

Wenn im Folgenden von Anbietern die Rede ist, sind damit die nicht auf Trusted Cloud registrierten Anbieter gemeint.

3.2.1.1 Teilnehmer

Im Nachfolgenden werden die Ergebnisse zu den Hintergründen der Teilnehmer im Detail aufgeführt

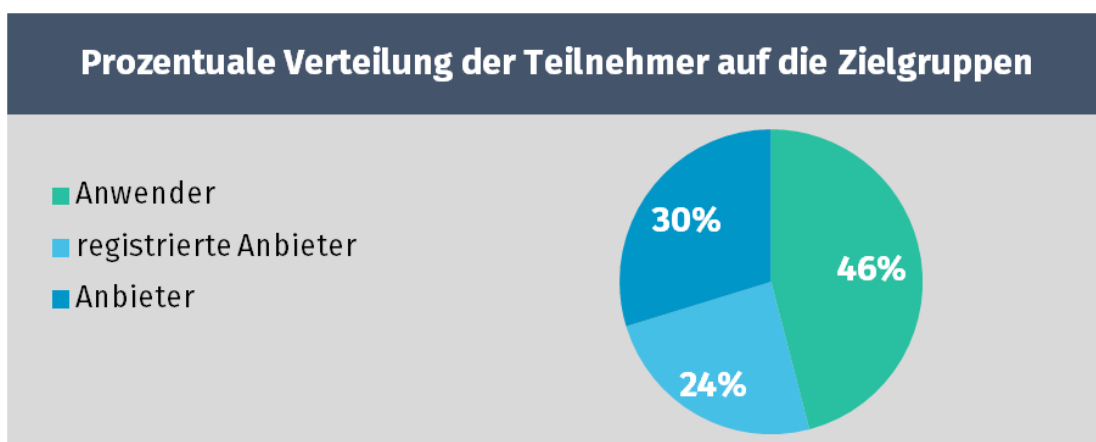


Abbildung 3: Prozentuale Verteilung der Teilnehmer auf die Zielgruppen

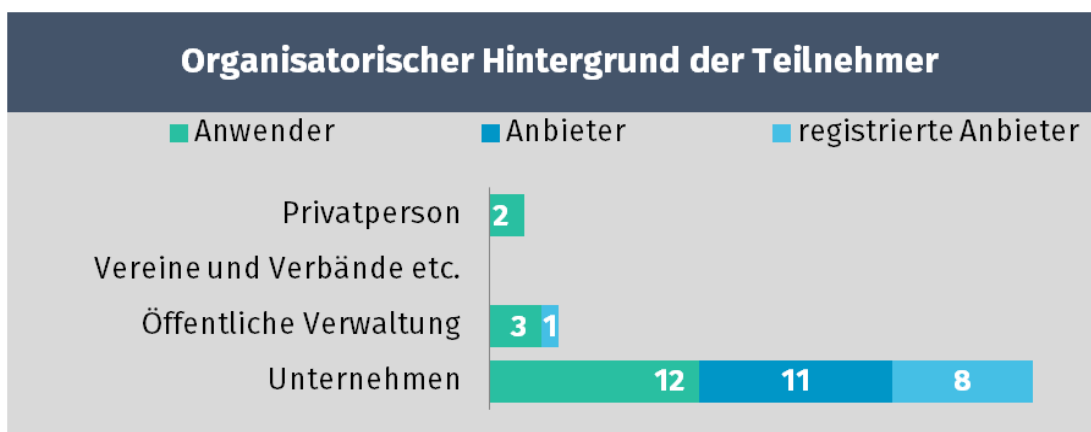


Abbildung 4: Organisatorischer Hintergrund der Teilnehmer

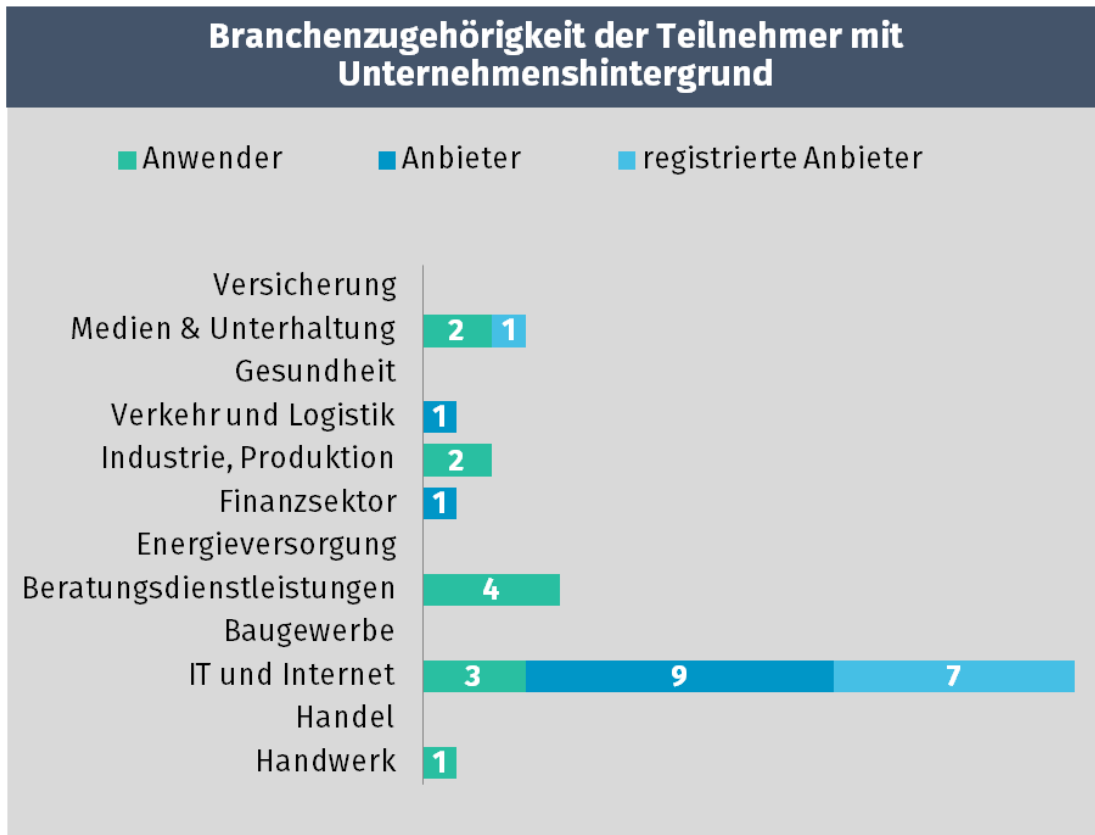


Abbildung 5: Branchenzugehörigkeit der Teilnehmer mit Unternehmenshintergrund

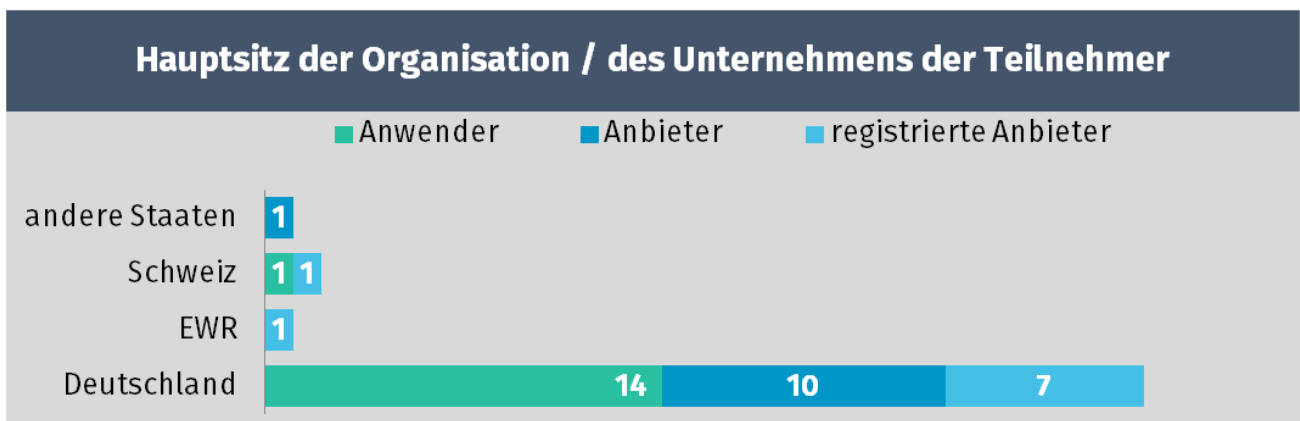


Abbildung 6: Hauptsitz der Organisation / des Unternehmens der Teilnehmer

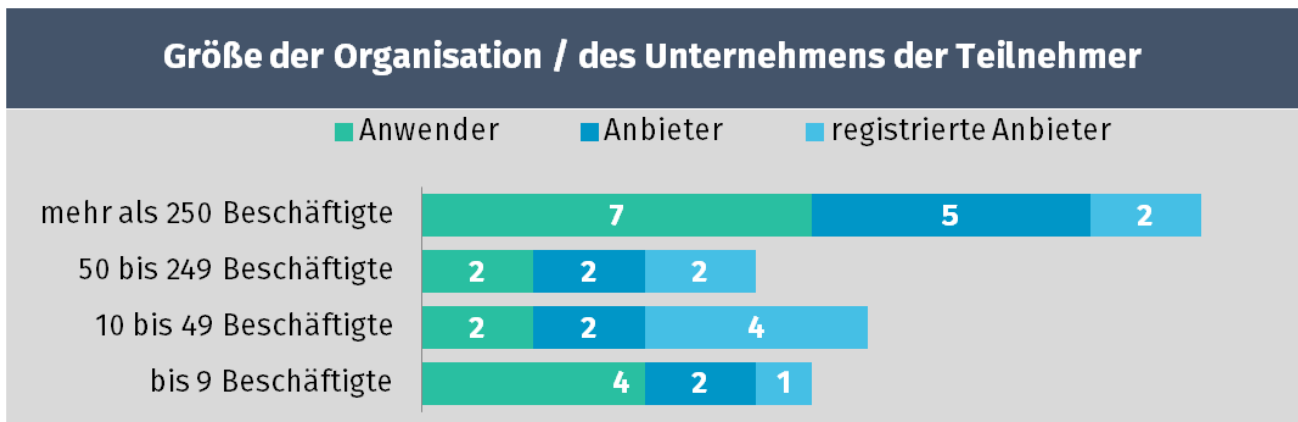


Abbildung 7: Größe der Organisation / des Unternehmens der Teilnehmer

Bei den Teilnehmern handelt es sich überwiegend um Personen aus der Ebene der Geschäftsführung und der Leitungsebene (vier Geschäftsführer und 16 Leiter verschiedener Bereiche und Ebene). In zwei Fällen sind es Marketing Manager. Eine ausführliche Tabelle findet sich im Anhang 4.3.

