

# COMPUTERWOCHE

NACHRICHTEN ♦ ANALYSEN ♦ TRENDS



**RATGEBER**

## Leitfaden für Portale

Damit Portale mehr enthalten als Telefonlisten, müssen bei der Produktauswahl und der Realisierung Regeln eingehalten werden. **SEITE 22**



**WEBANALYSE**

## Damit die Website brummt

Einige Dienstleister haben sich auf Analyse und Optimierung von Websites spezialisiert. Was sie können und was sie kosten: **SEITE 34**



**ARBEITSMARKT**

## Entlassung oder Jobwechsel

Immer noch werden mehr IT-Mitarbeiter entlassen, als freiwillig den Job wechseln, fand Personalberater Hofberberth heraus. **SEITE 36**

## Telefonieren mit Yahoo

Yahoo will seinen Instant-Messaging-Service um Telefoniefunktionen erweitern. Mit „Yahoo Messenger with Voice“ folgt der Anbieter einerseits seinem ärgsten Konkurrenten America Online, andererseits soll dem Erfolg von Dienstleistern für Internet-Telefonie wie Skype das Wasser abgegraben werden. Der neue Yahoo-Service erlaubt PC-Benutzern parallel zum schriftlichen Instant Messaging auch eine Sprachkommunikation rund um die Welt. Weitere Features des Angebots sind Anrufbeantworterfunktionen, der Austausch von Blog-Postings und Fotos sowie ein verbesserter Schutz vor Spam. Yahoo Messenger with Voice wird es in 18 lokalisierten Versionen geben, darunter auch eine für Deutschland. (ue) ♦

# Linux-Distributionen bedrohen Offenheit

*Open-Source-Befürworter fürchten sich vor einem „bunt angestrichenen“ Windows-Ersatz.*

VON CW-REDAKTEURIN KARIN QUACK

Linux ist preisgünstig, offen, innovativ – und zunehmend kommerziell. Diesen Eindruck vermittelte der jüngste Roundtable, zu dem die COMPUTERWOCHE drei Anwender und einen Analysten eingeladen hatte. Kontrovers diskutiert wurde unter anderem die Rolle der „Distributionen“. Die einen sehen in dem Support, den beispielsweise

mit Sorge: Das als Gegenentwurf zur kommerziellen Softwarewelt gedachte Linux sei auf dem besten Weg, ein bunt angestrichenes Windows oder Unix zu werden: „Der nächste Suse-Desktop heißt Novell-Desktop, und damit ist nach meinem Dafürhalten eine viel stärkere Kommerzialisierung eingeläutet“, gibt Wilhelm Hoegner, IT-Chef der Stadt München, zu bedenken. Unter anderem

**ZAHL DER WOCHE**

**20%** der vom FBI und dem US-amerikanischen Computer Security Institute befragten Unternehmen berichteten über Einbrüche in ihre Computersysteme. Die Dunkelziffer ist allerdings hoch. Die meisten Firmen melden die Attacken aus Angst vor Imageschäden nicht. FBI-Direktor Robert Mueller rief dringend dazu auf, dieses Verhalten zu ändern. „Heute kann ein Computerbefehl, der über ein Netzwerk an das IT-System eines Kraftwerks geschickt wird, genauso tödlich sein wie ein Rucksack voller Sprengstoff“, sagte er anlässlich eines Sicherheitstreffens.

