

COMPUTERWOCHE

**SOMMER-
SPECIAL**

**Der Mobilfunk feiert
Geburtstag**

Seite 20

www.computerwoche.de



TABLETS IM UNTERNEHMEN

Unsere Exklusivumfrage und eine Reihe von Anwendungsszenarien zeigen: Tablets sind im Business angekommen.

Samsungs Galaxy SIII im Praxistest

Die Koreaner haben mit ihrem neuen Smartphone, das auch als Mini-Tablet durchgehen kann, ein wahres Kraftpaket abgeliefert.

Seite 28

Neues Windows Intune managt mobile Geräte

Die Verwaltungssoftware von Microsoft ist benutzerfreundlicher geworden und eignet sich für das Mobile-Device-Management.

Seite 30



EIN SERVERSYSTEM, DAS NEUE WEGE BESCHREITET

Wir haben den Markt durch Innovationen grundlegend verändert.
Über 11.000 zufriedene Kunden sprechen eine deutliche Sprache:

- 80 % verbesserte Produktivität von Administratoren
- 90 % reduzierte Bereitstellungszeit
- 40 % verbesserte Anwendungsleistung
- 30 % gesenkte Infrastrukturkosten

Als zentrale Komponente des Cisco Unified Computing System™ sorgen unsere Server für effiziente und produktivere Betriebsabläufe. Das Cisco UCS besteht durch Integration, Automatisierung, Performance und Skalierbarkeit. Mit Cisco als Partner lassen sich so die Visionen von morgen bereits heute in die Realität umsetzen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter cisco.de/servers.

Das Cisco UCS verfügt über einen integrierten Intel® Xeon®-Prozessor der neuesten Generation.



In dieser Ausgabe

Nr. 27-28 vom 2. Juli 2012

Trends & Analysen

IBM Innovate 2012 5

Auf der Rational-Software-Konferenz empfahl IBM Programmierern, mit kollaborativen Techniken effizienter zu werden.

Forrester treibt CIOs 6

Für ihr CIO Forum Emea hatten die Analysten von Forrester Research eine provokante Botschaft vorbereitet: „Die IT ist tot, es lebe die Business Technology.“

Google greift an 10

Die Rivalen Amazon.com und Apple hofft Google mit neuen Tablets, einer verbesserten Android-Version und dem „Project Glass“ zu treffen, in dessen Mittelpunkt die Entwicklung einer intelligenten Alleskönner-Brille steht.

Achtung, dieses Heft ist

Kooaba-aktiviert



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

Titel

Tablets im Business

Viele Tablets, wenig System 12

Eine exklusive COMPUTERWOCHE-Umfrage zeigt: iPad & Co. sind in Unternehmen schon weit verbreitet – aber nur selten integriert.

Was in der Praxis schon geht 16

Vor allem im Marketing und im Vertrieb sind die Tablets angekommen. Ein Business Case lässt sich häufig erstellen – wenn auch selten nachrechnen.



Produkte & Praxis

Big Data ist längst Realität 26

Laut Barc-Geschäftsführer Carsten Bange geht es bei Big Data primär um die Integration der neuen Technologien.

Samsung Galaxy SIII im Test 28

Groß, schnell, kraftvoll: Das neue Samsung-Flaggschiff legt die Latte für künftige (Android-)Smartphones deutlich höher.

Windows Intune im Praxistest 30

Seit dem letzten Update lassen sich auch iOS- oder Android-Geräte mit der Microsoft-Lösung verwalten.

Der Feind im eigenen Netz 33

Von wegen IPv6 ist Zukunftsmusik: Das Protokoll ist oft bereits aktiv – und verletzt dadurch die Compliance.

IT-Strategien

Ein Plädoyer für ByoD 40

Warum sich Ingo Wolf, CIO von Rödl & Partner, zu Bring your own Device bekennt.

ITIL-Alternativen erwünscht 41

Für Mittelständler ist der ITSM-Standard in seiner jetzigen Form zu aufwendig.

Die Wahrheit über COBIT 5 42

Vor Kurzem wurde die neue Version des IT-Governance-Frameworks veröffentlicht. Dazu kursieren viele Fehlinformationen.