3.2.1.2 Online-Portal

Die Zielgruppen der nicht-registrierten Anbieter und die der Anwender wurden gebeten: das Online-Portal nach Schulnoten sowie die Auffindbarkeit der Informationen zu bewerten, den Grund für ihren Besuch des Portals und die hilfreichsten Informationen zu benennen. Darüber hinaus wurden sie gefragt, welche Informationen zusätzlich von Interesse wären.

Insgesamt haben 25 der Teilnehmer das Portal mindestens einmal besucht. Hinsichtlich der Gründe für ihren Besuch geben fünf Teilnehmer an, auf der Suche nach für sie passenden Cloud Anbietern zu sein. Die Mehrheit (16 TN) spricht von Informationssuche ohne weitere Angabe, zwei Teilnehmer geben berufliche Gründe an.

Die Mehrheit bewertet das Online-Portal positiv (ein „sehr gut“, 13 „gut“, acht „befriedigend“). Dabei geben Anbieter eine höhere Bewertung ab. So kommen die acht „befriedigend“ ausnahmslos von Anwendern, von diesen gibt es zudem ein „mangelhaft“.

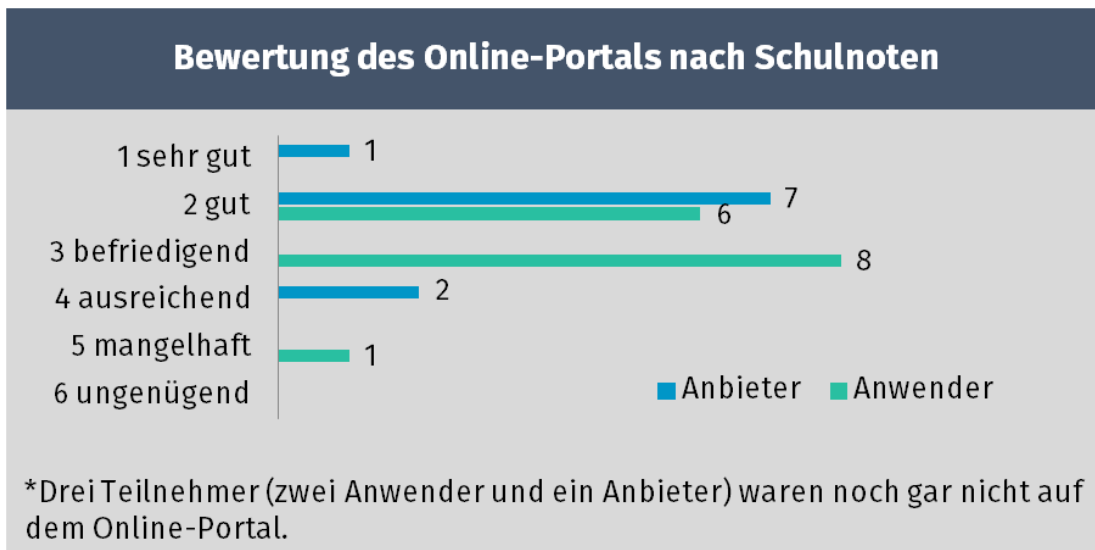


Abbildung 8: Bewertung des Online-Portals nach Schulnoten

Mit Blick auf die Auffindbarkeit der Informationen („Haben Sie die gesuchten Informationen auf dem Online-Portal schnell gefunden?“) lässt sich feststellen, dass der Teilnehmer, der das Portal mit „mangelhaft“ bewertet, auch eine schlechte Auffindbarkeit attestiert.

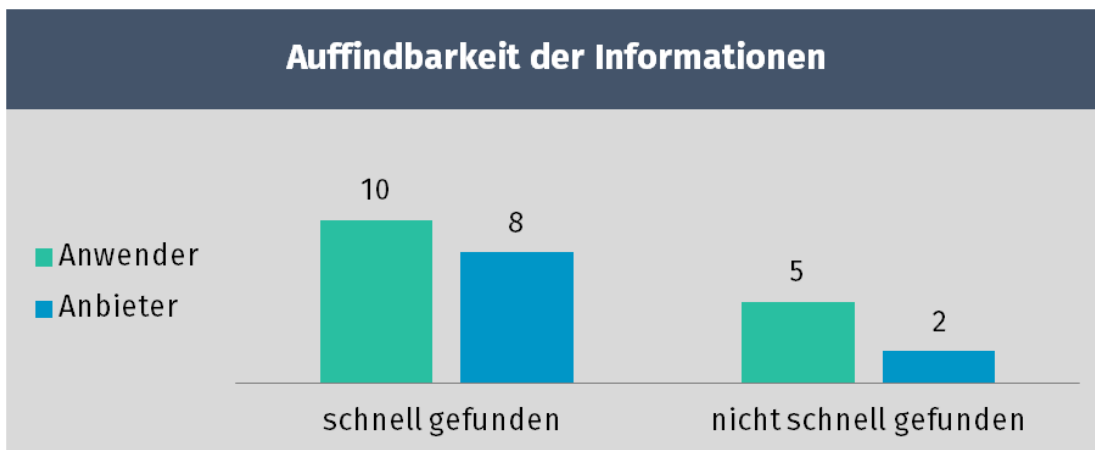


Abbildung 9: Auffindbarkeit der Informationen auf dem Online-Portal

Eine Bewertung der Darstellung der gelisteten Cloud Services wurde von allen drei Teilnehmergruppen vorgenommen. Wobei nicht-registrierte Anbieter und Anwender die Darstellung unterschieden nach Verständlichkeit und Attraktivität bewerten sollten und die registrierten Anbieter nur insgesamt hinsichtlich der Frage, wie ihnen die Darstellung gefällt. Im



Fälle der registrierten Anbieter fällt die Bewertung ausnahmslos positiv (zwei „sehr gut“, sieben „gut“) aus. Die Bewertung der anderen beiden Teilnehmergruppen ist differenzierter. Wobei auch hier wieder auffällt, dass Anbieter die Darstellung besser bewerten als Anwender (siehe Abbildung 10).

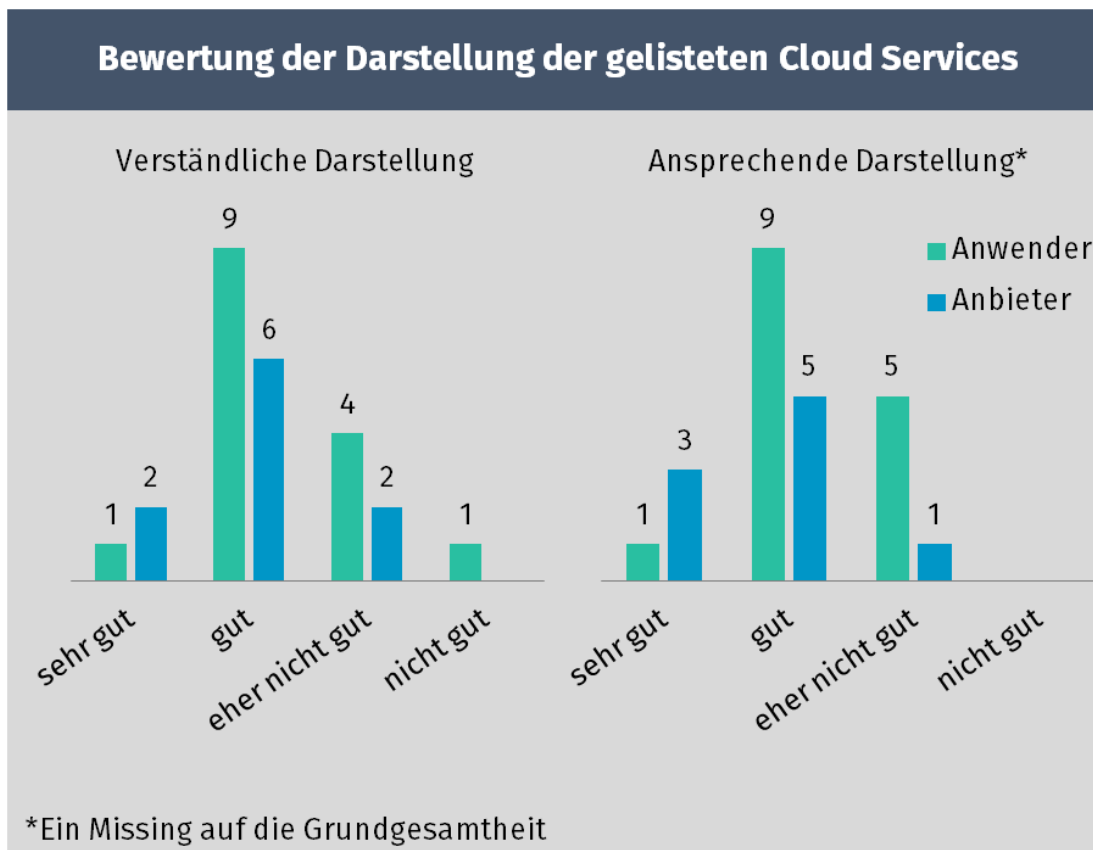


Abbildung 10: Bewertung der Darstellung der gelisteten Cloud Services

Die Einschätzung von für registrierte Anbieter relevanten Informationen und Teilbereichen des Portals wird unter 3.2.1.5 aufgeführt.