## Bechtle wächst durch Übernahmen

Das Systemhaus Bechtle hat seine Einnahmen im ersten Halbjahr 2005 um 7,2 Prozent auf 529,8 Millionen Euro gesteigert. Das Wachstum geht auf Akquisitionen zurück (etwa SGB, Delec, PP 2000, Desktop-Support-Sparte von IBM), organisch betrug das Umsatzplus 1,3 Prozent. Der Gewinn vor Steuern belief sich auf 13,1 Millionen Euro, er liegt damit knapp unter dem Vorjahresniveau von 13,9 Millionen Euro. Für das Gesamtjahr hält der Vorstand an seinen Umsatz- und Ertragsprognosen fest. (jha) ♦

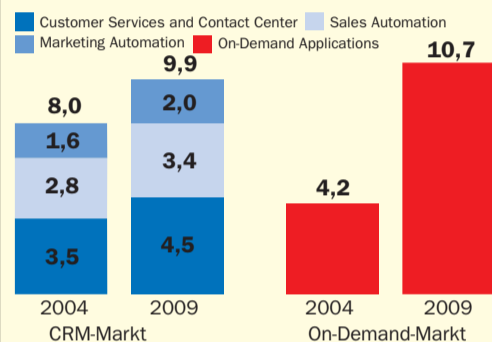


Das Thema „Open Source für unternehmenskritische Anwendungen“ diskutierten (von oben links nach unten rechts): Wilhelm Hoegner, Johannes Lorenz, Andreas Zilch und Ali Inci.

se Suse, kürzlich von Novell akquiriert, oder auch Red Hat anbieten, eine Voraussetzung dafür, dass sie den Einsatz des quelloffenen Betriebssystems ernsthaft in Erwägung ziehen. Zu dieser Gruppe gehört MAN Nutzfahrzeuge: „Für uns war sehr wichtig, dass das Open-Source-System supportet wird“, erläutert Software-Manager Johannes Lorenz, „deshalb haben wir Linux nicht aus dem Internet gezogen.“ Stattdessen setzt das Münchner Unternehmen auf Suse Linux. Andere betrachten diese Entwicklung

deshalb bevorzuge er die nichtkommerzielle Linux-Distribution Debian. „Debian hat sich in den vergangenen beiden Jahren als einzig wahre Open-Source-Distribution etabliert, denn die anderen beiden sind ja schon wieder kommerziell – zumindest in den Augen von Hardcore-Linux-Befürwortern“, weiß Andreas Zilch, Vorstandsvorsitzender der Meton Group. Doch der Analyst warnt davor, Software aufgrund einer „Weltanschauung“ auszuwählen. Mehr zur Linux-Debatte ab Seite 30. ♦

**DIESE WOCHE**



## Die Grenzen des Hostings

Einige CRM-Anbieter bieten ihre Produkte im Hosting-Verfahren an. Ab einer gewissen Komplexität büßen gehostete Lösungen aber ihren Effizienzvorsprung ein. **Nachrichten SEITE 7**

## Dell verdient klotzig

Der Direktversender ist im letzten Quartal wieder um 15 Prozent gewachsen. Den gierigen Börsianern reicht das nicht. **Nachrichten SEITE 5**

## IM nicht sicher genug?

US-Unternehmen befürchten, dass ihre Instant-Messaging-Systeme den Sicherheitsvorgaben von Sarbanes-Oxley nicht genügen. **Nachrichten SEITE 6**

## Heißes Internet-TV

Käme auch noch die Glotze über das Internet, wäre das „Triple Play“ aus Text, Audio und Videodaten perfekt. **Nachrichten SEITE 10**

## Mehr Geld für Open Source

In den USA haben Risikokapitalgeber ihre Liebe zu Open-Source-Startups entdeckt. Deutsche Finanzierer bleiben zurückhaltend. **Nachrichten SEITE 11**





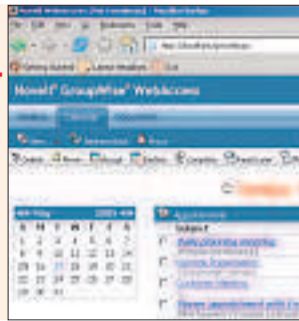


**Linuxworld 2005 12**

Noch nie herrschte solch ein Andrang auf der amerikanischen Open-Source-Messe. Der Knüller sind vorgefertigte, schnell einsetzbare Lösungen.

