

COMPUTERWOCHE

www.computerwoche.de

**PLUS
16 SEITEN**

Private Cloud
– ein Modell
ohne Risiko?



AMAZON

DIE HEIMLICHE SUPERMACHT

Der weltgrößte Online-Händler dominiert die Public Cloud und drängt mit immer neuen Services in die Unternehmens-IT.

Sicher mailen zu geringen Kosten

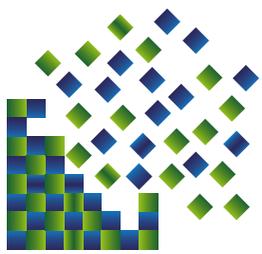
Es muss nicht immer De-Mail oder E-Postbrief sein. Auch die gängigen Verschlüsselungs- und Signaturverfahren sichern E-Mails ab.

Seite 22

So managen Sie Projektrisiken

Große Softwarevorhaben sind mit Risiken verbunden. Wer sich absichern will, sollte die einfachen Fragen beantworten können.

Seite 32



**BIG DATA
PITCHES**

BIG DATA PITCHES präsentiert von

COMPUTERWOCHE

**26./27. September 2012
Halle K39, Offenbach**

Wer ist der PIONEER OF BIG DATA?

COMPUTERWOCHE sucht die innovativsten
Big-Data-Technologien.

Ist Ihr Unternehmen ein innovativer Produkt- und Lösungsanbieter?
Unterstützt Ihr neues Tool – beispielsweise im Umfeld von Hadoop
oder No-SQL – Anwender beim Extrahieren, Speichern und Auswerten
strukturierter und unstrukturierter Daten?

Bewerben Sie sich beim Big Data Pitch von COMPUTERWOCHE und
wahren Sie damit Ihre Chance, am Ende unter den von unserer Jury
ausgezeichneten Top-3-Gewinnern zu sein.

Darüber hinaus vergeben wir in einer Sonderkategorie den Publikums-
preis für die innovativste Big-Data-Technologie.

Jury-Mitglieder u.a.:



**Professor Dr.
Walter Brenner**
Institut für Wirtschafts-
informatik, Universität
St. Gallen



Andreas Zilch
Vorstand,
Experton Group AG



Dr. Carsten Bange
Geschäftsführer,
Business Application
Research Center
(BARC)

**Call for Tools
1. März bis 29. Juni 2012**

www.bigdata12.de/pitches



In dieser Ausgabe

Nr. 21 vom 21. Mai 2012

Trends & Analysen

SAP korrigiert Cloud-Kurs 6

Der neue Vorstand Lars Dalgaard ist offenbar kein Fan von Business ByDesign. Auf der Kundenveranstaltung Sapphire kündigte er ein weniger komplexes Portfolio aus einfach zu koppelnden Cloud-Diensten an.

Hohe Social-Media-Akzeptanz 7

Laut Marktanalyse des Bitkom setzen Unternehmen vor allem im Marketing und zur Kundenbindung auf das Social Web.

Warnung vor Cloud-Speicher 10

Dropbox, CloudMe & Co. sind beliebt, doch das Fraunhofer-Institut für Sichere Informationstechnologie (SIT) warnt: Die Dienste sind in mehrfacher Hinsicht alles andere als sicher.

Achtung, dieses Heft ist

Kooaba-aktiviert



So geht's: Kooaba Shortcut App laden, Seite fotografieren, PDFs posten und mailen. www.kooaba.com/shortcut

Titel

Amazon

Die heimliche Supermacht 12

Amazon hat sich zum wichtigsten Provider in der Public Cloud entwickelt und dringt in das Terrain klassischer ITK-Anbieter ein.

IT-Abteilungen im Visier 16

Mit einem rasant wachsenden Angebot hält Amazon Web Services die Konkurrenz auf Distanz und nimmt Kurs auf Enterprise-Kunden.



Produkte & Praxis

Kleine Helfer 20

Sichere E-Mail 22

Auch ohne rechtsverbindliche Versandmethoden wie De-Mail und E-Postbrief lassen sich E-Mails sicher versenden.

Abhörsicheres iPhone 25

Das Krypto-Headset „TopSec Mobile“ von Rohde & Schwarz SIT, das sichere Telefonate ermöglicht, überzeugt im Test.

Mobile Seamless Roaming 26

Wie es gelingt, über das Notebook aufs Firmennetz zuzugreifen, wenn ständig unterschiedliche Netze im Einsatz sind.

HP-Ultrabook schwächelt 28

Das Folio 13 von Hewlett-Packard weist im Test Display-Mängel auf und ist zu laut.

IT-Strategien

Projektrisiken im Griff 32

Mit einfachen Maßnahmen können Unternehmen die Risiken von Softwarevorhaben beherrschen – vorausgesetzt, sie halten sich dran.