In Bezug auf die hilfreichsten Informationen nennen acht Teilnehmer Informationen rund um das Label Trusted Cloud, die Organisation sowie die Informationen für Anbieter (je vier Anbieter und Anwender). In fünf Fällen werden Informationen im Bereich Orientierungswissen benannt (vier Anwender, ein Anbieter).



Informationen zu den nachfolgenden Themen wünschen sich die Befragungsteilnehmer zusätzlich auf dem Portal:

Das Orientierungswissen betreffende Anregungen:

- Konkrete Praxisbeispiele | Nutzererfahrungen mit Cloud Services | Ratgeberartikel zu Cloud Computing, Beispiele für die erfolgreiche Nutzung von Cloud-Diensten | Praxisbeispiele aus dem Mittelstand
- Mehr Informationen über Anbieter, die den höchsten Datenschutz in der Cloud realisieren können - vor allem Datenräume und Datenaustausch in der Cloud, die auch für Berufsgeheimnisträger geeignet sind
- Handlungsempfehlungen insb. für öffentliche Auftraggeber im Zusammenhang der Auftragsdatenverarbeitung durch private Unternehmen (private cloud)
- Informationen dazu, inwieweit welche Dienste nach aktueller Gesetzeslage genutzt werden dürfen oder nicht (z. B. Dropbox, OneDrive, Doodle)
- ggf. eine Empfehlung zur Risikoanalyse von Cloud Applikationen
- Benchmarks

Das Label betreffende Anregungen:

- Angaben zur Zuverlässigkeit der Anbieter der Cloud
- Details des Zertifikats

Sonstige inhaltliche Anregungen:

- Aktuelles zu vertrauenswürdigen Cloud Diensten, gern auch als RSS-Feed
- Verständlicher Überblick

Wie bereits oben festgestellt fällt die Bewertung der Anwender sowohl hinsichtlich des gesamten Online-Portals als auch der Darstellung der gelisteten Cloud Services schlechter aus als die der nicht-registrierten Anbieter. Hält man die Anzahl der Anregungen für weitere Informationen oder zur Verbesserung der Darstellung gelisteter Cloud Services dagegen, zeigt sich, dass die Anwender (12 von 15 Portal; drei von 15 Darstellung Cloud Services) deutlich mehr Anregungen geben als Anbieter (eins von 10 Portal; keine Darstellung Cloud Services). Die häufigste Anregung auf Anwenderseite lässt sich als Ergänzung des Portals um konkrete Praxisbeispiele für die Nutzung von Cloud-Angeboten zusammenfassen, sie wird viermal gegeben. Dies legt die Vermutung nahe, dass Anwender hierin das größte Manko des Portals sehen.



3.2.1.3 Bekanntheitsgrad und Kommunikation

Auf die Frage, wie die Befragungsteilnehmer von Trusted Cloud erfahren haben, antwortet die Mehrheit mit „Online-Medien“ (15 TN) und „Veranstaltungen“ (neun TN) (siehe Abbildung 11). Eine Mehrfachnennung war bei dieser Frage möglich. Unter „Sonstiges“ wird zudem die CeBIT 2016 zweimal benannt sowie dreimal „Internetrecherche / Googleuche“. Desweiteren haben TN (je einer) von Kollegen, durch den Datenschutzbeauftragten ihrer Institution sowie über Rechtsanwälte von Trusted Cloud erfahren. Weitere Zugangsweges sind die Webseiten des BMWi und von idgard sowie der VOICE e. V. (je einmal genannt). Hinsichtlich weiterer Maßnahmen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades wurden die registrierten Anbieter befragt. Von diesen schlugen vier TN die nachfolgenden Maßnahmen vor:

- Social Media
- Werbung auf Portalen wie Xing und LinkedIn (zielgruppenspezifisch)
- Nennungen in den einschlägigen und relevanten IT-Seiten, Fokussierung der Maßnahmen im Bereich Linux
- TV

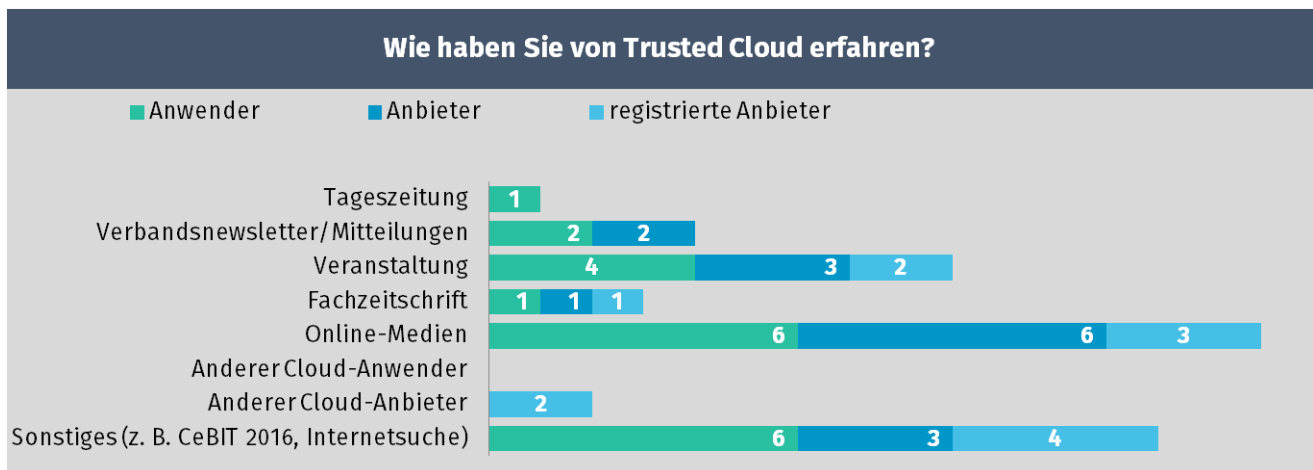


Abbildung 11: Wie haben Sie von Trusted Cloud erfahren?

26 der 37 Befragungsteilnehmer sind Abonnenten des Trusted Cloud Newsletters. Diese bewerten die Erscheinungshäufigkeit des Newsletters überwiegend positiv (23 „sehr zufrieden“ und „zufrieden“). Hinsichtlich des Inhalts fällt die Bewertung differenzierter aus: Zwar ist die Mehrheit (17 TN) mit seinem Inhalt „zufrieden“ bis „sehr zufrieden“, allerdings sind acht Teilnehmer „eher



unzufrieden“ (vier Anwender, drei Anbieter und ein registrierter Anbieter) sowie ein Anbieter „unzufrieden“. (Siehe Abbildung 13)

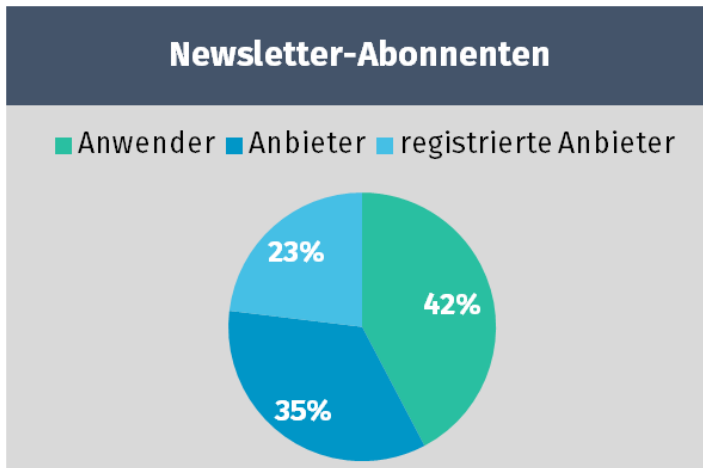


Abbildung 12: Prozentuale Verteilung der Zielgruppen auf die Newsletter-Abonnenten

