

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2014 – 30-31 21. Juli 2014 Nur im Abonnement erhältlich

Aus IBM wird IBM

Ein Pakt mit Apple besiegelt den gemeinsamen Vertrieb von iPhones und iPads an Unternehmen.

Seite 8

Warum Fusionen riskant sind

Wer die Ängste der Mitarbeiter außer Acht lässt, steht bald vor einem Scherbenhaufen.

Seite 30

IT-Beratung ist nicht alternativlos

Manager vernetzen sich, um sich gegenseitig zu helfen – und Consultants außen vor zu lassen.

Seite 36

Skeptische Microsoft-Kunden

Deutsche Anwender mahnen Microsoft-Chef Satya Nadella, bei der Neuausrichtung des Konzerns nicht zu schnell voranzupreschen.

Seite 6



Connected Car

Das Auto der Zukunft ist geschwätzig.

Seite 16

Zu Euphorie besteht kein Anlass

Mit großem Brimborium haben Apple und IBM ihre Kooperation bekannt gegeben – und viel öffentlichen Beifall dafür geerntet. Dabei ist es erstmal nur: eine Kooperation.



Heinrich Vaske,
Chefredakteur

Jetzt ist es also so weit: Das iPad wird den PCs und Notebooks im Unternehmen endgültig den Garaus machen. Das Arbeiten mit Business-Apps wird künftig so einfach und unterhaltsam wie mit Consumer-Apps. Und in Konzernen werden Windows Phone und Android keine Chance mehr haben.

So oder ähnlich konnte man die zahlreichen Analysen, Beiträge und Postings zum „historischen“ Abkommen zwischen IBM und Apple in der vergangenen Woche lesen (siehe Seite 8). Übrigens in einer Woche, in der Intel glänzende Zahlen präsentierte, was eher die These eines Revivals des klassischen PCs und Notebooks bestärkte.

In der IT-Branche gab es immer wieder groß angekündigte Kooperationen. Schaut man genauer hin, sieht man, dass aus den wenigsten etwas geworden ist. Am Ende war den Anbietern das Hemd immer näher als die Hose. Kooperationen funktionieren nur, wenn sich beide Seiten gleichermaßen einbringen und gleichermaßen profitieren. Sie wollen gelebt sein, und das ist nur ganz selten der Fall.

Die geplante Zusammenarbeit zwischen Apple und IBM ist theoretisch sehr tiefgehend – und damit besonders schwierig. IBM, das seine PC-Sparte an Lenovo verkauft hat, will seinen Unternehmenskunden nun doch wieder Endgeräte anbieten: iPads und iPhones nämlich. Warum soll nun funktionieren, was zuletzt nicht mehr geklappt hat? Entwickler der beiden Unternehmen mit ihren unterschiedlichen Kulturen und Zielgruppen sollen zusammen Business-Apps entwickeln. Und IBM-Mitarbeiter – welche eigentlich? – sollen Support für Apple-Devices bieten. Es wird interessant sein zu beobachten, ob sich diese Partnerschaft mit Leben füllen wird.

Herzlich,
Ihr

Heinrich Vaske, Chefredakteur



Erzfeinde werden Partner

Apple und IBM haben in ihrer Geschichte einige Konflikte ausgetragen. Näheres unter: www.cowo.de/a/3064562

▶ 16

Connected Cars: Das Auto der Zukunft ist geschwätzig

Weniger Staus, mehr Sicherheit und Komfort, eine bessere Umweltverträglichkeit und ein größeres Angebot an Information und Unterhaltung: Die Erwartungen an das vernetzte Auto sind groß.

**Markt**

- 8 IBM und Apple kommen sich näher**
Big Blue wird iPads und iPhones verkaufen, Service und Support dazu anbieten und gemeinsam mit Apple Business-Apps entwickeln. Eine Kooperation, die für Aufregung sorgt.
- 10 3D-Druck wirft Fragen auf**
Zwar verspricht der 3D-Druck gute Geschäfte für die IT-Branche, doch auf viele Unternehmen kommen nun Plagiats- und Urheberrechtsthemen zu.
- 14 Oracle hält sein Reich zusammen**
Viele Neuankündigungen des Datenbankkonzerns zielen darauf ab, teure Engineered Systems zu verkaufen.

