

# COMPUTERWOCHE

www.computerwoche.de

# Windows 7 Migration

**PLUS  
16 SEITEN**  
Wie Mittelständler  
IT-Kosten senken



*Altlasten machen den Wechsel in die  
schöne neue Windows-Welt schwierig.*



## Der Blackberry Torch im Test

Mit dem Blackberry Torch möchte RIM den Spagat zwischen Business- und Privatanwendern schaffen. Erste Erfolge sind unübersehbar.

Seite 28

## Die ITK-Szene braucht Frauenpower

In einem Themenschwerpunkt beschäftigen wir uns mit den Perspektiven von Frauen in ITK-Berufen.

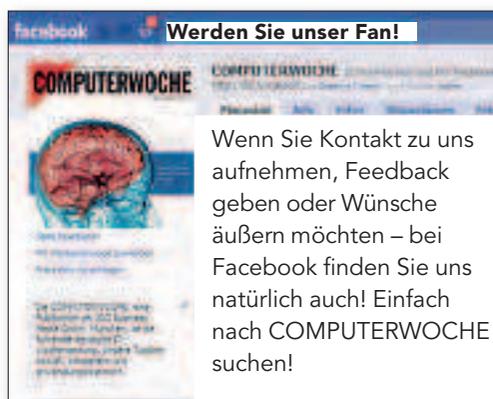
Seite 36

## In dieser Ausgabe

Nr. 47 vom 22. November 2010

## Trends & Analysen

- Social Media in der Industrie** 5  
Eine Marktanalyse zeigt, dass große Industriekonzerne viel Marktpotenzial verschennen, weil sie Facebook, Twitter & Co. nur ungenügend nutzen.
- Google bringt visuelle Suche** 6  
Eine Partnerschaft mit diversen Unternehmen soll Google helfen, die visuelle Suche via Smartphone-App zu perfektionieren.
- CW auf dem iPad** 7  
COMPUTERWOCHE-Leser können ab sofort jede Ausgabe für das iPad beziehen – preiswert und flott.
- IT-Kompass – jetzt mitmachen** 10  
Die größte deutsche IT-Anwenderuntersuchung braucht Ihre Hilfe.
- Oracle-Anwender kritisieren** 11  
Doag-Mitglieder beklagen den schlechten Support.



Werden Sie unser Fan!

Wenn Sie Kontakt zu uns aufnehmen, Feedback geben oder Wünsche äußern möchten – bei Facebook finden Sie uns natürlich auch! Einfach nach COMPUTERWOCHE suchen!

## Titel

Windows-7-Migration

- Der Windows-Wechsel** 12  
Eine Windows-7-Migration gliedert sich in klar strukturierte Arbeitspakete.
- Fallstricke mit alter Software** 16  
Ein großer Teil des Migrationsaufwands entfällt auf Kompatibilitätstests.
- Die Folgen für Lizenzen** 20  
Falsche lizenzrechtliche Entscheidungen können Firmen teuer zu stehen kommen.



## Produkte & Praxis

- Kleine Helfer** 24  
Xmarks verwaltet Browser-Lesezeichen; The Missing Sync für den Datenabgleich zwischen PC und Smartphone.
- Gratis-Tool schützt Know-how** 26  
Mit Hilfe des Knowledge Firewall Designer lassen sich kritische Übergabestellen im unternehmensweiten Wissenstransfer identifizieren und absichern.
- VM Server im Kurztest** 27  
Saytec positioniert sein kompaktes Virtualisierungssystem als kostengünstige Komplettlösung für den Mittelstand.
- RIM leuchtet mit Torch** 28  
Das neue BlackBerry-Smartphone ist RIMs nächster Versuch, in Sachen Touch-Bedienung zu überzeugen.