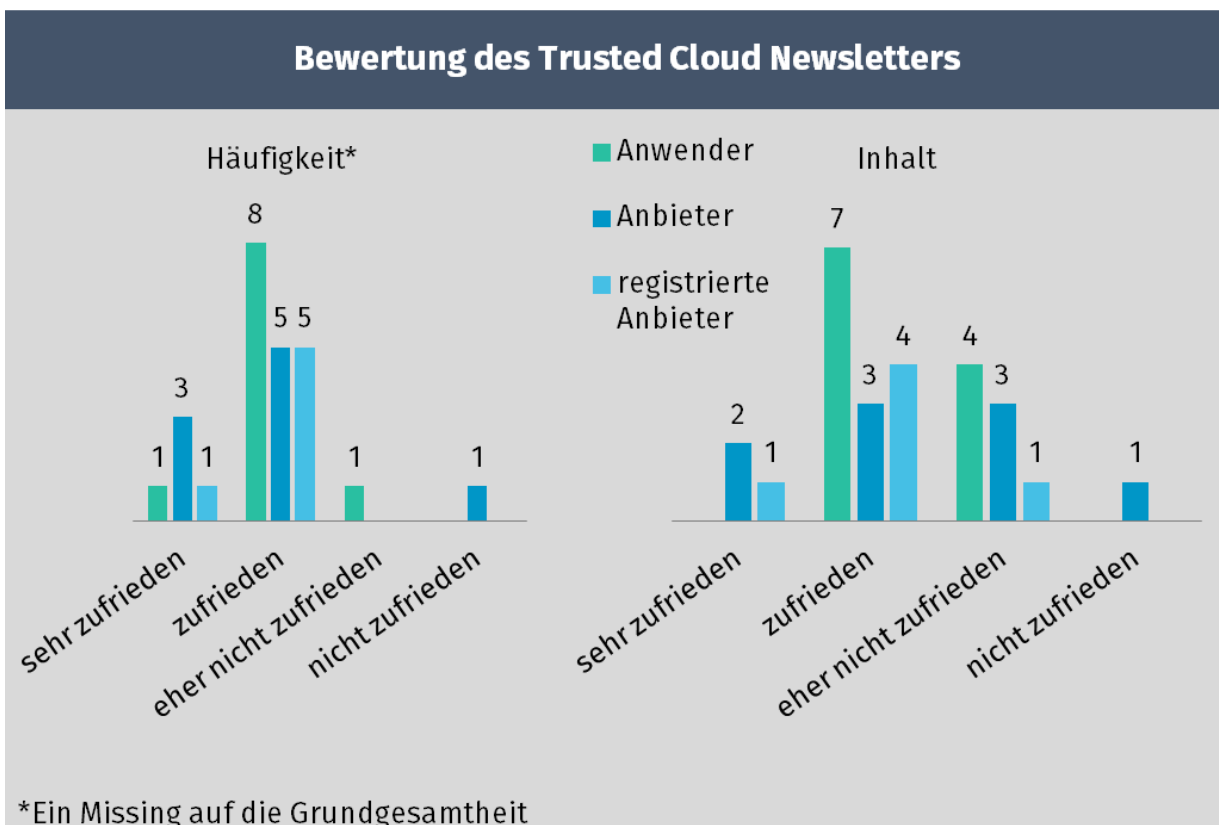


Abbildung 13: Bewertung des Trusted Cloud Newsletters hinsichtlich Häufigkeit und Inhalt



3.2.1.4 Akzeptanz

Von den Befragungsteilnehmern sehen lediglich vier keinen Mehrwert in Trusted Cloud (zwei Anbieter und zwei Anwender).

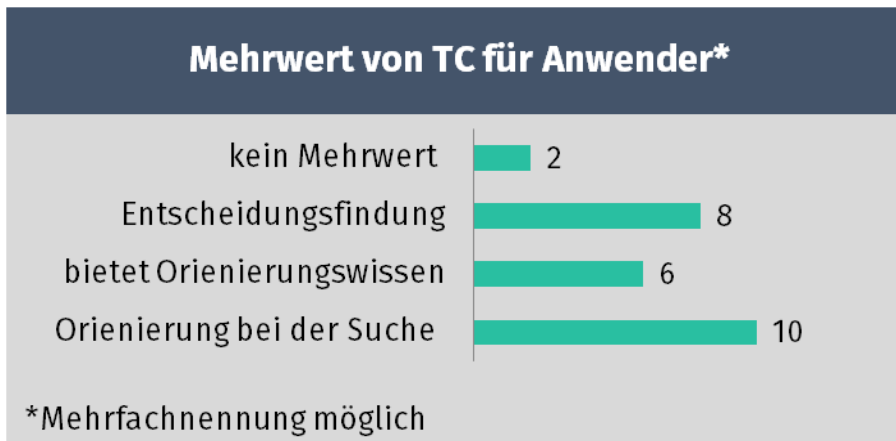


Abbildung 14: Mehrwert von Trusted Cloud aus Sicht der Anwender

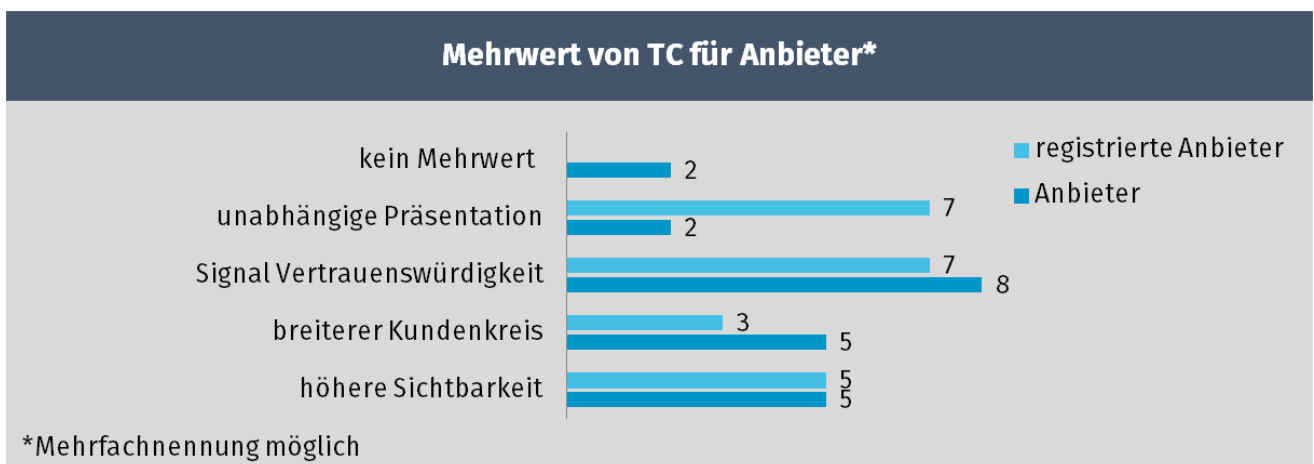


Abbildung 15: Mehrwert von Trusted Cloud aus Sicht der Anbieter

Diese positive Einschätzung spiegelt sich auch in den Angaben der Anbieter hinsichtlich der Vorstellbarkeit einer Listung auf Trusted Cloud sowie der Weiterempfehlung von Trusted Cloud an Kollegen durch registrierte Anbieter. So würden sieben der registrierten Anbieter Trusted Cloud weiterempfehlen, zwei können dies noch nicht zusagen. Gründe hierfür sind eine bisher noch



nicht abgeschlossene Leistung sowie das aktuelle Preis-/Leistungsverhältnis, das aufgrund bisher weniger gelisteter Services als schlecht empfunden wird.

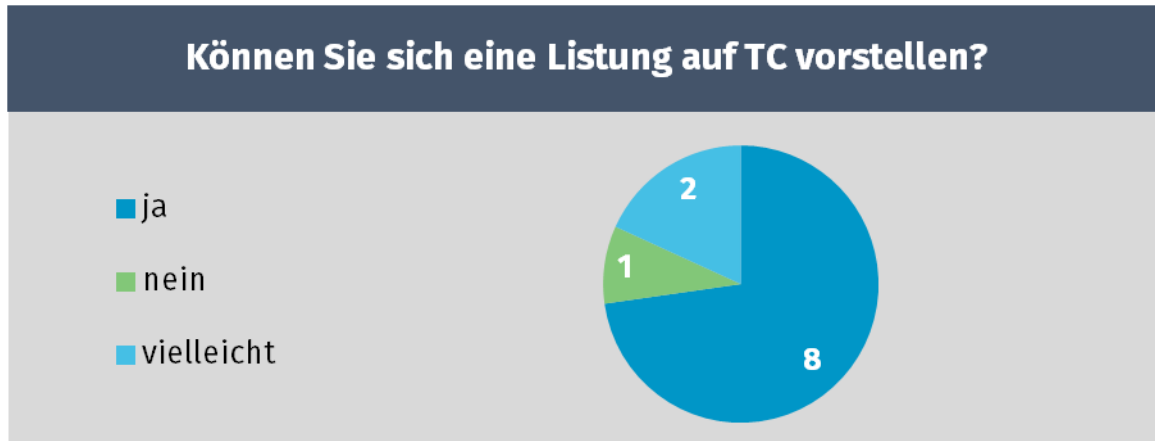


Abbildung 16: Können sich nicht-registrierte Anbieter eine Listung vorstellen

3.2.1.5 Einschätzungen registrierter Anbieter

Auf Trusted Cloud registrierte Anbieter wurden befragt nach:

- ihren Gründen für eine Listung,
- einer Bewertung der technischen Umsetzung des Kriterienkatalogs,
- den Trusted Cloud-Kriterien als solches,
- bereits erhaltenem Feedback auf ihre Listung bei Trusted Cloud,
- einer Bewertung der Betreuung durch die Geschäftsstelle
- sowie Branchen, die besondere Anforderungen an Cloud-Anwendungen stellen.

Hinsichtlich der angegebenen **Gründe für eine Listung** auf Trusted Cloud zeigen sich erneut die in der Frage zum Mehrwert abgefragten Aspekte: Präsentation durch eine unabhängige Instanz, Erschließung eines größerer Kundenkreises durch erhöhte Sichtbarkeit, Vertrauenswürdigkeit. Dabei sind den registrierten Anbietern die Unabhängigkeit und das Signal der Vertrauenswürdigkeit besonders wichtig. Ein registrierter Anbieter kommentiert die Frage pointiert mit „trust sells“.

Auf die Frage nach der Bewertung des Umfangs des **Trusted Cloud-Kriterienkatalogs** geben sechs Teilnehmer an, es handle sich um genau die richtige Anzahl von Kriterien und für zwei sind es zu viele und für einen zu wenige. Die Anbieter, für die es zu viele Kriterien sind, geben als besonders herausforderndes Kriterium, die Beschränkung auf den Vertragsstandort Deutschland bzw. die Dokumentation an.