Tipps für globale Rollouts 34

Wie es gelingt, in länderübergreifenden IT-Projekten vertrauliche Daten sicher auszutauschen.

Job & Karriere

Chaos im Team 38

Mitarbeiter sind oft weit verstreut, und Chefs müssen das Durcheinander von festen und freien Beschäftigten managen.

Hause für Headhunter 40

Um rund 15 Prozent ist der Umsatz der Personalberater gestiegen. Vor allem Vertriebler und Marketiers sind gesucht.

Reden hilft der Karriere 43

Kommunikationsstarke Projektleiter haben es leichter auf dem Weg nach oben.

COMPUTERWOCHE.de

Highlights der Woche

Outdoor-Tablets fürs Business

Ein Marktüberblick.

www.computerwoche.de/2511816

Profi-Tools für Datenbanken

Wir stellen Tools für den Umgang mit MySQL- und SQLite-Systemen vor.

www.computerwoche.de/2512264

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 Euro



Alles rund um die Abo-Pakete Ihrer CIO finden Sie unter:
www.cio.de/aboshop



Was die anderen sagen

Seiten-Spiegel

„Nvidia geht große Schritte, um Gaming und andere High-Performance-Aufgaben von PCs und Spielkonsolen in die Cloud zu verlagern. Der Hersteller von Grafikprozessoren aus dem Silicon Valley hat Techniken vorgestellt, mit denen Prozessoren in Server-Systemen besser mit einer Vielzahl verteilter Anwender, die über das Internet zugreifen, fertig werden sollen. (...) Nvidia kündigt an, dass die neue VGX-Technik es für einfache Endgeräte mit geringem Energiebedarf wie etwa Tablets einfacher mache, remote realistische Animationen, dreidimensionale Simulationen und andere visuelle Effekte anzuzeigen (...).“

„Wall Street Journal“



„Die meisten Kunden wollen keine vollständige Cloud-Suite,

sondern eher lose verknüpfte Einzelprodukte.“

SAPs Cloud-Manager **Lars Dalgaard** zweifelt in einer internen Mail an Business ByDesign (siehe Seite 6)

„Untersuchungen des auf Mobile Device Management spezialisierten Unternehmens Zenprise haben ergeben, dass Angry Birds von Nutzern des Service ‚Zencloud MDM‘ am häufigsten auf die Blacklist gesetzt wird. Andere mobile Apps, die Unternehmen für ihre Mitarbeiter blocken, sind Facebook, Google Play, Dropbox, Youtube und Skype.“

„IDG News Service“

„Die deutsche Security-Firma Avira hat ein Service-Pack für ihre Antivirus-Software herausgegeben, das eine unbekannte Anzahl von Windows-Rechnern beschädigt hat. Ein Kunde nannte den Fauxpas ‚katastrophal‘ für sein Unternehmen. Inzwischen hat Avira die Software upgedatet, um das Problem zu beheben. ‚Mit dem Release des Service Pack 0 (SP0) der Avira-Version 2012 hat das Feature ProActiv Windows-Anwendungen auf den PCs der Kunden blockiert‘, bekannte Avira auf seiner Support-Seite. ‚Wir bedauern zutiefst, wenn Ihnen dadurch Schwierigkeiten entstanden sind.‘“

„Computerworld“

CW-Kolumne

Weiter Weg zum Social Enterprise

Deutsche Unternehmen sind im Social Web angekommen – so könnte man die jüngsten Zahlen des ITK-Verbands Bitkom lesen, der den Status quo untersucht hat (siehe Seite 7). Doch diese Überschrift wäre unsinnig, was wohl auch die Verbandssprecher so sehen dürften. Fakt ist, dass immer mehr Unternehmen einen oder zwei Mitarbeiter dafür abstellen, das Marketing über Facebook und Twitter anzukurbeln. Sie beantworten Anfragen von Kunden und recherchieren deren Stimmung im Zusammenhang mit den eigenen Produkten und Services.

Damit ist zweifellos ein Anfang gemacht, aber die Vision einer Unternehmenskultur, die von abteilungs- und hierarchieübergreifender Kommunikation, transparenter Zusammenarbeit und Wissenstransfer geprägt ist, bleibt noch in weiter Ferne.

Man muss sich nur ansehen, wie viel Zeit die Menschen im Social Web verbringen, um zu verstehen, dass Wettbewerbsfähigkeit in Zukunft immer mehr davon abhängt, hier das Richtige zu tun. Aber was ist das Richtige?

Vergessen wir einfach mal Facebook, Xing und Twitter und fangen intern an. Wie kann es gelingen, sich dem Ideal eines Social Enterprise zu nähern? Die von der Konzernspitze ausgegebenen und in der

Organisation verankerten Ziele könnten sinngemäß lauten:

- systematisch einfache und effiziente Formen der Zusammenarbeit von Teams und Abteilungen etablieren;
- einen ungehinderten Zugriff auf relevante Informationen und Wissen jenseits der Büro- und Abteilungsgrenzen schaffen;
- Entscheidungsprozesse transparent machen und beschleunigen;
- E-Mails, Meetings und Konferenzen einschränken.