## IT-Strategien

- Jumpstart in den Arbeitstag** 31  
Die Zugangskarte löst bei der Provinzial Rheinland das Hochfahren des PCs aus.
- Service-Level-Management** 32  
Postbank Systems kann nachweisen, inwieweit Kundenanforderungen erfüllt sind.
- Controlling kontra Innovation** 34  
Ist IT-Controlling ein Hemmschuh? Das war ein Thema auf dem IT Operations Day.

## Job & Karriere

- Frauen in der IT** 38  
Sie sind noch selten in der Branche, können sich aber durchsetzen, wie vier ausgewählte Beispiele zeigen.
- Der kleine Unterschied** 44  
Dass Frauen noch immer weniger als Männer verdienen, liegt auch an ihrem Verhandlungsgeschick.

## COMPUTERWOCHE.de

### Highlights der Woche

**Wo CIOs ihr erstes Geld verdienen**  
Ob als programmierender Schüler oder studentischer Skilehrer: Sehen Sie exklusive Jugendfotos deutscher IT-Manager und erfahren Sie von ihren ersten Jobs.  
[www.computerwoche.de/2358124](http://www.computerwoche.de/2358124)

**Geschenke in der CW-Redaktion**  
Auch wir haben Weihnachtswünsche. Einige unserer Tipps verlosen wir sogar.  
[www.computerwoche.de/2357569](http://www.computerwoche.de/2357569)

Exklusiv für Sie:

# Das CIO-Mini-Abo – Jetzt testen und Insiderwissen sichern!



- ➔ **2 Ausgaben inklusive Prämie**  
Abonnieren Sie 2 CIO-Ausgaben und freuen Sie sich über ein tolles Dankeschön
- ➔ **Die IT-Strategien für Manager**  
pünktlich auf Ihrem Schreibtisch
- ➔ **Sparen Sie satte 30%**  
gegenüber dem Einzelpreis von 10,80 EUR



Im Mini-Abo **30%** sparen!

Jetzt das **Mini-Abo** bestellen und eine dieser tollen **Prämien sichern!**

**Bestellhotline:**  
**0180 5 72 7252-276\***  
(\*aus dem dt. Festnetz nur 0,14 €/Minute, Mobilfunkpreise max. 0,42 €/Minute)

Prämien:  
Mini Lautsprecher iUFO  
oder MAGLITE Taschenlampe

Alles rund um die Abo-Pakete Ihrer CIO finden Sie unter

[www.cio.de/aboshop](http://www.cio.de/aboshop)



CIO erscheint im Verlag DG Business Media GmbH, Lyonel-Feiningerg-Str. 26, 80807 München, Registergericht München, HRB 99187, Geschäftsführer: York von Helmburg. Die Kundenbetreuung erfolgt durch den CIO Kundenservice, ZENIT Pressevertrieb GmbH, Postfach 810580, 70522 Stuttgart, Geschäftsführer: Peter Staudenmaier Tel.: 0180 5 72 7252-276, E-Mail: shop@cio.de (\*aus dem dt. Festnetz nur 0,14 Euro pro Minute, Mobilfunkpreise max. 0,42 Euro pro Minute)

Was die anderen sagen

## Seiten-Spiegel

„Dass Benedikt XVI. seine Priester im Januar 2010 zum fleißigen Bloggen aufrief, auf dass junge Menschen via Web mit dem ‚Leben der Kirche‘ bekannt gemacht würden (...), steht also nicht wirklich im Widerspruch dazu, dass er Ende April dann erklärte, das Internet führe zur ‚Verschmutzung des Geistes‘. Im September war das Web dann wieder ‚ein wahres Geschenk für die Menschheit‘ (...). Am Wochenende schlug Benedikt einmal mehr in die Skepsis-Kerbe und warnte davor, dass die ‚unbegrenzten Möglichkeiten des Internets und anderer moderner Technologien‘ die jungen Menschen ‚betäuben‘“.