Hinsichtlich der technischen Umsetzung des Kriterienkatalogs im geschützten Anbieterbereich vergeben sechs Teilnehmer die Schulnote „gut“ und drei „befriedigend“.

Die verschiedenen **Informationsmaterialien** für Anbieter wurden wie in Abbildung 17 dargestellt bewertet. Erwartungsgemäß werden der Kriterienkatalog (deutschsprachige Version) und der Leistungsleitfaden am besten bewertet.

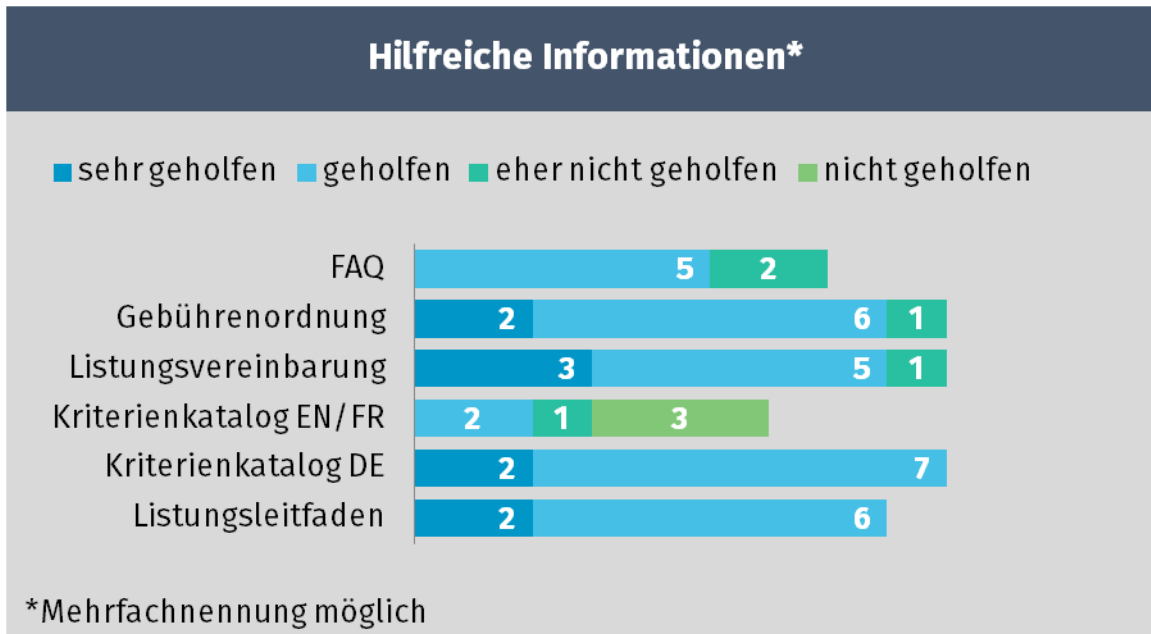


Abbildung 17: Bewertung Anbieter-relevanter Informationen auf dem Online-Portal

Von den neun registrierten Anbietern haben immerhin drei bereits positives **Kundenfeedback** erhalten. Laut Angaben der registrierten Anbieter werde die Transparenz gelobt, allerdings sei für einen der Kunden der gesamte Kriterienkatalog relevant gewesen und eben jene Informationen, die von besonderem Interesse gewesen wären, würden nicht auf dem Portal abgebildet. Um welche es sich dabei handelt, wurde nicht angegeben. Wieder ein anderer musste aktiv auf die Listung verweisen, um positives Feedback zu erhalten.

Mit der Betreuung durch die **Geschäftsstelle** sind acht registrierte Anbieter „zufrieden“ (zwei TN) bis „sehr zufrieden“ (sechs TN) und einer „eher unzufrieden“. Dieser gibt als Gründe für seine schlechtere Bewertung ausschließlich Gründe technischer Natur an („fehlerhafte automatisierte Benachrichtigungen, Sicherheitslücken im geschützten Bereich“). Dafür ist jedoch seine Bewertung der technischen Umsetzung des Kriterienkatalogs mit „befriedigend“ vergleichsweise positiv.



Im Hinblick auf die Weiterentwicklung von Trusted Cloud wurden die registrierten Anbieter um eine Einschätzung gebeten, welche **Branchen** besondere Anforderungen an Cloud-Anwendungen stellen. Ihre Einschätzung wird in nachfolgender Abbildung dargestellt.

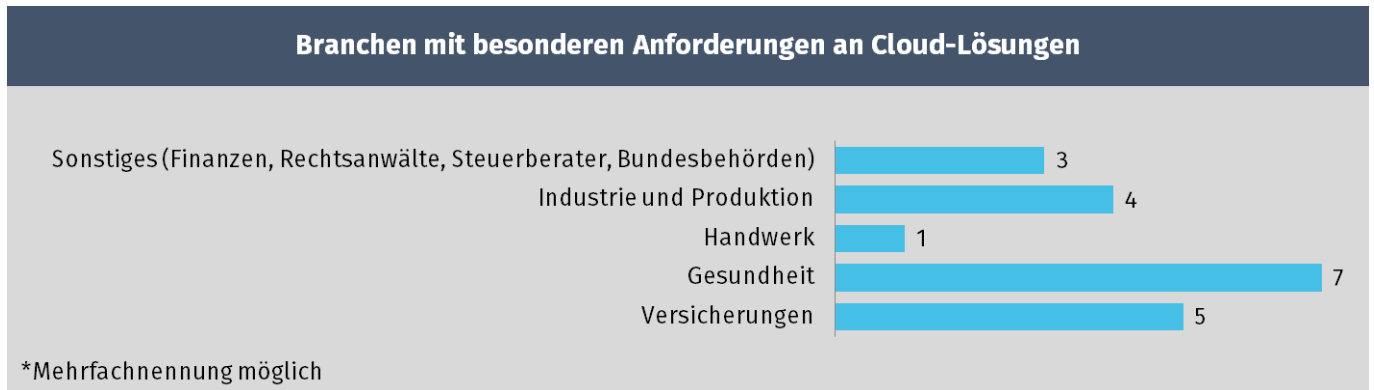


Abbildung 18: Branchen mit besonderen Anforderungen an Cloud-Anwendungen



3.3 Befragung des Kompetenznetzwerks Trusted Cloud e. V.

Die Mitglieder des Kompetenznetzwerk Trusted Cloud e. V. wurden ebenfalls im Rahmen der Evaluation befragt. Bei dem Fragebogen handelte es sich um einen eigens für die Vereinsmitglieder erstellten, dessen Fokus auf der Einschätzung der kommunikativen Maßnahmen lag. So wurde nach der Bewertung einzelner Bereiche des Online-Portals, des Newsletters sowie nach der Darstellung der gelisteten Cloud Services gefragt. Eine Frage bezog sich auf weitere denkbare Maßnahmen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades von Trusted Cloud. Der Fragebogen kann im Anhang unter 4.2 eingesehen werden. Die Rücklaufquote der Befragung betrug 2 bzw. 3 Rückläufer (27%). Daher ist die Aussage auch nicht repräsentativ.

Die Bewertung des Online-Portals, des Newsletters und der Darstellung der gelisteten Cloud Services fällt in den drei Rückmeldungen positiv aus. Es wurde ein Verbesserungsbedarf hinsichtlich der Rubrik „Information / Grundlagen“ gesehen, der jedoch nicht weiter ausgeführt wurde.

Bezüglich weiterer Maßnahmen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades geben die Befragten die nachfolgenden Anregungen:

- Durchführung einer eigenen Veranstaltung (eventuell mit einer Medienpartnerschaft)
- Direktansprache von Entscheidungsträgern führender Cloud-Provider
- stärkere Einbindung des BMWi zur Reputationsförderung

Die Antworten auf die Frage, in welchem Zusammenhang ihnen Trusted Cloud bereits außerhalb ihrer Mitwirkung am KN TC aufgefallen ist, spiegelt die Wahrnehmung der Zielgruppen der Online-Befragung: So werden auch hier vornehmlich Veranstaltungen und Online-Medien angegeben.

Hinsichtlich weiterer Verbesserungsmaßnahmen für das Online-Portal wird eine stärkere optische Trennung der Zugänge für einzelne Zielgruppen wie interessierte Bürger, Cloud-Anbieter, Cloud-Anwender angeregt.



3.4 Hotline-Anfragen

Für die Auswertung der Hotline-Anfragen über die verschiedenen allgemeinen E-Mail-Adressen von Trusted Cloud (info@trusted-cloud.de, registrierung@trusted-cloud.de und news@trusted-cloud.de) wurden alle nicht automatisch erzeugten E-Mails, die im Zeitraum 01. Februar 2016 bis 01. September 2016 eingegangen sind, betrachtet.

Die Hotline-Anfragen im Überblick:

- **Anzahl aller erhaltenen E-Mails:** 154 E-Mails (71 über info@ inkl. Terminvereinbarungstool CeBIT und Webseiten-Feedback, 81 über registrierung@, zwei über news@)
- **Durchschnittliche Anzahl im Monat:** rund 10 Anfragen info@, rund 11 Anfragen über registrierung@
- **Sachverhalte der Anfragen:**
 - Listungsbetreuung (84 davon 13 über info@ und 71 über registrierung@),
 - Listungsinteresse (27 davon 18 über info@, 8 über registrierung@ und eine über news@),
 - Kooperationsanfragen bzw. Angebote zum Austausch zwischen Initiativen im Cloud-Umfeld (10 davon 9 über info@ und eine über registrierung@),
 - Terminanfragen zur CeBIT (14 über info@ und das CeBIT-Terminvereinbarungstool),
 - weiterführende Informationen zum Thema Cloud Computing im Allgemeinen, TCDP und dem Technologieprogramm Trusted Cloud (8 davon 7 über info@ und eine über news@)
 - sonstige Anfragen (7 davon 6 über info@ und eine über registrierung@)
- **Kritische Anfragen:** Im gesamten Zeitraum ist lediglich eine kritische Anfrage über info@ eingegangen.