Job & Karriere

Sommer im Büro 48

Die Sommerzeit hat einiges zu bieten – selbst wenn man sie am Schreibtisch verbringt. Gerade dann!

SAP-Experten gesucht 50

HANA und mobile Anwendungen sorgen dafür, dass SAP-Leute begehrt bleiben.

COMPUTERWOCHE.de

Highlights der Woche

Mitarbeiterdatenschutz in der IT

Datenschutz und Urheberrecht spielen in internen IT-Projekten und -Systemen eine wichtige Rolle. Welche rechtlichen Fallen lauern auf die Unternehmen?

www.computerwoche.de/2515302

Softwarehersteller im Website-Test

Was bieten B2B-Größen wie Oracle, SAP, IBM, Microsoft, Apple und HP?

www.computerwoche.de/2515161

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

„Es gibt ernsthafte Verletzungen von Arbeitnehmerrechten bei Apple-Zulieferern in China – auch wenn der Hauptlieferant Foxconn gerade versucht, die Arbeitsbedingungen zu verbessern, berichtet die New Yorker Organisation China Labor Watch. (...) Apples Lieferanten in China behandeln ihre Beschäftigten schlecht, indem sie sie zu viel arbeiten lassen, zu geringe Löhne zahlen und zu wenig gegen gefährliche Arbeitsbedingungen unternehmen.“

„IDG News Service“,

Bericht unter: <http://w.idg.de/Qpr6Lh>



„Kein anderer war bisher in der Lage, so ein unglaubliches Gerät für 199

Dollar anzubieten!“

Michael Rayfield, General Manager bei Nvidia, über Googles Nexus (Seite 10)

„Obwohl sie die Risiken kennen, posten Teenager persönliche Informationen und riskante Fotos im großen Stil online, ohne dass die Eltern davon wissen. Außerdem greifen die meisten Teenager auf zwielichtigen Content wie Pornografie und Gewalt zu, obwohl 73,5 Prozent der Eltern ihnen vertrauen und glauben, das sei definitiv nicht der Fall.“

Studie des Security-Spezialisten **McAfee**
<http://w.idg.de/M7tasH>

„Auch beim Thema Open Access bewegt sich die Union nur mit kleinen Schritten. Es geht dabei um die Frage, ob Forschungsergebnisse auch frei zugänglich im Netz statt nur in kostenpflichtigen Fachzeitschriften veröffentlicht werden müssen. Im Papier der Union heißt es dazu, man erwarte ‚von Wissenschaft und Verlagen, dass sie Vereinbarungen zu Open Access treffen‘. (...) Konkreten Änderungsbedarf sieht die Union zum Beispiel bei Mashups und Remixen. So sollen die ‚kreativen Möglichkeiten zum Umgang mit urheberrechtlich geschütztem Material‘ anerkannt werden.“

„Spiegel Online“ zum Positionspapier der CDU/CSU zum Urheberrecht

CW-Kolumne

Empathische IT-Chefs

Geahnt haben wir es ja schon immer, aber jetzt können wir es auch beweisen: Unsere Umfrage zum Einsatz von Tablets in Unternehmen – eigentlich reden wir nur von iPads – hat ergeben, dass sich bislang vorrangig Manager mit den schicken Rechenflundern eindecken (siehe Seite 12). Eigentlich ist das nicht verwunderlich: Die Genehmigungsprozesse gehen in den Chefetagen flotter von der Hand, und das iPad, lässig auf den Beifahrersitz des Dienstwagens geschleudert, schmückt noch immer den Besitzer.

Doch genug der kleinen Gehässigkeiten. Die Umfrage zeigt nämlich auch, dass immer mehr Unternehmen ihren Mitarbeitern Tablets bereitstellen, derzeit vorzugsweise den Marketing-, Vertriebs- und Serviceabteilungen. Mit gutem Grund: Sie haben erkannt, dass sich Prozesse beschleunigen, Verwaltungsaufwand abbauen, Papierberge reduzieren und Kunden beeindrucken lassen.