Spiegel Online



„Wir hätten genauer prüfen müssen, was sie gemacht haben.“

*Ich bedaure das.“*

SAP-Co-Vorstandsvorsitzender **Bill McDermott** im Oracle-Prozess über die Ex-Tochter TomorrowNow

„Für manches Erstaunen und Kopfschütteln (...) sorgte der IT-Fachanwalt Joerg Heidrich, der (...) über die aktuellen Pläne zum Jugendmedienstaatsvertrag informierte. Demnach wird bereits zum Jahreswechsel eine Kennzeichnungspflicht für beinahe jede Website in Deutschland eingeführt. (...) Unter allgemeinem Gelächter (...) führte der Experte dann aus, dass Webseiten deutscher Herkunft künftig mit Altersempfehlungen ab 0, 6, 12, 16 oder 18 Jahren versehen werden müssten.“

„Hannoversche Allgemeine“ berichtet vom 3. Conventioncamp in Hannover

„Ein ‚Vermummungsverbot im Internet‘ fordert der Vorsitzende der Enquete-Kommission ‚Internet und digitale Gesellschaft‘ des Deutschen Bundestags, Axel E. Fischer (...). Es könne nicht sein, dass sich die Bürger in Foren oder anderen Einrichtungen des Netzes hinter selbst gewählten Pseudonymen versteckten und sich so der Verantwortung entzögen, sagte der Karlsruher CDU-Abgeordnete.“

„Badische Neueste Nachrichten“

CW-Kolumne

## Jetzt also wieder Frauen ...

**D**er Fachkräftemangel geistert wieder durch die Branche – ein Gespenst, das vor allem in Zeiten des Aufschwungs aktiv wird. Wenn es aufwärtsging, schlug in der IT immer schon die Stunde der Minderheiten. Ende der 90er Jahre waren es die Informatiker mit (vorwiegend indischem) Migrationshintergrund, die es richten sollten. 2010 wirbt die Industrie nun um die Frauen.

Informatikerinnen sind eine Minderheit. Allen Werbemaßnahmen zum Trotz stagniert die Zahl der IT-Studentinnen bei 19 Prozent. Das lässt sich mit traditionellen Rollenmustern erklären: Mädchen spielen nicht mit dem PC. Ein Grund ist sicher auch, dass Vorbilder fehlen. Natürlich gibt es Frauen in der deutschen IT. Microsoft hat einen Frauenanteil von 26 Prozent und sechs Frauen in der Geschäftsführung, SAP berief mit Angelika Dammann erstmals eine Frau in den Vorstand, die Telekom hat sich eine Quote verordnet. Aber das reicht nicht.

Den meisten Frauen in der IT wird das Arbeitsleben schwergemacht: Das beginnt im Vorstellungsgespräch, wenn die 30-Jährige nach ihrer Familienplanung gefragt wird. Es setzt sich fort, wenn die Frau, die das Team zusammenhält, nicht an dessen Spitze gesetzt wird, sondern der

Kollege, der sich beim Chef ständig in Szene setzt. Bekommen Frauen ein Kind, ist ihre Karriere oft schon am Ende, die Gehaltsentwicklung ebenso. Manche Firmen sehen in Teilzeitbeschäftigung noch immer einen Freibrief für Minderleister, kein zeitgemäßes Arbeitsmodell.

Wollen Unternehmen IT-Expertinnen wirklich eine Chance geben, müssen sie – ernsthaft – Jobs mit flexiblen Arbeitszeiten anbieten. Beförderungen, die von der Dauer der Unternehmenszugehörigkeit und von Beziehungen abhängen, darf es nicht mehr geben. Oft sind es Frauen, die durch ihre tägliche Organisation von Job und Familie für schwierige Aufgaben im Beruf besser gewappnet sind.

Die COMPUTERWOCHE hat ihre Rubrik Job & Karriere ganz dem Thema Frauen in der IT gewidmet. Lesen Sie ab Seite 36.