3.5 Medienberichterstattung

In die Analyse der Medienberichterstattung sind alle soweit bekannten Clippings in Print- und Online-Medien im Zeitraum 01. Februar 2016 bis 01. September 2016 eingeflossen. In dem kontinuierlich gepflegten Pressespiegel, der Grundlage für diese Auswertung ist, werden alle soweit auffindbaren Clippings erfasst, die einen direkten Bezug zu Trusted Cloud haben. Im Falle eines mehrfachen Erscheinens gleicher Inhalte (bspw. bei Pressemitteilungen zum Erhalt des Trusted Cloud Labels) wird das Clipping nur einfach gezählt. Weswegen es sich bei den nachfolgenden Daten um ein Minimum handelt.

Die Medienresonanz im Überblick:

- **Anzahl Clippings** (ohne redundante Clippings): 9 print und 63 online; monatlich im Durchschnitt rund ein Print-Clipping und rund 9 Online-Clippings
- **Besonderheiten:** eine Nennung/ Sichtung im **überregionalen Fernsehen** (ZDF, Berichtsanlass CeBIT) und eine im Deutschlandfunk
- **Bewertungen:** 37 positive Artikel, 35 neutrale Artikel
- **Häufigste Berichtsanlässe:** CeBIT 2016, Start von Trusted Cloud, Labelvergabe an Cloud Service, Cloud Computing und insbesondere das Thema Cloud-Sicherheit.
- **Namhafte Medien:** FAZ, FAZonline, Süddeutsche Zeitung (Magazin), Handelsblatt, Wirtschaftswoche, ZDF Heute Journal, Deutschlandfunk, heise.de, cloud computing insider

Die höchste mediale Aufmerksamkeit hatte Trusted Cloud in den Monaten März (12 online / eins print), April (11 online / vier print) und Mai (11 online / zwei print) 2016. In den Monaten Juli (5 online) und August (4 online) ist die Aufmerksamkeit deutlich zurückgegangen.

Wie bereits in 3.1.1 dargelegt scheint ein Zusammenhang zwischen der Medienpräsenz und den Aktivitäten auf dem Online-Portal zu bestehen.





3.6 Telefonaktionen

Im Juni 2016 wurden 27 Anbieter von Cloud-Anwendungen (21 erreicht), deren Erstkontakt mit Trusted Cloud im Rahmen der CeBIT 2016 erfolgte sowie 32 bereits auf Trusted Cloud registrierte Anbieter, die längere Zeit nicht mehr aktiv an ihrem Listungsantrag gearbeitet hatten (18 erreicht) telefonisch kontaktiert. Ziel der Kontaktaufnahme war es, den Stand des Interesses am Erhalt des Labels Trusted Cloud zu erfragen.

Im Rahmen dieser Gespräche wurden bei **nicht-Interesse die Gründe** hierfür erfragt. Als Hauptgründe benannten die Anbieter die folgenden:

- Höhe der Listungskosten (d. h. die Kosten für eine Listung auf Trusted Cloud sind zu teuer /vier registrierte Anbieter, drei Anbieter aus dem CeBIT-Umfeld) sowie
- strategische Gründe (d. h. das Trusted Cloud Label passt nicht in die Marketingstrategie des Anbieters bzw. der Anbieter hat die aus seiner Sicht relevanten Zertifikate bereits / zwei Anbieter aus dem CeBIT-Umfeld).

Im Falle der registrierten Anbieter wurde zudem erfasst, warum sie längere Zeit nicht mehr an ihrem Listungsantrag gearbeitet haben. Hier spielten in den meisten Fällen die fehlende Zeit bei dem jeweiligen Bearbeiter oder Abstimmungsschleifen innerhalb des Unternehmens bzgl. der Beantwortung der Kriterien eine zentrale Rolle.

In 12 Fällen registrierter Anbieter und in vier Fällen aus dem CeBIT-Umfeld bestand weiterhin Interesse an einer Listung. Davon hat zwischenzeitlich ein Cloud Services das Label erhalten.



4 Anhang

4.1 Fragenkatalog Online-Befragung*

*Alle Fragen bis auf die des Blocks 4 sind Pflichtfragen.

Block 1: Fragen zu Trusted Cloud					
Einleitungstext					
In dem ersten Fragenkomplex soll es um Trusted Cloud im Allgemeinen gehen.					
Nr.	Unterfrage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
1			Bitte ordnen Sie sich einer der beiden Gruppe würden zu.	_Cloud-Anbieter _Cloud-Anwender	Filterfrage für Frage 2, 4, 5 und 6 /Block 1
2		1/1 "Cloud-Anbieter"	Sind Sie bereits auf www.trusted-cloud.de registriert?	_ja _nein	Filterfrage für Frage 6 Block 1 Filterfrage für Block 4/ Fragen für registrierte Anbieter
3			Wie haben Sie von Trusted Cloud erfahren? Wenn Sie noch wissen, wo genau, geben Sie dies bitte unter Sonstiges an. Mehrfachnennung möglich.	_Veranstaltung _Tageszeitung _Fachzeitschrift _Online-Medien _Verbandsnewsletter/Mitteilungen _Anderer Cloud-Anbieter _Anderer Cloud-Anwender _Sonstiges, und zwar (Freitextfeld)	

Block 1: Fragen zu Trusted Cloud

Einleitungstext

In dem ersten Fragenkomplex soll es um Trusted Cloud im Allgemeinen gehen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
4		1/1 "Cloud-Anwender"	Welchen Mehrwert hat Trusted Cloud für Sie als Cloud-Anwender?	_Trusted Cloud bietet mir Orientierung bei der Suche nach vertrauenswürdigen Cloud-Anwendungen. _Trusted Cloud bietet mir praktisch aufbereitetes Orientierungswissen für den Einstieg bzw. die Nutzung von Cloud-Lösungen. _Trusted Cloud unterstützt mich bei der Entscheidungsfindung hinsichtlich des Einsatzes von Cloud-Lösungen. _Sonstigen Mehrwert, und zwar (Freitextfeld) _Keinen Mehrwert	

Block 1: Fragen zu Trusted Cloud

Einleitungstext

In dem ersten Fragenkomplex soll es um Trusted Cloud im Allgemeinen gehen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
5		1/1 "Cloud-Anbieter"	Welchen Mehrwert hat Trusted Cloud für Sie als Cloud-Anbieter?	_Die Leistung bei Trusted Cloud gibt meinem Cloud Service eine höhere Sichtbarkeit. _Das Label Trust Cloud eröffnet meinem Cloud Service einen breiteren Kundenkreis. _Mit dem Label Trusted Cloud signalisieren wir, unser Cloud Service ist vertrauenswürdig. _Durch Trusted Cloud kann ich meinen Cloud Service unter dem Dach einen unabhängigen Instanz präsentieren. _Sonstigen Mehrwert, und zwar (Freitextfeld) _Keinen Mehrwert	
6		1/1 "Cloud-Anbieter" und 2/1 "nein"	Können Sie sich vorstellen Ihre Cloud-Anwendung auf www.trusted-cloud.de listen zu lassen?	_ja _nein _vielleicht	Filterfrage für Frage 6a/Block 1

Block 1: Fragen zu Trusted Cloud

Einleitungstext

In dem ersten Fragenkomplex soll es um Trusted Cloud im Allgemeinen gehen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
	6a	6/1 "nein"	Sie können sich eine Listung Ihrer Cloud-Lösung nicht vorstellen, warum? Mehrfachnennung möglich.	_Nicht bekannt genug _Zu teuer _Zu viel Aufwand _Unsere Cloud-Lösung wird nicht durch den Kriterienkatalog abgebildet. _Sonstige Gründe, und zwar (Freitextfeld)	
7			Trusted Cloud gibt in regelmäßigen Abständen einen Newsletter heraus. Haben Sie diesen abonniert?	_ja _nein	Filterfrage für 7a/Block 1
	7a	7/1 "ja"	Sie haben den Trusted Cloud Newsletter abonniert. Wie zufrieden sind Sie mit seiner Häufigkeit und seinen Inhalten?	_sehr zufrieden _zufrieden _eher unzufrieden _unzufrieden	Als Matrix links Häufigkeit und Inhalte oben Skala

Block 2: Fragen für registrierte Anbieter*

***Dieser Block wird nur abgefragt, wenn Frage 2 /Block1 mit „ja“ beantwortet wird.**

Einleitungstext

Sie haben sich bereits auf unserem Online-Portal www.trusted-cloud.de registriert. Daher möchten wir Sie im Folgenden zum geschützten Anbieterbereich, dem Listungsprozess sowie zum Kriterienkatalog befragen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
1			Warum haben Sie sich für eine Listung Ihrer Cloud-Lösung auf www.trusted-cloud.de entschieden?	Freitextfeld	Kontrollfrage zu 5/Block 1
2			Wie gefällt Ihnen die Darstellung der gelisteten Services?	_sehr gut _gut _eher nicht gut _nicht gut	Filterfrage für Frage 2a / Block 2
	2a	2/2 "eher nicht gut" und "nicht gut"	Die Darstellung der gelisteten Services gefällt Ihnen „eher nicht gut“ bis „nicht gut“. Wie können wir die Darstellung verbessern?	Freitextfeld	
3			Wie bewerten Sie den Umfang des Trusted Cloud-Kriterienkatalogs für Cloud Services?	_zu viele Kriterien _genau die richtige Anzahl an Kriterien _zu wenig Kriterien	
4			Welche Kriterien stellen bzw. stellten im Rahmen der Listung die größte Herausforderung für Sie dar?	_Freitextfeld _keine	