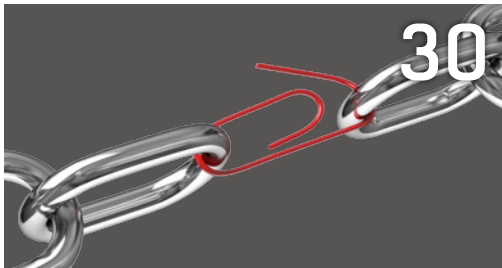
**Technik**

- 24 Börse für Gebrauchtsoftware startet**
Auf li-x.com können Unternehmen ihre nicht mehr benötigten Softwarelizenzen loswerden und gebrauchte Software einkaufen.
- 25 Telekom und Salesforce einig**
Von 2015 an wird T-Systems die Plattform „Salesforce 1“ aus einem deutschen Data Center heraus bereitstellen.
- 26 FAQ Hybrid-Clouds**
Viele Anwender lehnen es ab, alle Daten und IT-Services in die Public Cloud zu übertragen. Also entscheiden sie sich für Hybridmodelle, was allerdings zu zusätzlicher Komplexität führt.



Microsoft-Kunden schieben Frust

„Mobile First – Cloud First“: Mit dieser Strategie können viele Anwender nichts anfangen.



Praxis

30 Wann Fusionen scheitern

Die IT gehört zu den problematischen Bereichen, wenn Firmen verschmolzen werden. Oft fehlt es am Verständnis für die Ängste der Mitarbeiter und die verschiedenen Kulturen.

34 ByoD – kein technisches Thema

Wie bekommt man die Nutzung von privaten Geräten im Unternehmen in den Griff? Antworten hat der IT-Chef der integrierten Beratungs- und Prüfgesellschaft Rödl & Partner.

35 Checkliste IT-Notfall-Management

Störungen bis hin zum Totalausfall lassen sich in der IT mit dem richtigen Notfallplan entschärfen. Lesen Sie, wie sich IT-Verantwortliche vorbereiten sollten.



Job & Karriere

36 Do-it-yourself-Beratung

Unternehmer organisieren und unterstützen sich in Netzwerken. Dadurch sparen sie sich teure Consulting-Leistungen ein.

41 Was Berater verdienen

Consultants verdienen im Durchschnitt rund 64.000 Euro im Jahr. Die Topberater bringen es auf 76.000 Euro. Deutlich mehr wird es, wenn sie Führungsaufgaben übernehmen.

44 Alt, aber sexy

Der Jugendwahn in den Beratungshäusern hat ein Ende. Die Kunden fragen erfahrenes Personal nach – und die Consulting-Häuser liefern.

47 Stellenmarkt

49 Impressum

50 IT in Zahlen

Microsoft-Kunden können sich mit der neuen Strategie nicht anfreunden

Microsofts Leitstrategie „Mobile First – Cloud First“ geht an den Anforderungen vieler Unternehmenskunden vorbei. Das belegt eine Umfrage unter deutschen Business- und IT-Entscheidern.



Von Wolfgang Herrmann,
Chefredakteur TecChannel

Die Vielzahl an neuen Produkten, Lizenz- und Nutzungsmodellen überfordert einen Großteil der professionellen Anwender. Das zeigt eine Marktuntersuchung der COMPUTERWOCHE-Schwesterpublikation „TecChannel.de“, die von den Beratungshäusern Techconsult und Avispador unterstützt wurde.

Grundsätzlich sieht demnach eine Mehrheit der Anwender Microsoft auf dem richtigen Weg, um als Anbieter relevant zu bleiben. Das heißt aber noch lange nicht, dass die Ausrichtung auf mobile Plattformen und Cloud Computing den Anforderungen der Kunden entspricht. Mehr als die Hälfte der Befragten verneint das. Noch gravierender: Zwei Drittel der Befragten gehen nicht davon aus, dass die

neue Strategie der Konzernführung um CEO Satya Nadella ihre Investitionen in Microsoft-Lösungen sichert.