Dass es in diese Richtung geht, zeigt die weltweit ungebremschte Nachfrage nach Collaboration-Tools wie beispielsweise Sharepoint, Jive oder Confluence. Viele Unternehmen beschäftigen sich mit der Technik, sammeln Erfahrungen und beginnen vorsichtig, sich zu einem Social Enterprise zu transformieren. Doch längst nicht alle haben dafür die kulturellen Voraussetzungen.

Heinrich Vaske
Chefredakteur
CW



iPad-Update der COMPUTERWOCHE

Wichtigste Neuerung ist die bessere Unterstützung des neuen iPad mit Retina-Display.

Die beliebte iPad-Ausgabe der COMPUTERWOCHE nutzt in der neuesten Version die Möglichkeiten, die das neue iPad bietet. Verbessert wurden außerdem die Ladegeschwindigkeit, zudem lassen sich nach einem Wechsel auf das neue iPad gekaufte Einzelhefte mit nur einem Knopfdruck in optimierter Qualität wiederherstellen. Hinzu kommen zahlreiche Detailverbesserungen in Grafik

und Usability. Die iPad-Ausgabe bietet ferner die von vielen Lesern gewünschte Druckfunktion, mit der sich einzelne Ausgaben der COMPUTERWOCHE problemlos über AirPrint-fähige Druck-Setups zu Papier bringen lassen. Push-Benachrichtigungen informieren unsere iPad-Leser – deren Zustimmung vorausgesetzt – über neu eingestellte Ausgaben. So erfahren Sie sofort, wenn die aktuellste COMPUTERWOCHE am digitalen Kiosk verfügbar ist.





BIG DATA

Wer hat das beste Big-Data-Projekt?

Gesucht wird der „Master of Big Data“. Die COMPUTERWOCHE zeichnet die besten Projekte im Rahmen der BigData12-Konferenz am 26./27. September 2012 in Offenbach aus.



Wohin mit der Datenflut? Viele Anwender sehen sich vor der Herausforderung, unaufhaltsam wachsende Datenmengen in immer größerer Geschwindigkeit für immer komplexere Abfragen einer immer größeren Zahl von Nutzern bereitzustellen. Hinzu kommt das vermehrte Handling unstrukturierter Daten – etwa aus dem eigenen Webshop, aus Social Networks oder der Machine-to-Machine-Communication. Diese Daten zu kanalisieren, sie mit anderen, strukturierten Daten aus operativen Transaktionssystemen wie ERP-, CRM- oder klassischen Datenbanken zu synchronisieren und daraus relevante Business-Informationen – idealerweise in Echtzeit – abzuleiten, ist die eigentliche Dimension von Big Data.

Details zum Wettbewerb

- Alle Informationen zu BigData12 finden Sie unter www.bigdata12.de.
- Den Fragebogen zur Bewerbung in der Sponsorenkategorie „Finalist“ können Sie unter bigdata12@computerwoche.de anfordern.
- Einsendeschluss ist der 30. Juni 2012.
- Unsere unabhängige Jury wählt aus allen Einsendungen die Finalisten aus. Diese werden bis zum 13. Juli 2012 informiert.
- Die BigData12-Konferenz der COMPUTERWOCHE, in deren Rahmen auch der BigData12-Award verliehen wird, findet am 26./27. September 2012 in Offenbach in der Event-Location „Halle K39“ statt. Dort präsentieren alle Finalisten ihre Projekte in zehnminütigen Kurzvorträgen und stellen sich anschließend den Fragen der Jury.
- Besucher der Konferenz können sich ab sofort zum Vorzugspreis von 399 Euro für die zweitägige Konferenz BigData12 inklusive Teilnahme an der Award-Verleihung anmelden.

Die COMPUTERWOCHE möchte Anwendern dabei über die Schulter blicken. Wir suchen die besten Big-Data-Projekte! Für den COMPUTERWOCHE-Award „Big Data 2012“ können sich Teams aus Anbietern und Kunden gemeinsam in der Kategorie „Finalist“ bewerben. In Zusammenarbeit mit einer renommierten Jury kürt die Redaktion am 26. September 2012 in Offenbach je drei Gewinner in den Kategorien „Managing Data“ und „Analyzing Data“. Darüber hinaus vergeben wir Publikumspreise für das beste Big-Data-Projekt und die innovativste Big-Data-Technologie. Hierzu können sich Anbieter in der Sponsorenkategorie „Demonstrator“ bewerben.