**Alexandra Mesmer**  
Redakteurin CW



## IT-Trends auf dem Prüfstand

*Die BayME Business Partnering Convention 2010 lädt IT-Entscheider zum Trend-Talk.*

**A**m 24. und 25. November setzen sich im Haus der Bayerischen Wirtschaft in München IT- und Business-Entscheider sowie ITK-Lösungsanbieter an einen Tisch, um auszuloten, wohin sich der ITK-Markt bewegt. Die Keynote hält Professor Helmut



**Professor Dr. Helmut Krcmar**, TU München, klärt über die wichtigsten CIO-Trends auf.

Krcmar von der Technischen Universität München zum Thema „CIO-Trends 2010“. Fernab von allen Branchenhypes soll versucht werden, herauszufinden, wie sich im Zeitalter von Cloud Computing und Social Media klassische IT-Disziplinen wie ERP und CRM verändern.

Ein weiterer Vortrag widmet sich dem Datenschutz und der Datensicherheit: Franz Josef Pschierer, Staatssekretär im bayerischen Finanzministerium und IT-Beauftragter der Bayerischen Staatsregierung, Bayerns CIO also, spricht über die Herausforderungen für Verwaltung und Wirtschaft. **Weitere Informationen finden Sie unter [www.idgevents.de](http://www.idgevents.de).**

# Social Media schafft Wettbewerbsvorteile

*Unternehmen können mit Hilfe von Social-Media-Aktivitäten ihre Marke aufwerten, hat eine Studie des Instituts für Online-Markenführung (Ifom) herausgefunden. Allerdings nutzen viele Firmen das Potenzial nicht aus.*

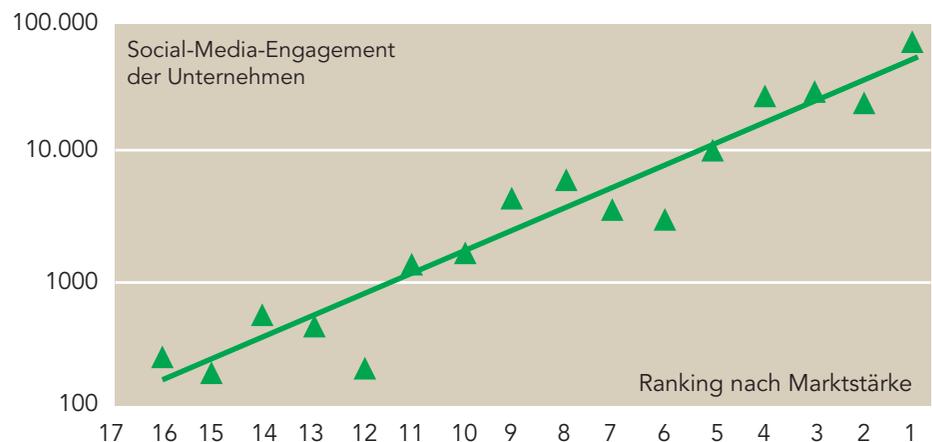
**F**acebook, Xing, Youtube, Wikis und Blogs – die immer breiter werdende Palette von Social-Media-Plattformen ist längst nicht mehr nur ein Consumer-Thema. Marktforscher und Experten sind sich einig, dass diese Medien im B-to-B-Umfeld immer wichtiger werden. Den Entscheidern in den Unternehmen fehlten aber oft Vergleichszahlen, Benchmarks und Best Practices zur Social-Media-Nutzung, beschreibt Thomas Völklein vom Institut für Online-Marketing die aktuelle Situation. Daher falle es den Verantwortlichen meist schwer, das Thema richtig zu bewerten.

## Die Marke ist kaufentscheidend

Industrieunternehmen können von Social-Media-Initiativen grundsätzlich profitieren, haben die Ifom-Experten festgestellt. Eine durchdachte Strategie führe zu einer größeren Bekanntheit der eigenen Marke und damit zu mehr Marktanteilen und Wettbewerbsvorteilen. Für die Unternehmen ist das wichtig, sind Marken doch laut Studie „im Industrieumfeld kaufentscheidend“. Faktoren wie Sympathie, Vertrauen und Loyalität würden entscheidend durch das Markenbild geprägt. Darüber hinaus

## Starke Marken sind aktiver mit Social Media

Die Analyse von 862 Social-Media-Profilen (Twitter-Accounts, Facebook-Seiten, Youtube-Kanäle) in 16 Firmen hat gezeigt, dass die Markenstärke mit der Netzaktivität korreliert.