Im Rahmen des „Microsoft Business Checkup 2014“ wollte die TecChannel-Redaktion herausfinden, was die neue Strategie für Unternehmen bedeutet und wie diese mit den zunehmend komplexen Themen Lizenzierung und Software-Nutzungsverträge umgehen. Im Rahmen einer Online-Erhebung wurden IT-Entscheider, Administratoren, Business-Entscheider, Geschäftsführer und Spezialisten aus Fachabteilungen aus 478 Unternehmen verschiedener Größenklassen befragt.

Hintergrund ist, dass sich Microsoft schon seit längerem weg vom klassischen Soft-

Die komplette Studie mit allen Daten und Grafiken, zusätzlichen Analysen und weiterführenden Fachartikeln können Sie bei cbeck@idgbusiness.de vorbestellen. Preis: 199 Euro.

Microsoft-CEO Satya Nadella hat ein Problem, das in der Softwarebranche derzeit weit verbreitet ist: Wie gelingt es, sich auf Zukunftsmärkte auszurichten und dabei möglichst alle Kunden mitzunehmen?



Darum geht es:

- Gemeinsame Entwicklung einer komplett neu entwickelten App-Linie für iPhone und iPad mit über 100 branchenspezifischen Enterprise-Lösungen.
- IBMs Cloud-Services werden explizit für iOS optimiert; das betrifft Analytics, Geräte-Management, Security und mobile Integration.
- Service und Support werden im Rahmen von AppleCare auf Unternehmen zugeschnitten und gemeinsam geliefert.
- IBM schnürt Pakete für den Rollout und die Verwaltung großer Mengen von iDevices in Unternehmen.

*Aus Gegnern wurden Verbündete:
IBM-Chefin Virginia Rometty und Ex-IBMer,
heute Apple-CEO, Tim Cook.*



Mobile Computing: IBM entscheidet sich für Apple iOS

Apple und IBM haben eine weitreichende Allianz rund um mobile Technologien geschlossen. Gemeinsam wollen die Partner Apps für die iOS-Welt entwickeln und Apples mobile Endgeräte in die Unternehmen bringen.



Von Manfred Bremmer,
Redakteur

Wenn die Pläne von Apple-Chef Tim Cook und IBM-CEO Virginia Rometty aufgehen, dann dürfte die iOS-Plattform gegenüber Googles Android und Microsofts Windows Phone im Business kräftig Boden gutmachen. Die beiden IT-Giganten haben unter dem Motto „IBM MobileFirst for iOS“ eine weitreichende Allianz angekündigt, die auf die partnerschaftliche Entwicklung von Apps und den gemeinsamen Rollout von Apple-Endgeräten in Unternehmen hinausläuft.

IBM und Apple wollen vorerst mehr als 100 Apps und Services explizit für die iOS-Welt entwickeln. Im Vordergrund stehen dabei zunächst die Branchen Handel, Gesundheitswesen, Banken, Reisen, Transport, Telekommunikation und Versicherungen. Plattform der Wahl

wird iOS 8 sein, das Apple im Herbst 2014 herausbringen will.

IBM wird zudem seine Cloud-Services für Geräte-Management, Analytics, Sicherheit und mobile Integration für iOS optimieren. Gemeinsam wollen die Partner daran arbeiten, iOS-Devices für den Unternehmenseinsatz vorzubereiten. IBM plant unter anderem „paketierte Angebote“ für die Aktivierung großer Mengen mobiler Endgeräte einschließlich Auslieferung und Management. Apple hat zudem angekündigt, im Rahmen von AppleCare neue Garantieservices für Enterprise-Kunden anzubieten. Vorgesehen sind Rund-um-die-Uhr Betreuung und Vor-Ort-Support durch Apple- und IBM-Mitarbeiter. Außerdem soll es Leasing-Angebote für Apple-Geräte geben.

Analysten erwarten nun, dass sich Apple einen breiten Zugang zu Unternehmenskunden verschaffen wird. Etwa drei Viertel der 100 größten Unternehmen weltweit nutzen Enterprise-Software von IBM. Rometty sagte: „Die Allianz mit Apple wird uns helfen, unsere Kunden mit Innovationen zu bedienen und IBMs Führerschaft in Analytics, Cloud, Software und Services weiter auszubauen.“ Apples Produkte hät-