Die wenigsten IT-Manager werden das iPad heute noch als Consumer-Spielzeug abtun. Überall wird intensiv überlegt, wie sich die smarten Flachrechner im Business nutzen lassen. Für pfiffige Kundenpräsentationen etwa oder als Träger werbewirksamer oder nützlicher Firmen-Apps. Als mobile BI-Stationen, um den

Mitarbeitern unterwegs schnell und übersichtlich Verkaufszahlen, Bestandsentwicklungen oder Leistungsdaten an die Hand zu geben. Als CRM-Frontend, um ständig alle wichtigen Kundendaten zur Hand zu haben. Oder als persönliches Informationssystem, um Mails, Kontakte und Geschäftsdaten zu pflegen.

Die Arbeit im Hintergrund bleibt wie so oft an der IT hängen. Sie muss die Flachmänner mit dem Backend integrieren, über die Zulassung von Privatgeräten am Arbeitsplatz nachdenken, sich mit Mobile-Device-Management auseinandersetzen und Policies erarbeiten, damit die nötige Sicherheit gewährleistet ist. Vor allem aber muss sie die iPad-Fans im Management einfühlsam aufklären, dass es mit der Anschaffung der Geräte allein nicht getan ist. Sonst ist die Gefahr groß, einmal mehr als Bremser wahrgenommen zu werden.

Heinrich Vaske
Chefredakteur
CW



iPad-Update der COMPUTERWOCHE

Lesen Sie die neueste Heftausgabe schon am Freitag – digital auf Ihrem iPad!

Die beliebte iPad-Ausgabe der COMPUTERWOCHE nutzt in der aktuellen Version alle 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.

IBM will die Entwickler in die Cloud schicken

Auf der Konferenz „Innovate 2012“ empfahl das Unternehmen den Programmierern, sich am Vorbild der technischen Produktentwicklung auszurichten und mit kollaborativen Techniken effizienter zu werden.



Von **Holm Landrock***

Kristof Kloeckner, General Manager IBM Software Rational, mahnte in seinem Keynote-Vortrag auf der IBM-Entwicklerkonferenz in Orlando, Florida, mehr Tempo in der Softwareentwicklung an: Durch neue Softwaremodelle, Wiederverwendung von Code, Standardisieren von Schnittstellen und das Verbergen von Komplexität mit Virtualisierung lasse sich Software viel schneller erstellen als bisher.

Der IBM-Manager empfahl die Zusammenarbeit international verteilter Programmiererteams im Netz und das gezielte Wiederverwenden vorhandenen Codes sowie das schnellere Abstimmen von Teil- und Zwischenergebnissen mit den Kundenanforderungen. „Collaboration“, das Zauberwort, das in der Fertigungsindustrie seit 20 Jahren bekannt sei, müsse in der Softwareentwicklung Einzug halten.

Software bekommt Schlüsselrolle

Die Leistungsfähigkeit der Hardware stößt laut Kloeckner an ihre physikalischen Grenzen. Die Taktfrequenz lasse sich effizient kaum über vier Gigahertz steigern. Der Miniaturisierung seien ebenfalls Grenzen gesetzt. Mehr Leistung erreiche man deshalb durch Skalierungseffekte beim Einsatz von mehreren Prozessoren – oder eben durch Software. „Software ist der Faden, der alles zusammenhält“, sagte der IBM-Manager und verwies auf die Eisenbahn-Signalanlagen, die heute bereits zu 80 Prozent aus Software beständen.

Oft stehe zu Beginn eines Entwicklungsvorhabens noch nicht fest, wie das Endprodukt letztendlich beschaffen sein werde. Manchmal würden die Geräte, auf denen die Software laufen soll, erst noch entwickelt. „Künftige Veränderungen dieser Geräte und ihre Wartung müssen schon in der Softwareentwicklung berücksichtigt oder zumindest vorbereitet werden“, forderte Kloeckner. An dieser Stelle könnten Pro-



Kristof Kloeckner, General Manager IBM Software Rational: „In der Entwicklung technischer Produkte hat der Mensch einige hundert Jahre Erfahrung, in der Softwareentwicklung sind es nur einige Dutzend.“

grammierer von den Herstellern technischer Produkte und Konsumgüter lernen. Die immer weiter zunehmende Globalisierung, der Einfluss von Software auf gesellschaftliche und technische Innovationen und die „Konsumerisierung“ von Technik erschwerten die klassische Softwareentwicklung nach dem Wasserfallmodell. „Die Softwarequalität muss mit der Entwicklung der Welt Schritt halten und agiler werden“, folgerte Kloeckner.