Quelle: Institut für Online-Marketing (Ifom)

könnten die Firmen mit Hilfe der gängigen Social-Media-Kanäle ihre Reichweite in der anvisierten Zielgruppe ausweiten.

Die Werkzeugpalette rund um Facebook, Xing und Youtube lasse sich zudem effizienter einsetzen als herkömmliche Marke-

ting-Tools, sagen die Ifom-Verantwortlichen. „Die Reichweiten im Social-Media-Bereich haben im Industrieumfeld wenig Streuverlust und sind hier der effizienteste Weg, um Markenbilder aufzubauen.“ Außerdem seien in diesem Umfeld Aktive gute Markenbotschafter. Social Media biete darüber hinaus Möglichkeiten, die eigenen Prozesse zu verbessern, beispielsweise im Rahmen der Beobachtung von Wettbewerbern und der Nutzung von Kundenrückmeldungen für die Entwicklung von Produkten.

Allerdings offenbaren die Ifom-Studie zufolge viele Unternehmen noch Defizite in ihren Social-Media-Initiativen. Zwar seien die Zielgruppen in sozialen Netzwerken präsent, doch die Industrie verschlafe es, entsprechende Angebote zu schaffen. Die derzeitigen Brutto-Reichweiten lägen klar unter den Möglichkeiten. Industrieunternehmen haben demnach ihr Social-Media-Engagement weder strategisch aufgestellt noch mit den notwendigen Ressourcen ausgestattet: „Die Unternehmen bleiben weit hinter ihren Möglichkeiten zurück.“ (ba)

## Studie „Social Media im Industrieumfeld, 2010“ im IDG-Shop

Das **Institut für Online-Marketing (Ifom)** hat im Rahmen der Studie „**Social Media im Industrieumfeld, 2010**“ einschlägige Aktivitäten von Firmen aus der Automatisierungstechnik untersucht. Insgesamt wurden zwischen April und Oktober dieses Jahres 14.268 Blog-Artikel, 14.595 Tweets und 5345 Foren-Postings ausgewertet.

**Das Ziel:** Best Practices für belastbare Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen Social-Media-Engagements von Industrieunternehmen und ihrem Geschäftserfolg festzustellen.



Die Social-Media-Studie ist im **Onlineshop der COMPUTERWOCHE** (<http://computerwoche.idgshop.de>) für 699 Euro (inkl. MwSt.) erhältlich (125 Seiten, 33 Tabellen, 122 Abbildungen und Diagramme).

**Im Studien-Shop finden Sie zahlreiche weitere Studien zu vielen IT-Themen - eine Auswahl:**

- COMPUTERWOCHE und BQ! Marktstudie: **Agile Softwareentwicklung** (590 Euro).
- COMPUTERWOCHE-Marktstudie **Datenqualität** (39,90 Euro).
- COMPUTERWOCHE-Marktstudie **Cloud Computing** (39,90 Euro).

# Google will Goggles vermarkten

*Knapp ein Jahr nach der Einführung testet das Unternehmen, wie sich seine mobile Bild- und Texterkennungs-App in Verbindung mit Werbeanzeigen kommerziell verwenden lässt.*

Von Manfred Bremmer\*

**G**oogle Goggles ist eine für das haus-eigene Android-OS und – seit Oktober integriert in die Google-Mobile-App – für das iPhone-Betriebssystem verfügbare Anwendung, die es Nutzern ermöglicht, auf Basis von Fotos nach Informationen im Web zu suchen. Ein Anwender nimmt etwa mit seiner Smartphone-Kamera ein Bild eines Gemäldes, eines Gebäudes oder einer Landschaft auf und erhält via Goggles mit etwas Glück Details über den Künstler, den Architekten oder seinen aktuellen Standort. Neben Fotos erkennt der noch nicht ganz ausgereifte Dienst von Google Labs auch QR-Codes oder Strichcodes und kann sogar zum Einlesen von Visitenkarten genutzt werden. Dank Integration von Google Translate und OCR eignet sich das Tool aber auch zum Übersetzen fremdsprachiger Speisekarten.