Bühne frei für Big Data

Anhand der eingereichten Fragebögen bewertet unsere Jury die Big-Data-„Relevanz“ des jeweiligen Projekts und bittet anschließend alle für den Award zugelassenen Finalisten, ihr Projekt auf der BigData12-Konferenz der COMPUTERWOCHE am 26. September 2012 in Offenbach einem breiten Anwender- und Fachpublikum zu präsentieren. Sie haben dort genau zehn Minuten Zeit, um vor der Jury und den geplanten rund 300 Besuchern ihr Projekt vorzustellen. Es folgt eine fünfminütige Fragerunde der Jury. Am Ende entscheiden die Jury-Mitglieder, wer den Titel „Master of Big Data 2012“ mit nach Hause nehmen darf. Die Preise und Zertifikate werden im Rahmen einer feierlichen Award-Verleihung am Abend des 26. September 2012 überreicht.

So bewerben Sie sich

- 1 Beschreiben Sie Ihr Big-Data-Projekt im Fragebogen so ausführlich und konkret wie möglich.
- 2 Stellen Sie dabei heraus, ob es sich zum Beispiel um
 - das Monitoring oder die Analyse von verschiedenen strukturierten, hochvolu-

Die Jury



Dr. Carsten Bange, Geschäftsführer Business Application Research Center (Barc)



Prof. Dr. Walter Brenner, geschäftsführender Direktor des Instituts für Wirtschaftsinformatik an der Universität St. Gallen



Norbert Deuschle, Deuschle Storage Business Consulting & Research



Prof. Dr. Andreas Seufert, Steinbeis Hochschule Berlin, Institut für Business Intelligence



Andreas Zilch, Vorstand Experton Group

migen und/oder kurzfristig zu verarbeitenden Daten,

- den Aufbau einer (zusätzlichen) Storage-Infrastruktur, um Daten bis zu Petabyte-Volumina verarbeiten zu können,
 - In-Memory-Verarbeitung von Daten,
 - die Weiterentwicklung eines modernen ECM-Systems,
 - das Extrahieren, Speichern und Auswerten verschiedener Datenarten inklusive semi- und unstrukturierter Daten in einer hochskalierbaren Umgebung handelt.
- 3 Schildern Sie auf der Basis erster Projekterfahrungen den Nutzen für das Anwenderunternehmen mit Blick auf die bessere Unterstützung bestehender und/oder neuer Geschäftsprozesse. (hv)

SAP bringt neue Linie ins Cloud-Geschäft



Um das betriebliche Management von Mitarbeitern, Finanzen, Kunden und Lieferanten will SAP künftig seine Cloud-Module gruppieren. Von Komplettpaketen wie Business ByDesign hält SAPs „Mr. Cloud“, Lars Dalgaard, eher wenig.

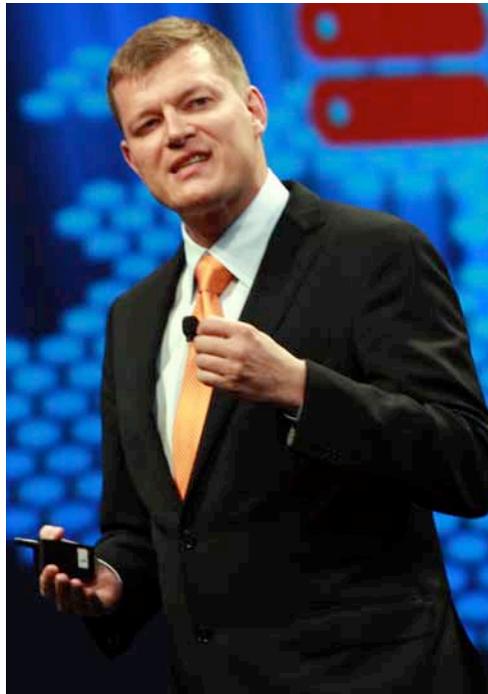
Der frisch gebackene SAP-Vorstand Lars Dalgaard hat auf der Kundenmesse Sapphire in Orlando, Florida, die Grundsätze seiner Cloud-Strategie dargelegt. Demnach soll der deutsche Softwarekonzern seinen Kunden künftig vor allem einzelne Softwareservices aus der IT-Wolke anbieten. Die Cloud-Module sollen sich um die vier Geschäftsbereiche Mitarbeiter, Finanzen, Kunden und Lieferanten in den Unternehmen gruppieren. Beispielsweise will SAP seine Software für Gehaltsabrechnungen aus der Cloud anbieten und eng mit den Human-Resources-Lösungen (HR) des übernommenen Cloud-Anbieters SuccessFactors, ehemals von Dalgaard geleitet, verzahnen. Für den Finanzbereich soll es mit „Financials onDemand“ ein Angebot für alle wesentlichen Finanzprozesse in den Firmen geben. Die Vertriebssteuerung „Sales onDemand“ will SAP mit Zusatzfunktionen für Marketing und Social Selling erweitern. Beschaffungsvorgänge sowie das Lieferanten- und Vertrags-Management sollen Anwenderunternehmen in Zukunft mit „Sourcing onDemand“ abwickeln können.