Dabei helfen kann IBM zufolge die Cloud. Software- und Systementwickler sollen sich demnach in der Cloud zusammenfinden und Software dort entwickeln und bereitstellen. Der Softwareentwicklung in der Wolke komme künftig eine Schlüsselrolle zu.

IBM nutzte die Innovate 2012 denn auch, um eine Reihe von Neuerungen und Erwei-

terungen seiner Werkzeuge für Softwareanalyse und Systemdesign vorzustellen. Zehn Bausteine der Rational-Welt wurden in neuen Versionen präsentiert. Das betraf etwa die Entwicklungs-Tools der „SmartCloud“-Familie, mit denen neue Subroutinen und Softwaremodule in eine Cloud-Umgebung eingespielt werden. Dort sollen sie unter Produktionsbedingungen getestet und mit entsprechendem Feedback an die Programmierer zurückgegeben werden können. Ziel dieser neuen Methode sind eine Verkürzung der Entwicklungszeit und praxisnähere Testumgebungen für die Programmierer. Continuous Delivery nennt IBM das Verfahren.

Die SmartCloud-Tools seien dafür ausgelegt, über das Web zügig Applikationen in heterogenen Umgebungen zu entwickeln. Voraussetzungen dafür seien Application- und Product-Lifecycle-Management (ALM und PLM) – so wie eben auch in der technischen Produktentwicklung.

Mit „IBM Rational Solution for Collaborative Lifecycle Management on IBM SmartCloud Enterprise“ stellt IBM darüber hinaus eine IaaS-Lösung (IaaS = Infrastructure as a Service) für das Entwickeln und Testen in sich schnell verändernden Umgebungen bereit. Die „IBM SmartCloud Application Services“ sind ein Pilotprojekt für Services, die die Aktivitäten rund um geschäftliche und systemseitige Anforderungen, den Entwurf, die Entwicklung, den Test und die Auslieferung von Lösungen koordinieren sollen. In weltweit 80 IBM-Labs werden die Softwareentwicklungsumgebung und Anwendungssoftware entwickelt. Kloeckner: „Wir gehen mit den Labs dorthin, wo wir junge Programmier mit Potenzial finden. Das ist derzeit in Indien, China und Deutschland der Fall.“ (hv)

***Holm Landrock** ist freier IT-Journalist in Berlin.

CBTO = Chief Business Technology Officer

Das diesjährige „CIO Forum“ von Forrester Research entwarf ein neues Bild der IT. Es beginnt mit einer Namensänderung und endet beim Fokus auf dem Endkunden.

Von Karin Quack*

Der sprichwörtliche Quantensprung in der Produktentwicklung – das war in der Vergangenheit ein seltenes Phänomen; grundlegende Neuerungen kosteten Zeit und Geld. Nicht zuletzt aufgrund der technischen Möglichkeiten hat sich das dramatisch geändert. „Heute versucht jeder Student am MIT, Ihr Business zu übernehmen“, warnte George Colony, CEO von Forrester Research, die Teilnehmer am diesjährigen „CIO Forum EMEA“ des Marktforschungs- und Beratungsunternehmens in Paris.

Ein positives Rundum-Erleben des Produkts, eine starke Kundenbeziehung und eine kurze Time to Market kennzeichnen die „digitale Disruption“. Um mit dieser Entwicklung Schritt zu halten, müssten die IT-Verantwortlichen ihr Denken und Handeln in sieben Punkten ändern.

1 Die IT ist tot, es lebe die BT

Wenn Topmanager an Technik denken, haben sie kein Data Center vor Augen, son-

dern beispielsweise ein iPad, das ihnen alle benötigten Informationen auf Knopfdruck liefert. Höchste Zeit, dass die IT-Bereiche darauf reagieren, mahnte Colony. Das beginne mit einer Änderung der Bezeichnung. Der Begriff Informationstechnik habe ausgedient: „Es geht nicht mehr nur um Information.“ Forrester ersetzt ihn durch den Terminus Business Technology (BT). Aus dem CIO alter Prägung wird damit der Chief Business Technology Officer (CBTO).