**Novell-Groupware sucht Anschluss 14**

Mit den neuen Funktionen von Groupwise 7 und einem Migrationsangebot will der Hersteller Boden gegenüber IBM und Microsoft gutmachen.



**Therapie für die Uniklinik Aachen 26**

Das Großkrankenhaus im Dreiländereck kontrolliert seinen wirtschaftlichen Erfolg mit Balanced Scorecards und einem Data Warehouse.



**NACHRICHTEN**

**Lenovo verdreifacht Umsatz 5**  
Seit der Übernahme des PC-Geschäfts von IBM kann sich der chinesische Computerbauer über Zuwächse nicht beklagen.

**Investments in Internet-Player 6**  
Im zweiten Quartal dieses Jahres werden wieder verstärkt junge Firmen mit Internet-Geschäftsmodellen finanziert.

**Telekom wächst dank Mobilfunk 12**  
Der Carrier konnte sich über gute Zahlen von T-Mobile freuen.

**PRODUKTE & TECHNOLOGIEN**

**Schnelles Windows Vista 16**  
Microsoft plant eine Reihe technischer Maßnahmen zur Beschleunigung des XP-Nachfolgers.

**SAP ordnet Stammdatenprodukte 17**  
MDM 3.0 zur Stammdatenverwaltung wird von einer hinzugekauften Technik abgelöst.

**Sanfte VoIP-Migration 18**  
Die VoIP-Lösung der Mannheimer Cytel GmbH integriert ISDN in eine IP-Umgebung.

**Beamer werden netzwerkfähig 19**  
Sanyo macht Schluss mit den Peer-to-Peer-Einschränkungen seiner Business-Projektoren.

**PRODUKTE & TECHNOLOGIEN**

**PRAXIS**

**Test: Netgears Multi-Service-Router 20**  
Der FVS124G ist ein ausfallsicherer Router mit Gigabit-Speed. Sein günstiger Preis lässt kleinere Mängel verschmerzen.

**Konzepte für Portalprojekte 22**  
Unternehmen sollten bei der Auswahl und Einführung von Portallösungen einige Regeln beachten. Referenzmodelle helfen.

**IT-STRATEGIEN**

**Wie reif ist Open-Source-Software? 30**  
Im COMPUTERWOCHE-Roundtable prallten unterschiedliche Einschätzungen aufeinander.

**Wissen heißt entscheiden können 32**  
Wie die Hypovereinsbank-Tochter FMSB die konstante Veränderung meistert.

**IT-SERVICES**

**Dienstleister verbessern Web-Auftritt 34**  
Ein Engagement im Internet muss sich heute für Unternehmen genauso auszahlen wie jedes andere Firmenprojekt auch. Dienstleister zur Performance-Analyse helfen, Web-Seiten wirtschaftlich zu betreiben.

**Anwender lagern Handys aus 35**  
Das Outsourcing der Festnetze ist gang und gäbe. Die Dienstleistungstöchter internationaler Carrier berichten über steigende Nachfrage nach Outsourcing-Diensten für die mobile Netzinfrastruktur samt Endgerätebetrieb.

**JOB & KARRIERE**

**Hohe Fluktuation 36**  
Noch immer kündigen meistens die Unternehmen. Doch in den kommenden Jahren könnte sich die Relation wieder zugunsten des freiwilligen Jobwechsels verschieben.

**Es gibt zu viele, die entscheiden 37**  
Deutschen Führungskräften fällt es leicht, Entschlüsse zu treffen, und sie glauben auch, dass sie gut entscheiden können. Sie beklagen sich aber, dass zu viele mitreden dürfen.

**Den Datenschutz umgehen 41**  
Bei Firmenfusionen lässt sich der Abgleich der Personaldaten auch ohne das normalerweise einzuholende Einverständnis der Mitarbeiter organisieren.

**SCHWERPUNKT: E-HEALTH**

**Grundregeln des Kartenspiels 24**  
Die Telematik-Infrastruktur für die Gesundheitskarte ist komplex. Zu Recht, denn sie betrifft jeden Bundesbürger und seine sensibelsten Daten.