On Premise trifft On Demand

Flankierend zu diesen Cloud-Modulen soll es Werkzeuge für analytische Funktionen, Social Collaboration und Mobility aus der Cloud geben. Auf Basis von SAP Netweaver und der In-Memory-Datenbank-Lösung HANA soll darüber hinaus ein Platform-as-a-Service-Angebot (PaaS) etabliert werden. Ferner will SAP seinen Kunden mit „Integration as a Service“ dabei helfen, heterogene, aus On-Premise- und On-Demand-Modulen bestehende IT-Infrastrukturen zu verknüpfen.

Beilage

Vollbeilage: COMPUTERWOCHE-Beilage Plus „Private Cloud im Enterprise“.



„An Business ByDesign ist nichts falsch. Aber es war eine zu große Wette.“

Lars Dalgaard, SAP-Vorstand

Die Ausrichtung auf einzelne Module bedeutet eine Kehrtwende in SAPs Cloud-Strategie. Bislang spielte das für Mittelständler ausgelegte ERP-Cloud-Komplettpaket „Business ByDesign“ (ByD) die zentrale Rolle. Doch davon hält Dalgaard wenig. „Es ist nichts falsch an Business ByDesign. Aber es war eine zu große Wette“, sagte der SAP-Vorstand auf der Sapphire. Er ließ durchblicken, das Komplettpaket sei zu komplex und für Unternehmen schwer zu implementieren. Seiner Einschätzung nach sollen sich die Anwender Cloud-Funktionen künftig selbst flexibel zusammensetzen können. Wichtigstes Ziel dabei: Sie sollen es „supereinfach“ haben.

Während Dalgaard die Cloud-Module, die er im SAP-Portfolio entdeckt habe, als „Diamanten“ bezeichnete, die er jetzt schleifen und polieren wolle, ist die Zukunft von ByD ungewiss. SAP ist das Cloud-Paket, in das der Konzern viele Jahre Entwicklungsarbeit und einen Milliarden-Euro-Betrag investiert hat, in der aktuellen Ankündigung gerade noch drei Zeilen wert. Darin heißt es, man werde zwar weiterhin komplett integrierte Suites für die Cloud anbieten. Kein Wort aber davon, ob und wie das Paket weiterentwickelt werden soll.

5000 Entwickler für die Cloud

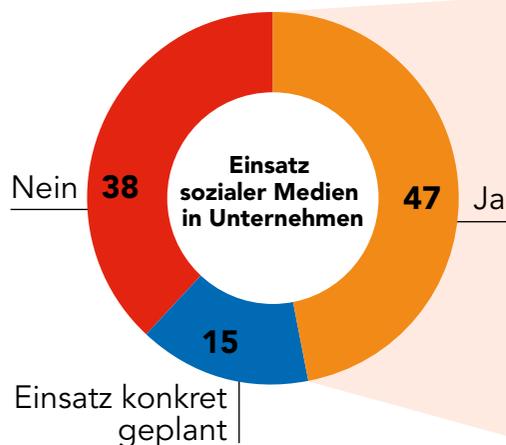
Vor Dalgaard liegt eine Menge Arbeit. Er muss eine einheitliche Linie für SAPs Cloud-Geschäft finden, das bis dato eher Stückwerk aus Zukäufen (SuccessFactors), dem Mittelstandspaket ByD und einzelnen Enterprise-Modulen war. Neuen Schwung braucht der Däne vor allem in der Entwicklung. Einige der besagten Cloud-Module haben bereits Dalgaards Vorgänger angestoßen. Viele andere neue Services bleiben eher vage: „SAP hat die geplante Verfügbarkeit angekündigt“, heißt es mehr als einmal in der offiziellen Mitteilung. Dalgaard sagte, dass sich künftig 5000 SAP-Entwickler unter seiner Regie um das Cloud-Portfolio kümmern werden.