2 Das Web wird Legacy-Technik

Die bestehenden IT-Architekturen haben über kurz oder lang ausgedient, prophezeit der Forrester-CEO. Das lange gehypte Web sei mittlerweile nur noch Legacy-Technik. Die Musik spiele ganz woanders. „Sie müssen jederzeit und überall bei Ihren Endkunden sein“, appellierte Colony an sein Auditorium, das sich zu einem großen Teil aus CIOs rekrutierte.

3 Der Kunde ist da draußen

Die IT – oder in der Forrester-Diktion BT – muss dafür sorgen, dass das Unternehmen seine Kunden da abholt, wo sie sind. Indem es kundenbezogene Apps und Internet verbindet (Colony verwendet hier das Schlagwort „App Internet“), öffnet es einen Rückkanal, über den es Feedback vom Kunden erhält. Mit zeitbezogenen Daten und „Predictive-Analysis“-Lösungen kann es dann kontextbezogen agieren, sprich: die Informationsbedürfnisse des mobilen Kunden quasi vorwegnehmen. Das verlangt ein neues, endkundenbezogenes Denken in der Informatik.

4 IT und Business co-kreieren

Selbstverständlich kann die IT solche Systeme nicht im luftleeren Raum erschaffen. Sie braucht dazu das Business-Know-how der Fachbereiche, so wie diese der Anregungen aus der technischen Ecke bedürfen, um sich vorstellen zu können, was eigentlich möglich ist.

5 Die IT fragt nicht, sie verführt

Aufgegriffen und weitergesponnen wurden die von Colony ausgelegten Gedankenfäden durch den Mitbegründer der Across Group, Peter Hinssen, der auch als Autor des Buchs „The New Normal“ zeichnet. Er riet den IT-Verantwortlichen, das Business nicht zu fragen, sondern es zu verführen. Der CIO müsse ein Erneuerer sein, also Ideen generieren, die er dann beispielsweise mit dem Marketing weiterentwickelt.

6 Alignment ist Unfug

Jahrelang wurde von den CIOs gefordert, dass sie ein Business-IT-Alignment treiben. Völlig überholt findet Hinssen nun diesen Ansatz. Er weise der IT die Funktion eines Butlers zu, der lediglich Befehle entgegennehme, aber keine eigenen Ideen habe. Es sei an der Zeit, die IT-Organisation endlich von Grund auf neu zu erfinden.

7 Business-Luft tut dem CIO gut

Um mit dem Business auf Augenhöhe zu sprechen, sollte der IT-Verantwortliche nicht nur theoretische Ahnung vom Geschäft haben, gab Adriana Karaboutis, Vice President und CIO bei Dell, zu bedenken. Die Herrin über 500 interne IT-Mitarbeiter und eine 3500 Köpfe starke ausgelagerte Serviceeinheit hat sieben Jahre lang im Supply-Chain-Management gearbeitet. Und der Forrester-eigene CBTO Steve Peltzman (siehe nebenstehendes Interview) rühmt sich, dass sein „zweiter Mann“ und IT-Architekt ein ehemaliger Analyst ist. ▶

*Karin Quack
kquack@computerwoche.de



Beilagen

Vollbeilage: BARC GmbH, Würzburg;
EMC Computer Systeme, Ismaning.



„Ein Wort kann Wände einreißen“

Vom CIO zum CBTO – im Gespräch mit COMPUTERWOCHE-Redakteurin Karin Quack erläutern Forrester-Chef George Colony und sein Chief Business Technology Officer Steve Peltzman, was das in der Praxis bedeutet.

CW: Business-IT-Alignment sei überholt, so war auf Ihrem CIO-Forum zu hören. Übertreiben Sie nicht ein bisschen?

COLONY: Der Begriff Business-IT-Alignment bezeichnet ein Dienstleistungsverhältnis, das so nicht mehr besteht. Für die IT war das ein gutes Schlupfloch. Sie konnte sich auf die Position zurückziehen: Ich muss das Business nicht verstehen, sondern ihm nur geben, was es verlangt.

CW: Und wo ist das Problem?

COLONY: Dass viele Business-Leute gar nicht wissen, was sie eigentlich verlangen könnten, weil sie die Technik nicht gut genug kennen.