## Amazon gründet „Filmstudio“

Das Online-Warenhaus Amazon.com versucht sich neuerdings als – nicht ganz uneigennütziger – Filmmäzen: Drehbuchautoren und Filmemacher können bei den frisch gegründeten „Amazon Studios“ ihre Scripts einreichen und sich das Feedback der weltweiten Internet-Gemeinde einholen. Außerdem dürfen Produzenten oder Regisseure Filmentwürfe mit mindestens 70 Minuten Länge erstellen und ebenfalls hochladen. Die besten Einreichungen honoriert Amazon Studios mit Geldpreisen von jährlich insgesamt 2,7 Millionen Dollar. Finanziert wird das Angebot unter anderem durch eine Kooperation mit Warner Bros. Pictures. Diese dürfen die Vorschläge als Erste sichten. Bei Nichtinteresse steht es Amazon.com frei, das Projekt mit einem anderen Filmstudio zu realisieren.



Wie Shailesh Nalawadi, Product Manager von Goggles, nun in einem Blog-Post mitteilte, will Google gemeinsam mit den Marken Buick, Disney, Diageo, T-Mobile USA und Delta Airlines die Vermarktbarkeit des Goggle-Dienstes testen. Die Partner haben bereits einige ihrer Plakate, Filmposter, Werbeanzeigen und weitere Medien mit einem speziellen „Google-Goggles“-Tag versehen. Nimmt ein Nutzer von dem Bild ein Foto auf, erkennt Goggles dieses und bietet, quasi als Sponsored Link, sofort die passende Website dafür an.

Wer künftig in den USA beispielsweise mit seiner Handy-Kamera eines der 30.000 Poster für die Disney-Produktion „Tron: Legacy“ ins Visier nimmt, wird auf eine mobile Website weitergeleitet, wo er einen Trailer des Films ansehen kann. Gleichzeitig hat

Die General-Motors-Tochter Buick hofft, mit Goggles das Image einer angestaubten Automarke abzulegen.

er die Möglichkeit, über Fandango.com oder Movietickets.com Karten für den Film zu kaufen. Die Mobilfunktochter der Deutschen Telekom, T-Mobile USA, wiederum will Goggles in Verbindung mit Print-Werbeanzeigen in Magazinen wie „Spin“, „Glamour“ oder „Rolling Stone“ nutzen, um das neue „T-Mobile G2“ zu bewerben.

## Fusion von Online- und Offline-Welt

Für Google ist das Goggles-Experiment nach Projekten wie Android oder Chrome ein weiterer Versuch, die Offline- und Online-Welt zu verbinden und damit neue Vermarktungsmöglichkeiten zu erschließen. Entscheidend über Erfolg oder Misserfolg ist dabei letztendlich die Bereitschaft der Anwender, den Dienst tatsächlich in Anspruch zu nehmen. Ob der Plan aufgeht, dürfte nicht nur Google interessieren. Rein technisch betrachtet, ist die Bildererkennung – ähnlich wie bei der gesamten Augmented-Reality-Thematik – nur eine attraktivere, wenn auch umständliche Alternative zu QR- oder Strichcodes, denen Links mit weiterführenden Informationen hinterlegt sind. ◀