Cloud-Ziele: Zwei Milliarden Euro

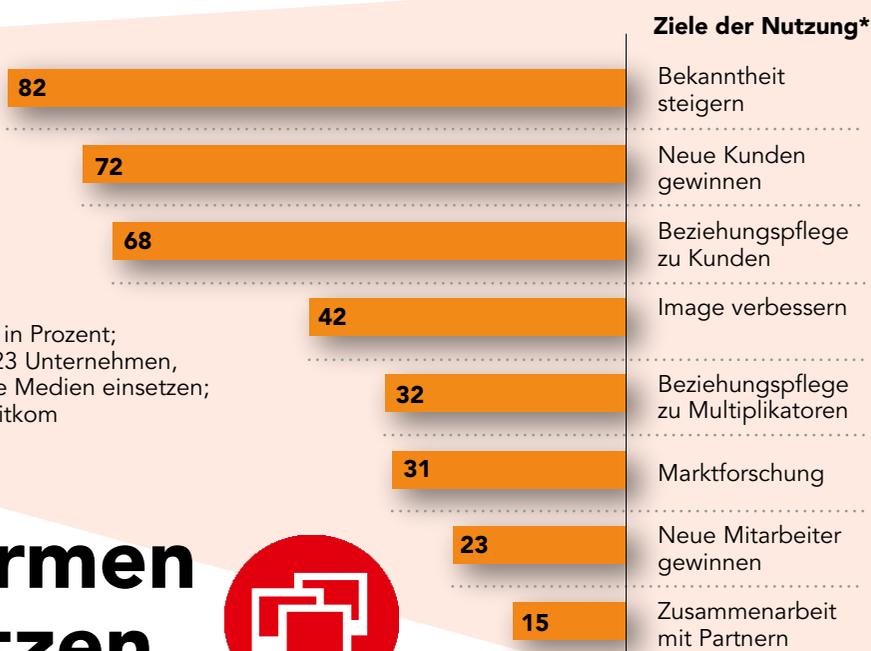
Die Messlatte für SAPs neuen Mister Cloud, der SuccessFactors für 3,4 Milliarden Dollar an SAP verkauft hatte, liegt hoch. Bis 2015 will der Konzern jährlich zwei Milliarden Euro mit seinen Cloud-Diensten einnehmen. Damit lehnt man sich in Walldorf weit aus dem Fenster. Im vergangenen Jahr beliefen sich die diesbezüglichen Erlöse auf gerade einmal 18 Millionen Euro. Das Ziel ist demnach, das Volumen des noch jungen Geschäftsbereichs binnen vier Jahren um mehr als das Hundertfache zu steigern. Zehn Prozent des Gesamtumsatzes kämen dann aus der Cloud. (ba)

Verweigerer sind in der Unterzahl

Deutsche Unternehmen sind mehrheitlich positiv eingestellt, geht es um den Einsatz von Facebook, Twitter & Co. für Firmeninteressen.



Angaben in Prozent;
*Basis: 723 Unternehmen,
die soziale Medien einsetzen;
Quelle: Bitkom



Wie deutsche Firmen Social Media nutzen



Eine Umfrage des Bitkom bei 723 Unternehmen brachte es an den Tag: Fast die Hälfte (47 Prozent) pflegt im Social Web das Image oder geht auf Kundenjagd.

Weitere 15 Prozent haben zumindest konkrete Pläne für derlei Aktivitäten. „Soziale Medien sind in vielen Unternehmen fester Bestandteil der internen und externen Kommunikation geworden“, sagte Bitkom-Präsident Dieter Kempf.

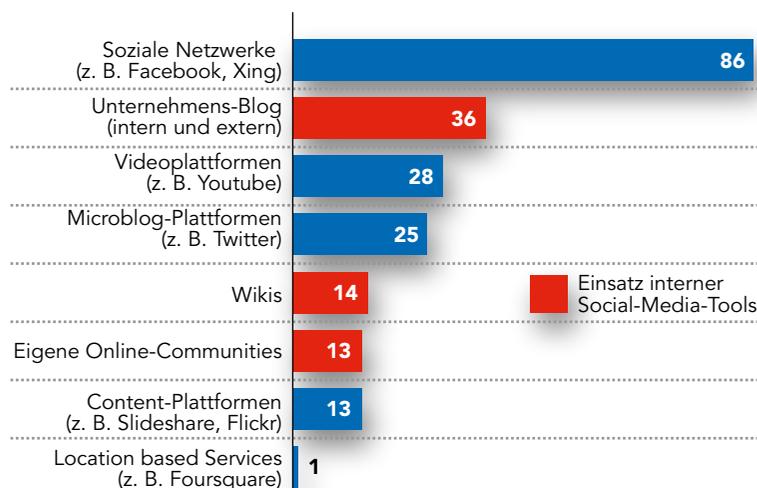
Laut Umfrage sind 38 Prozent aller Unternehmen bislang nicht im Social Web aktiv. 62 Prozent der Befragten in dieser

Gruppe begründen das damit, ihre Zielgruppen auf diesem Weg nicht erreichen zu können. Die Skeptiker betonen zur Hälfte rechtliche Bedenken, insbesondere hinsichtlich des Datenschutzes. 45 Prozent sagen, soziale Medien passten nicht zu ihrer Unternehmenskultur. Für ein Viertel ist der personelle Aufwand zu hoch, für 14 Prozent sprechen finanzielle Gründe dagegen.

86 Prozent der Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern beschäftigen speziell ausgebildetes Personal für die Social-Media-Aktivitäten. Nur 41 Prozent der mittelständischen Firmen leisten sich solche Social-Media-Experten. In sozialen Netzen sollen die Bekanntheit des Unternehmens gesteigert, neue Klientel gewonnen und die Kundenbeziehungen gepflegt werden. (jm)

Welche sozialen Medien werden eingesetzt?