CW: Was kann der CIO dagegen tun?

COLONY: Der einzige Weg aus diesem Dilemma ist, dass sich die IT-Leute wirklich auf das Business einlassen. Und umgekehrt. Wir nennen das Co-Creation.

CW: Was bedeutet das in der Praxis?

COLONY: Niemand, der aus der Technik kommt, kann einfach nur Mechaniker oder Ingenieur sein, er muss auch ein Business-Mensch werden. Aus diesem Grund plädiert Forrester dafür, den Begriff Information Technology, also IT, in Business Technology, sprich: BT, zu ändern. Außerdem verwenden wir die Bezeichnung CBTO, Chief Business Technology Officer, statt CIO für Chief Information Manager.

CW: Das sind doch nur neue Wörter.

COLONY: Diese Wörter senden ein Signal ans Business. Sie sagen: Ich bin nicht einfach nur ein Techniker, sondern ich bin dein Partner, und wir können gemeinsam etwas schaffen. Ein anderes Wort zu verwenden kann tatsächlich eine Menge bewirken.

CW: Verwenden die Unternehmen es denn?

COLONY: Oh ja, einige, beispielsweise die Barclays Bank, haben diese Terminologie

schon übernommen. Wie unsere Kunden sagen, kann ein verändertes Wort Wände zwischen Business und IT einreißen. Allerdings reicht es nicht, nur das Wort zu ändern. Gleichzeitig muss sich auch die Art ändern, wie das Unternehmen arbeitet.

CW: Herr Peltzman, was ist von Ihrer Seite, aus Sicht des CBTO, dafür notwendig?

PELTZMAN: An erster Stelle steht die Glaubwürdigkeit. Wenn Sie nicht nachweisen können, dass Sie das Business kennen, traut Ihnen auch keiner eine Partnerschaft zu. Deshalb ist es wichtig, die Business-Peers zu fragen, wie sie eigentlich arbeiten.

CW: Wie unterscheidet sich konkret der CBTO vom CIO?

COLONY: Der CBTO kommt mit Produktideen zum Business. Er macht sich nicht so viele Gedanken darüber, wo das Unternehmen Geld sparen kann, sondern darüber, wo es Geld verdienen kann. Das ist es, was Steve Peltzman und sein Team tun. Übrigens war Steve vorher beim Museum of Modern Art in New York City und hat dort das Online-Ticketing und damit auch das Thema Social vorangetrieben.

CW: Eine auf der Konferenz vertretene These lautet: Der CIO muss ein Verführer sein.

PELTZMAN: Diese Sichtweise mag ich. In unserem Job ist es wichtig, nicht zu reagieren, sondern zu inspirieren und zu führen. Das Online-Ticketing ist ein gutes Beispiel. Hier ging es nicht um das große Geschäft, sondern um einen kleinen strategischen Bereich, darum, eine langfristige Beziehung zum Kunden herzustellen.

COLONY: Die fünf Eigenschaften der Business Technology sind die folgenden: Erstens



Steve Peltzman, der CBTO von Forrester Research.

ist sie agil, sie passt sich leicht dem dynamischen Business an. Zweitens ist sie schnell, sie kann das Business sogar überholen. Drittens ist sie kugelsicher, das Business kann sich auf sie verlassen. Viertens ist sie eng auf das Geschäft bezogen, und fünftens hat sie den Endkunden im Blick. BT dringt von draußen nach drinnen – nicht umgekehrt.

CW: Hier sehe ich Konfliktpotenzial. Wenn sich die IT auf den Endkunden bezieht, umgeht sie den internen Kunden. Sie sagt Marketing und Vertrieb quasi, wie sie ihr Geschäft machen sollen.

COLONY: Aus Sicht der Unternehmensleitung kann doch nichts Besseres passieren. Der CEO freut sich darüber, wenn die Technik so weit fortgeschritten ist, dass sie mit ihren Ideen die Fachbereiche überspringt.