Block 2: Fragen für registrierte Anbieter*

***Dieser Block wird nur abgefragt, wenn Frage 2 / Block1 mit „ja“ beantwortet wird.**

Einleitungstext

Sie haben sich bereits auf unserem Online-Portal www.trusted-cloud.de registriert. Daher möchten wir Sie im Folgenden zum geschützten Anbieterbereich, dem Listungsprozess sowie zum Kriterienkatalog befragen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
5			Es gibt Branchen, die besondere Anforderungen an Cloud-Angebote haben. Welche sind das in Ihren Augen? Mehrfachnennung möglich.	_Versicherungen _Gesundheit _Handwerk _Industrie, Produktion _Sonstige und zwar (Freitextfeld)	
6			Welche Schulnote geben Sie der Umsetzung des Kriterienkatalogs im geschützten Anbieterbereich im Hinblick auf den Funktionsumfang und die Nutzerfreundlichkeit?	_1 sehr gut _2 gut _3 befriedigend _4 ausreichend _5 mangelhaft _6 ungenügend	Filterfrage für Frage 6a / Block 2

Block 2: Fragen für registrierte Anbieter*

***Dieser Block wird nur abgefragt, wenn Frage 2 / Block1 mit „ja“ beantwortet wird.**

Einleitungstext

Sie haben sich bereits auf unserem Online-Portal www.trusted-cloud.de registriert. Daher möchten wir Sie im Folgenden zum geschützten Anbieterbereich, dem Listungsprozess sowie zum Kriterienkatalog befragen.

Nr.	Unterfrage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
	6a	6/2 "5, mangelhaft" und "6, ungenügend"	Sie haben der Umsetzung des Kriterienkatalogs im geschützten Anbieterbereich im Hinblick auf den Funktionsumfang und die Nutzerfreundlichkeit eine "5, mangelhaft" bis "6, ungenügend" geben. Bitte sagen Sie uns warum und was wir verbessern könnten.	Freitextfeld	
7			Wie zufrieden sind Sie mit der Betreuung durch die Geschäftsstelle Trusted Cloud?	_sehr zufrieden _zufrieden _eher unzufrieden _unzufrieden	Filterfrage für Frage 7a / Block 2
	7a	7/2 "eher unzufrieden" und "unzufrieden"	Sie sind mit der Betreuung durch die Geschäftsstelle Trusted Cloud "eher unzufrieden" bis "unzufrieden". Bitte sagen Sie uns warum und wie wir uns hier verbessern können.	Freitextfeld	

Block 2: Fragen für registrierte Anbieter*

***Dieser Block wird nur abgefragt, wenn Frage 2 / Block1 mit „ja“ beantwortet wird.**

Einleitungstext

Sie haben sich bereits auf unserem Online-Portal www.trusted-cloud.de registriert. Daher möchten wir Sie im Folgenden zum geschützten Anbieterbereich, dem Listungsprozess sowie zum Kriterienkatalog befragen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
8			Trusted Cloud betreibt aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, um den Bekanntheitsgrad der Marke Trusted Cloud weiter zu erhöhen. Ist Ihnen Trusted Cloud in diesem Zusammenhang bereits aufgefallen?	_ja _nein	
9			Welche Maßnahmen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades von Trusted Cloud würden Sie sich noch wünschen?	_Freitextfeld _keine	
10			Würden Sie eine Listung auf www.trusted-cloud.de einem Kollegen empfehlen?	_ja _nein _weiß noch nicht	Filterfrage für Frage 10a/ Block 2



Block 2: Fragen für registrierte Anbieter*

***Dieser Block wird nur abgefragt, wenn Frage 2 /Block1 mit „ja“ beantwortet wird.**

Einleitungstext

Sie haben sich bereits auf unserem Online-Portal www.trusted-cloud.de registriert. Daher möchten wir Sie im Folgenden zum geschützten Anbieterbereich, dem Listungsprozess sowie zum Kriterienkatalog befragen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
	10a	10/2 "nein" und „weiß noch nicht“	Sie würden eine Listung auf www.trusted-cloud.de nicht einem Kollegen empfehlen bzw. wissen es noch nicht. Bitte sagen Sie uns warum.	Freitextfeld	
11			Haben Sie bereits Feedback auf Ihre Listung bei Trusted Cloud bekommen? Bitte sagen Sie uns welches.	_Ja, durch Kunden und zwar (Freitextfeld) _Ja, durch Wettbewerber und zwar (Freitextfeld) _Nein, bisher noch nicht.	



Block 2: Fragen für registrierte Anbieter*

***Dieser Block wird nur abgefragt, wenn Frage 2 / Block1 mit „ja“ beantwortet wird.**

Einleitungstext

Sie haben sich bereits auf unserem Online-Portal www.trusted-cloud.de registriert. Daher möchten wir Sie im Folgenden zum geschützten Anbieterbereich, dem Listungsprozess sowie zum Kriterienkatalog befragen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
12			Welche Informationen, die Trusted Cloud für Anbieter auf dem Online-Portal bereit hält, haben Ihnen am meisten weitergeholfen?	_Leitfaden zur Listung von Cloud Services _Trusted Cloud Kriterienkatalog für Cloud Services _Trusted Cloud Kriterienkatalog für Cloud Services (Englische Version) _Vertrag über die Listung eines Cloud Services _Gebührenordnung _FAQ	Die Antwort ist als Matrix zu gestalten: Informationen links Skala oben (sehr geholfen, geholfen, eher nicht geholfen, nicht geholfen) Danach weiter Block 4

Block 3: Fragen zum Online-Portal (ohne registrierte Anbieter)

Einleitungstext

Erste Anlaufstelle bei Fragen rund um Trusted Cloud ist unser Online-Portal www.trusted-cloud.de. Daher ist uns sehr daran gelegen, dass die Webseite, die in sie gesetzten Erwartungen erfüllt. Gemeinsam mit Ihnen möchten wir unser Online-Portal noch besser machen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
1			Wie häufig haben Sie das Online-Portal www.trusted-cloud.de bereits besucht?	_mehrmals _einmal _noch gar nicht	Frage ist notwendig, da der Link zur Umfrage nicht nur über die Webseite zugänglich war, sondern auch an den Newsletterverteiler versendet wurde. Filterfrage für alle übrigen Fragen aus Block 3, wenn „noch gar nicht“ weiter mit Block 4
2			Was war der Grund Ihres Besuchs?	Freitextfeld	
3			Welche Informationen haben Ihnen am meisten weitergeholfen?	_Freitextfeld _keine	
4			Welche Informationen bzw. Themen wünschen Sie sich darüber hinaus auf dem Online-Portal?	_Freitextfeld _keine weiteren	
5			Haben Sie die gesuchten Informationen auf dem Online-Portal schnell gefunden?	_ja _nein	

Block 3: Fragen zum Online-Portal (ohne registrierte Anbieter)

Einleitungstext

Erste Anlaufstelle bei Fragen rund um Trusted Cloud ist unser Online-Portal www.trusted-cloud.de. Daher ist uns sehr daran gelegen, dass die Webseite, die in sie gesetzten Erwartungen erfüllt. Gemeinsam mit Ihnen möchten wir unser Online-Portal noch besser machen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
6			Wie gefällt Ihnen die Darstellung der gelisteten Services, ist sie verständlich und ansprechend gestaltet?	_sehr gut _gut _eher nicht gut _nicht gut	Als Matrix gestalten links verständlich und ansprechend oben Skala Filterfrage für Frage 6 / Block 3
	6a	6/3 "eher nicht gut" und "nicht gut"	Die Darstellung der gelisteten Services gefällt Ihnen „eher nicht gut“ bis „nicht gut“. Wie können wir die Darstellung verbessern?	Freitextfeld	
7			Welche Schulnote geben Sie dem Online-Portal insgesamt?	_1 sehr gut _2 gut _3 befriedigend _4 ausreichend _5 mangelhaft _6 ungenügend	

Block 4: Fragen zu den Befragungsteilnehmern



Einleitungstext

Um Ihre Antworten besser auswerten zu können und den Nutzen für die unterschiedlichen Zielgruppen, die Trusted Cloud anspricht, herausarbeiten zu können, möchten wir Ihnen zum Abschluss noch einige Fragen zu Ihnen als Person sowie zu Ihrer Organisation stellen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
1			Haben Sie bereits Erfahrungen mit Cloud Computing gemacht?	☐ _ja ☐ _nein	
2			Welcher der nachfolgend angegebenen Organisationsarten kommt die Ihre am nächsten?	☐ _Unternehmen ☐ _Öffentliche Verwaltung ☐ _Vereine und Verbände sowie andere soziale Einrichtungen und Organisationen ☐ _Privatperson	Filterfrage für 2a / Block 4 Bei Antwort „Privatperson“ weiter Abschlussfrage
	2a	2/4 "Unternehmen"	Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an?	☐ _Handwerk ☐ _Handel ☐ _IT und Internet ☐ _Baugewerbe ☐ _Beratungsdienstleistungen ☐ _Energieversorgung ☐ _Finanzsektor ☐ _Industrie, Produktion ☐ _Verkehr und Logistik ☐ _Gesundheit ☐ _Medien & Unterhaltung ☐ _Versicherung	

Block 3: Fragen zum Online-Portal (ohne registrierte Anbieter)

Einleitungstext

Erste Anlaufstelle bei Fragen rund um Trusted Cloud ist unser Online-Portal www.trusted-cloud.de. Daher ist uns sehr daran gelegen, dass die Webseite, die in sie gesetzten Erwartungen erfüllt. Gemeinsam mit Ihnen möchten wir unser Online-Portal noch besser machen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
3			Wie groß ist Ihre Organisation bzw. Ihr Unternehmen?	_bis 9 Beschäftigte _10 bis 49 Beschäftigte _50 bis 249 Beschäftigte _mehr als 250 Beschäftigte	
4			Welche Position bekleiden Sie in Ihrer Organisation bzw. Ihrem Unternehmen?	Freitextfeld	
5			In welchem Land hat Ihre Organisation bzw. Ihr Unternehmen seinen Hauptsitz?	_Deutschland _Europäischer Wirtschaftsraum (EWR) _Schweiz _Andere Staaten (Freitextfeld)	

Abschlussfrage

Einleitungstext

Vielen Dank für Ihre Unterstützung. Mit der Beantwortung der Online-Befragung haben Sie uns aktiv bei Verbesserungen von Trusted Cloud geholfen.