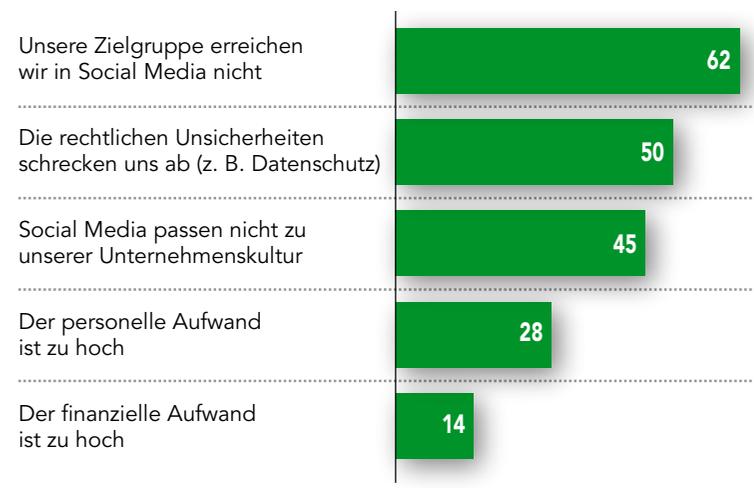
Unter den Social-Web-affinen Unternehmen setzen die meisten auf öffentliche Netze wie Facebook.



Angaben in Prozent; Quelle: Bitkom

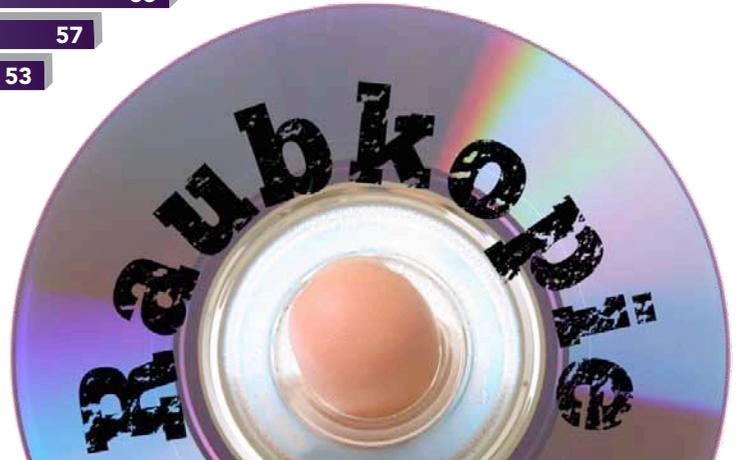
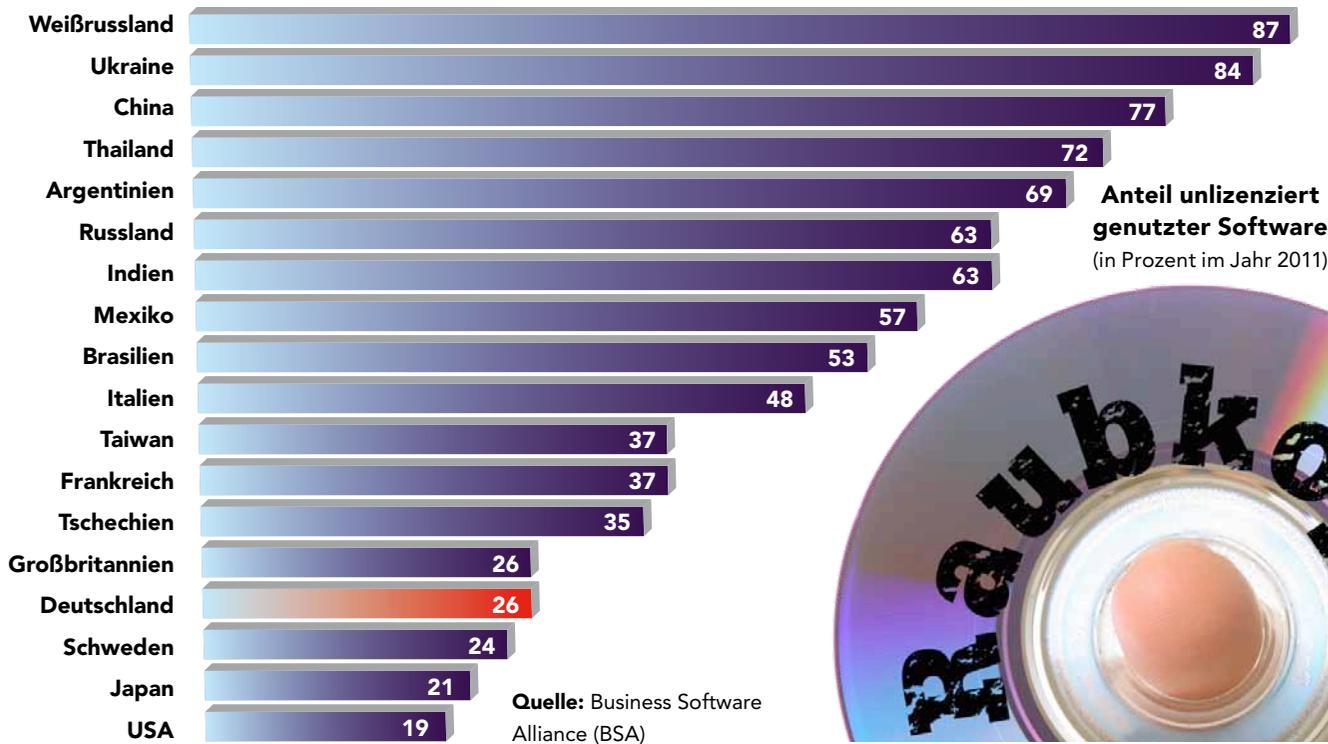
Warum sich Firmen verweigern