PELTZMAN: Als ich zu Forrester kam, habe ich den Leuten dort gesagt: Ihr seid nicht meine Kunden; ich bin nicht hier, um euch glücklich zu machen. Wenn man versucht, Marketing oder Vertrieb zufriedenzustellen, schafft man keine ganzheitlichen Systeme. Entwickelt man aber ganzheitliche Systeme aus Sicht des Endkunden, sind am Ende auch Sales und Marketing zufrieden. Den von Ihnen angesprochenen Konflikt gibt es, und wir müssen ihn austragen. Das ist auch gut so.

CW: Das klingt ziemlich kämpferisch.

PELTZMAN: Ich will niemandem etwas aufzwingen. Ich will lieber gemeinsam etwas entwickeln.

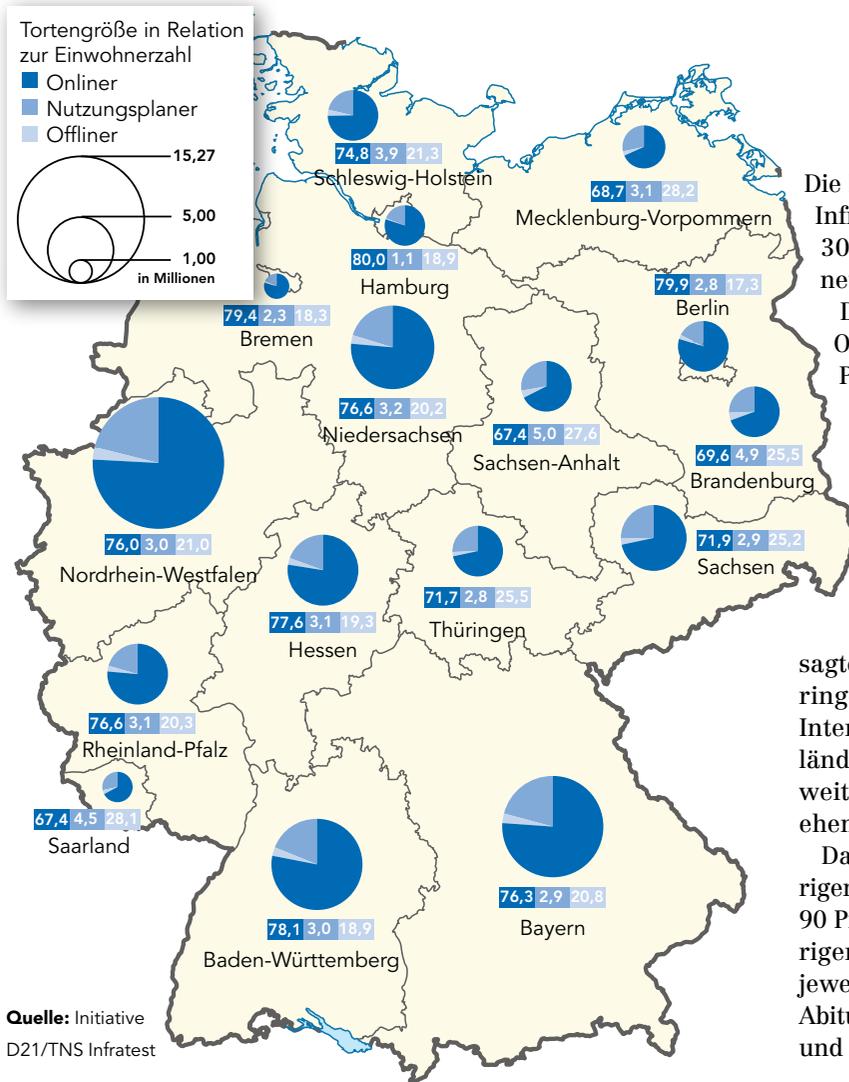
CW: Dafür ist eine Konfliktsituation vielleicht nicht die beste Basis.

PELTZMAN: Deshalb muss der CIO ja auch ein Verführer sein. Er sollte gut kommunizieren können. Das ist der Unterschied zwischen der CIO- und der CBTO-Rolle: Gefragt ist heute die Fähigkeit, miteinander zu agieren, einen Business Case zu entwickeln, zu überzeugen, gemeinsam an einem großen Ganzen zu arbeiten. ◀



George Colony ist CEO von Forrester Research.