Nr.	Unter- frage	Filter	Frage	Antwortmöglichkeiten	Anmerkungen
1			Haben Sie noch weitere Anregungen für uns? Dann ist hier der Ort, sie uns mit zu teilen.	Freitextfeld	



4.2 Fragebogen für die Mitglieder des KN TC

Tabelle 7: Fragebogen für die Mitglieder des Kompetenznetzwerks Trusted Cloud e. V.

Frage	Antwort	
<i>Sie erhalten den regelmäßig erscheinenden Trusted Cloud Newsletter.</i> Wie zufrieden sind Sie mit seiner Häufigkeit und seinen Inhalten?	Inhalt ☐ sehr zufrieden ☐ zufrieden ☐ eher unzufrieden ☐ unzufrieden	Häufigkeit ☐ sehr zufrieden ☐ zufrieden ☐ eher unzufrieden ☐ unzufrieden
<i>Sie sind "eher unzufrieden" bis "unzufrieden" mit den Inhalten des Trusted Cloud Newsletters.</i> Bitte sagen Sie uns warum und wie wir ihn verbessern können.	Bitte tragen Sie hier Ihre Anregungen ein:	
<i>Trusted Cloud betreibt aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, um den Bekanntheitsgrad der Marke Trusted Cloud weiter zu erhöhen.</i> Ist Ihnen Trusted Cloud in diesem Zusammenhang bereits aufgefallen?	☐ ja ☐ nein	
<i>Sie sind bereits außerhalb Ihrer Mitwirkung im Kompetenznetzwerk Trusted Cloud e. V. auf Trusted Cloud aufmerksam geworden.</i> In welchem Zusammenhang konkret? <i>Mehrfachnennung möglich.</i>	☐ Veranstaltung ☐ Tageszeitung ☐ Fachzeitschrift ☐ Online-Medien ☐ Verbandsnewsletter/ Mitteilungen ☐ anderer Cloud-Anbieter ☐ anderer Cloud-Anwender ☐ Sonstiges, und zwar ...	



Frage	Antwort	
	Bitte detaillieren Sie nachfolgend die Angabe „Sonstiges“:	
<i>Vielleicht haben Sie Trusted Cloud bereits selbst auf einer Veranstaltung vorgestellt.</i> Bitte teilen Sie uns mit auf welchen Veranstaltungen (Titel der Veranstaltung und Veranstalter).	Bitte tragen Sie hier Ihre Anregungen ein:	
In Vorbereitung auf den Workshop am 28. September bitten wir Sie an dieser Stelle bereits ein oder zwei Ideen zu weiteren Erhöhung des Bekanntheitsgrades von Trusted Cloud einzutragen.	Bitte tragen Sie hier Ihre Anregungen ein:	
Wie häufig haben Sie das Online-Portal www.trusted-cloud.de bereits besucht?	☐ mehrmals ☐ einmal ☐ noch gar nicht	
Wie gefällt Ihnen die Darstellung der gelisteten Services, ist sie verständlich und ansprechend gestaltet?	Verständlichkeit ☐ sehr gut ☐ gut ☐ eher nicht gut ☐ nicht gut	Attraktivität ☐ sehr gut ☐ gut ☐ eher nicht gut ☐ nicht gut
<i>Die Darstellung der gelisteten Services gefällt Ihnen „eher nicht gut“ bis „nicht gut“.</i> Wie können wir die Darstellung verbessern, welche Informationen fehlen Ihnen?	Bitte tragen Sie hier Ihre Anregungen ein:	



Frage	Antwort
Welche auf dem Online-Portal befindlichen Bereiche finden Sie besonders gut bzw. sollten aus Ihrer Sicht modifiziert werden?	Cloud Service ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren Informationen/ Grundlagen ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren Informationen/ Auswahl und Vertrag ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren Informationen/ Cloud Service Einführung ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren Informationen/ Cloud-Nutzung und Betrieb ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren Informationen/ Veränderung während der Laufzeit ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren



Frage	Antwort
	Informationen/ Beendigung und Wechsel ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren Informationen/ Anwendungsbeispiele ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren Informationen/ FAQ ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren Informationen/ Publikationen ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren Listungsleitfaden für Cloud-Anbieter ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren Standards ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren



Frage	Antwort
	Aktuelles ☐ sehr gut ☐ gut ☐ zu modifizieren
Welche Informationen bzw. Themen würden Sie sich darüber hinaus auf dem Online-Portal wünschen?	Bitte tragen Sie hier Ihre Anregungen ein:
Haben Sie noch weitere Anregungen zur Vorbereitung des Workshops am 28. September? Dann können Sie dieses gern hier mitteilen.	Bitte tragen Sie hier Ihre Anregungen ein:



4.3 Freitextangaben Online-Befragung Position der Teilnehmern

Tabelle 8: Angaben zu "Welche Position bekleiden Sie?"

Angabe Freitextfeld	Zielgruppe
Abteilungsleitung	Anbieter
Leitung IT-Infrastruktur	Anwender
Direktor	Anwender
IT, Entwicklung	Anbieter
IT Manager	Anbieter
Bereichsleiter Web-, Mobile- und Cloud Development	Anbieter
keine Angaben	Anwender
Führungskraft	Anwender
Geschäftsführer	Anwender
Backoffice	Anwender
CIO	Anwender
Sales Leader	Anbieter
Business Development Manager	Anbieter
Wissenschaftlicher Mitarbeiter	Anwender
Geschäftsführer	Anbieter
GF	Anbieter
Geschäftsführer	Anwender
Head of Partner Ecosystem, Strategy	Anbieter
Marketing Manager	Anbieter
Marketing Manager	Anbieter
Manager	Anwender
CIO	Anwender
Chief Information Security Officer	Registrierter Anbieter
CTO	Registrierter Anbieter
Vertriebsleiter	Registrierter Anbieter
Entwicklerin und Projektmanagerin	Registrierter Anbieter



Angabe Freitextfeld	Zielgruppe
Head of Business Development	Registrierter Anbieter
HR-Leitung	Registrierter Anbieter
Prokurist	Registrierter Anbieter
IT Director	Registrierter Anbieter
Sales Support	Registrierter Anbieter



4.4 Piwik-Begriffserklärung

Begriff	Erläuterung
Absprünge bzw. Abgänge	Anzahl der Besuche, die auf dieser Seite begannen und endeten. D.h. der Besucher verließ die Webseite nach dem Aufruf dieser einen Seite wieder.
Absprungrate	Der Anteil der Besuche, bei denen nur eine Seite aufgerufen wurde. Dies bedeutet, dass der Besucher die Webseite auf der Eingangsseite sofort wieder verlassen hat.
Aktionen	Die Anzahl der Aktionen, die ihre Besucher durchgeführt hat. Aktionen sind Seitenansichten, Downloads, der Aufruf von ausgehenden Verweisen und interne Suchen.
Aktionen pro Besuch	Die durchschnittliche Anzahl der Aktionen (Seitenaufrufe, Downloads, ausgehende Verweise oder interne Suchen), die während der Besuche durchgeführt wurden.
Ausstiegsrate	Der Anteil der Besuche, welche die Webseite nach dieser Seite verlassen haben.
Besuche	Wenn ein Besucher zum ersten Mal die Webseite besucht oder seit dem letzten Seitenaufruf mehr als 30 Minuten vergangen sind, wird dies als neuer Besuch gewertet.
Downloads	Anzahl der Klicks auf diesen Link.
Durchschnittszeit (Verweildauer) auf der Webseite	Durchschnittslänge eines Besuches.
Durchschnittszeit (Verweildauer) pro Seite	Die durchschnittliche Besuchsdauer einer Seite (nur die einzelne Seite, nicht die gesamte Webseite)
Eindeutige Besucher	Die Anzahl der eindeutigen Besucher auf der Webseite. Jeder Benutzer wird nur einmal gezählt, auch wenn er die Webseite mehrmals täglich besucht hat.
Eindeutige Downloads	Die Anzahl der Besuche, bei denen dieser Link angeklickt wurde. Falls der Link mehrmals pro Besuch angeklickt wurde, wird er nur einmal



Begriff	Erläuterung
	gezählt.
Eindeutige Seitenansichten	Die Anzahl der Besuche, welche diese Seite aufgerufen haben. Sollte die Seite mehrmals bei einem Besuch aufgerufen worden sein, so wird dies nur einmal gezählt.
Eingänge	Anzahl der Besuche, die auf dieser Seite begonnen haben.
Einstiegsseiten	Die Einstiegsseite ist die erste Seite, die während eines Besuches aufgerufen wird.
Seitenansichten	Die Anzahl, wie häufig diese Seite besucht wurde.



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



Impressum

Internet-Redaktion

Capgemini Deutschland GmbH
Potsdamer Platz 5
10785 Berlin

E-Mail: [info\[at\]trusted-cloud.de](mailto:info[at]trusted-cloud.de)

Web: www.trusted-cloud.de

für das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
11019 Berlin