\*Manfred Bremmer  
mbremmer@computerwoche.de



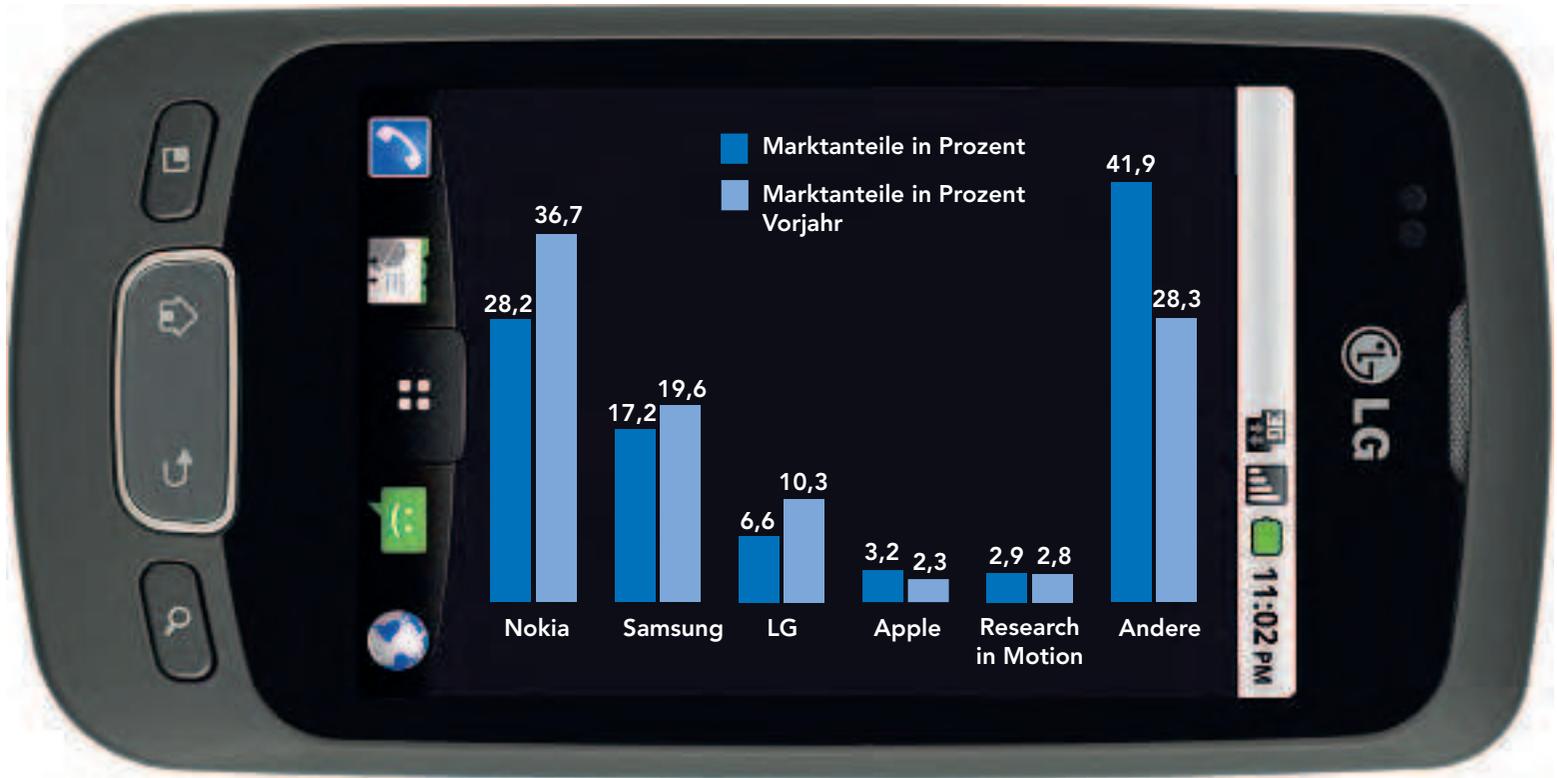
## Beilagenhinweis

**Beihefter:** COMPUTERWOCHE-Beihefter „Mittelstand“.

**Vollbeilage:** COMPUTERWOCHE-Beilage „SaaS-Booklet“, COMPUTERWOCHE-Performance-Index (Leserbefragung).

**Teilbeilage:** Sigs Datacom GmbH, Troisdorf.

## Die Kleinen mischen den Handy-Markt auf



Der weltweite Handy-Markt boomt. Im dritten Quartal 2010 konnten die Hersteller laut Gartner-Zählung 417 Millionen Geräte verkaufen. Das sind 35 Prozent mehr als im Vergleichsquarter des Vorjahres. Obwohl auch große Anbieter wie Nokia und Samsung ihren Absatz deutlich verbesserten, verloren sie erhebliche Marktanteile. Gewinner sind White-Label-Fertiger insbesondere aus Asien. Sie konnten ihre Geschäfte in schnell wachsenden Märkten wie Indien, China, Russland sowie Lateinamerika erheblich aus-

weiten. „Das ist kein kurzlebige Phänomen“, sagte Carolina Milanesi, Research Vice President bei Gartner. „Es gibt weiterhin eine starke Nachfrage jenseits der hochwertigen 3G-Geräte.“ Ein Blick auf die zehn führenden Anbieter, zu denen bekannte Namen wie HTC, Sony Ericsson und Motorola zählen, veranschaulicht den Erfolg der Newcomer besonders deutlich. Der gemeinsame Marktanteil der zehn führenden Hersteller sackte innerhalb eines Jahres von gut 83 Prozent auf 66 Prozent ab. (jha)

## Facebook verheiratet E-Mail, Chat und SMS

*Der Dienst Facebook Messages heizt die Rivalität mit Google an.*