Deutschland 2012: Die Jungen sind im Netz, die Alten ziehen nach



Die Initiative D21 hat auch dieses Jahr wieder zusammen mit TNS Infratest den (N-)Onliner-Atlas veröffentlicht. Insgesamt wurden 30.195 Telefoninterviews mit Bürgern in Haushalten mit Festnetz-Telefonanschluss geführt.

Die Marktforscher stellen fest, dass sich die Zahl der deutschen Online-Nutzer gegenüber 2011 nur geringfügig um 0,9 auf 75,6 Prozent erhöht hat. Die Entwicklung stagniert also auf recht hohem Niveau. 21,2 Prozent der Deutschen sind offline.

Vor allem in den neuen Bundesländern haben viele Bürger keinen Internet-Zugang. Die fünf Länder rangieren im Vergleich zu den westlichen Bundesländern sämtlich am Ende der Internet-Nutzerskala – mit einer Ausnahme: Das Saarland liegt auf dem vorletzten Platz. Sind die Bürger in Ostdeutschland also Online-Muffel? Eher nein. Wie Infratest-

Marktforscher Malthe Wolf gegenüber der COMPUTERWOCHE sagte, sei vor allem die in diesen Bundesländern noch immer geringe Verbreitung von Breitbandanschlüssen ein Grund für die Internet-Zurückhaltung. Diesbezüglich liegen die neuen Bundesländer, wieder mit Ausnahme des Saarlands, ganz am Ende. Eine weitere Erklärung, so Wolf, sei das gegenüber den Bürgern der ehemaligen BRD vergleichsweise hohe Lebensalter.

Das wirkt sich aus, denn deutschlandweit sind die 14- bis 19-Jährigen zu 97,7 Prozent im Netz, die 20- bis 39-Jährigen zu weit über 90 Prozent, die 60- bis 69-Jährigen zu 60,4 Prozent und die 70-Jährigen und Älteren nur noch zu 28,2 Prozent – Tendenz allerdings jeweils steigend. Auffällig auch: Gut neun von zehn Studenten und Abiturienten bevölkern das Internet, jedoch nur drei von fünf Volks- und Hauptschülern. (jm)

Microsoft kauft Enterprise Social Network Yammer

Yammer soll Unternehmenskommunikation und -Collaboration befördern.



Microsoft hat Yammer, einen Spezialisten für auf Unternehmen zugeschnittene Kommunikations- und Collaboration-Anwendungen, für 1,2 Milliarden Dollar übernommen. Zwar weist Microsoft mit der „Sharepoint-Server“-Lösung bereits ein Produkt im Portfolio auf, das viele Social-Media-Eigenschaften mitbringt und zudem in die Office-Suite integriert ist. Richard Edwards, Principal Analyst bei Ovum, sagt aber: „Sharepoint Server wurde in der Ära vor Facebook und auch vor der Cloud entwickelt.“

Firmen nutzen Sharepoint insbesondere zur Verwaltung

von internen Websites. Geht es darum, Dokumente gemeinsam zu bearbeiten oder eine firmen umfassende Kommunikation zu realisieren, ist das Microsoft-Produkt eines unter vielen. Larry Cannell, Analyst bei Gartner, kommentierte denn auch kurz und bündig: „Microsoft hatte hier das schwächste Angebot.“ Mit Yammer allerdings steige der

Steve Ballmer, Yammer-CEO **David Sacks** und Yammer-President **Kurt DelBene** (von links) haben sich geeinigt.

Softwarekrösus in die erste Liga der Social-Enterprise-Lösungsanbieter auf.

Yammer wurde 2008 gegründet. Die Yammer-Software schafft für die unternehmensinterne Nutzung ein Social-Media-Umfeld mit einer Anmutung

à la Facebook. Sie wird von rund 200.000 Firmen weltweit bereits genutzt, unter ihnen Konzerne wie Ford oder Ebay.

Ovum-Mann Edwards betont, Yammer sei eine neue Generation von Enterprise-Collaboration-Lösungen. Sie wurde „von Grund auf dahingehend entwickelt, soziale, mobile und Cloud-Techniken reibungslos zusammenzuführen“.

Außerdem passt sich Yammer nahtlos an Skype an, unterstreicht Edwards. Dieses Kommunikations-Tool hatte Microsoft 2011 für 8,5 Milliarden Dollar erworben. (jm)