Viele Firmen glauben, ihre Zielgruppen in sozialen Netzen nicht erreichen zu können. Aus Bitkom-Sicht kein gutes Argument...



Angaben in Prozent; Quelle: Bitkom

So viele IT-Anwender verwenden Raubkopien



Die Business Software Alliance (BSA) hat in ihrer neuesten Untersuchung „Piracy Study“ bei weltweit fast 15.000 Computernutzern festgestellt, dass über die Hälfte (57 Prozent) der Befragten Software raubkopiert hat. Die gemeinsam mit IDC für das Jahr 2011 erarbeitete Studie ergab ferner, dass lediglich 26 Prozent der deutschen Nutzer Raubkopien nutzen. Demgegenüber hätten 66 Prozent der deutschen Nutzer noch nie ein unlicenziertes Programm eingesetzt – laut Selbstausskunft.

Die BSA bezeichnete die deutschen Nutzer im internationalen Vergleich als „Piraterie-Muffel“. Die Beweggründe des großen Teils der deutschen Nutzer, keine Software illegal auf ihren Rechnern einzusetzen, lesen sich fast zu schön, um wahr zu sein. Danach lassen sich nur 33 Prozent von möglichen rechtlichen Folgen abschrecken (etwa hohe Schadensersatzforderungen, teure Abmahnungen). 43 Prozent der deutschen Nutzer begründen ihre Entscheidung dagegen mit moralischen Bedenken. (jm)

Loewe dementiert Bericht über Kaufangebot von Apple

Apples Einstieg ins TV-Geschäft erfolgt wohl nicht über den deutschen Anbieter.

Nach der Papierform hätte es passen können: Der Blog „AppleInsider“ hatte geschrieben, Apple wolle die deutsche Nobel-Fernsehfirma Loewe für 87,3 Millionen Euro kaufen. Als Informant wurde eine allerdings nicht näher bezeichnete Quelle genannt. Das Loewe-Management wollte sich nach diesem Bericht bis vergangenen Freitag zu einer Übernahme geäußert haben.

Absage aus Deutschland

Die Äußerung kam dann früher, und sie kam prompt und entschieden: An den Aussagen sei „überhaupt nichts dran“, ließ ein Loewe-Sprecher die kursie-



renden Gerüchte sofort dementieren.

Nach der Papierform eben hätten mit Apple und Loewe zwei Unternehmen zusammengefunden, die beide viel Wert auf gutes Design legen – und sich diese Optik teuer bezahlen lassen. Zudem wird Apple nun schon seit Jahren das Gelüst nachgesagt, auch in den Fern-

sehgerätemarkt einzusteigen. In diesem Kontext ist bemerkenswert, dass der japanische Elektronikkonzern Sharp als zentraler Partner für Apples TV-Ambitionen gilt. Sharp seinerseits ist zu 30 Prozent an Loewe beteiligt.

Die kolportierte Kaufsumme von 112 Millionen Dollar respektive 87 Millionen Euro – ein

Aufschlag von 50 Prozent auf den Börsenwert – wäre zudem für Apple Peanuts. Diese Summe verdiente der iPhone-, iPad- und Mac-Hersteller im zweiten Quartal 2012 (Ende: 31. März) in nicht mal einem Tag. Seinerzeit betrug der Netto-Quartalsgewinn 11,6 Milliarden Dollar. Die liquiden Mittel von Apple werden zudem auf rund 100 Milliarden Dollar geschätzt.

Ganz anders Loewe: Der Edel-designer verbuchte 2011 einen Verlust von knapp elf Millionen, 2010 von sieben Millionen Euro. Auch 2012 lässt das Unternehmen offen, ob es die Verlustzone verlassen und schwarze Zahlen nachweisen kann. (jm)