Facebook hat seinen eigenen Kommunikationsdienst deutlich ausgebaut. Der Betreiber führt auf der Social-Media-Plattform verschiedene Kommunikationsdienste wie E-Mail, Chat und SMS zusammen. Damit können Nutzer mit ihren Kontakten, die nicht zwangsläufig einen Facebook-Account haben müssen, über alle Medien und Endgeräte hinweg kommunizieren. Bislang konnten Mitglieder nur innerhalb der Plattform Nachrichten austauschen. Ein- und ausgehende Mitteilungen werden in der „Unified Social Inbox“ gespeichert und unabhängig vom Übertragungsweg als eine zu-

sammenhängende Konversation dargestellt.

Die Nutzer erhalten auf Wunsch eine Namensadresse mit der Endung @facebook.com. Dennoch positioniert Facebook den neuen Service nicht als E-Mail-Ersatz. „Wir haben ihn mehr wie einen Chat gestaltet“, betonte Facebook-Manager Andrew Bosworth. Beispielsweise verzichte man auf typische Mail-Elemente wie Be-

treffzeilen. Auch lassen sich Nachrichten nicht an mehrere Kontakte und Verteiler auf einmal versenden. Beobachter werten die Neuerung dennoch als weiteren Angriff auf Google und den populären E-Mail-Dienst Gmail. „Wir erwarten nicht, dass User sofort ihre Accounts bei Yahoo und Gmail schließen, um zu Facebook zu wechseln“, wiegelt Facebook-Chef Mark Zuckerberg ab. Mit der Zeit erwarte er

jedoch, dass Kunden ihre Kommunikation zu Facebook verlagern, weil die Plattform mehr Spaß mache.

### Facebook jagt Google

Einer Erhebung von Comscore zufolge hat Facebook im vergangenen Jahr gegenüber Google viel Boden gutgemacht. Die Nutzer verbringen mittlerweile etwa gleich viel Zeit mit den Web-Angeboten beider Rivalen. „Grundsätzlich tut Konkurrenz dem Geschäft gut“, kommentierte Google-CEO Eric Schmidt die Ankündigung von Facebook Messages. Der Dienst soll in den kommenden Monaten starten. (jha)