**Keine Experimente! 28**  
Simulations- und Visualisierungsprogramme aus der Industrie lassen sich auch für die Planung der Prozesse und Investitionen in einem Krankenhaus einsetzen.

**STANDARDS**

**Impressum 35**  
**Stellenmarkt 39**  
**Zahlen – Prognosen – Trends 42**  
**Kunden-Passwort: Abo-Plus/Members Only VB34GG**

**COMPUTERWOCHE.de**

**HOTTOPICS**

- Großbaustelle Oracle
- Tuning-Satz für Pocket-PCs
- EMC-Chef Tucci: „Speichervirtualisierung zu früh“

**Test: Siebel CRM On Demand 8**



Um Konkurrenten wie Salesforce.com oder Rightnow Paroli zu bieten, versucht sich Siebel seit einiger Zeit selbst als Hosted-CRM-Anbieter. Mit der Version 8 von Siebels „CRM On Demand“ macht der etablierte Softwarehersteller weitere Fortschritte.

[www.computerwoche.de/productguide](http://www.computerwoche.de/productguide)

**Testen Sie Ihr IT-Wissen**

Die ruhigen Augustwochen sind ein guter Zeitpunkt, um das IT-Wissen etwas aufzufrischen.

[www.computerwoche.de](http://www.computerwoche.de)

**Das Maß der Dinge: Die neue EMC Symmetrix DMX-3**



Performance, Kapazität und Funktionalität neu definiert. Mit bis zu 128 GB/s, bis zu 1.920 Laufwerken, »Tiered Storage in-a-Box« und umfassender Software-Kompatibilität setzt das neue Mitglied der EMC Symmetrix DMX-Familie Maßstäbe. Mehr dazu auf [www.emc2.de](http://www.emc2.de).



# MENSCHEN

## Andreas Dietrich wird CIO bei der SBB



Die Schweizerische Bundesbahn (SBB) hat mit Andreas Dietrich einen neuen Leiter der Informatik angeheuert. Der 42-Jährige war bisher während fast vier Jahren als Chief Information Officer (CIO) bei der Thomas Cook AG in Frankfurt am Main tätig. Während seiner früheren beruflichen Tätigkeit sammelte er IT-Erfahrungen als CIO bei der LTU GmbH in Düsseldorf sowie in führenden Funktionen bei IBM Schweiz und Kuoni Reisen. Dietrich tritt am 1. Oktober 2005 die Nachfolge von Philip Spiegel an, der die SBB bereits im März verlassen hat.

## Bill DeLong ist Servicechef bei Progress

Bill DeLong (48) wird ab sofort als Vice President für den weltweiten Kundenservice von Progress Software verantwortlich sein. Er soll vor allem die Dienstleistungsangebote für die 2000 Partner und die über 100 000 Endkunden von Progress ausbauen. Das Unternehmen bietet Softwaretechnologien und Services für die Entwicklung, die Integration und das Management von Geschäftsanwendungen an. DeLong arbeitete zuletzt als Leiter im Bereich Services für Dell. Davor hielt er 18 Jahre Management-Positionen bei IBM inne.



## Glimpfliche Strafe für Myers

David Myers, ehemaliger Controller von Worldcom, wurde zu einem Jahr und einem Tag Gefängnis verurteilt für seine Rolle, die er im größten Wirtschaftsskandal der US-amerikanischen Geschichte spielte. Worldcom, heute MCI, hatte eine Elf-Milliarden-Dollar-Pleite hingelegt, weil ein ganzes Management-Team sich des Betrugs und der Fälschung von Geschäftszahlen schuldig gemacht hatte. Der seinerzeitige Vorstandsvorsitzende Bernard Ebbers wurde bereits für 25 Jahre ins Gefängnis geschickt. Betty Vinson aus dem Rechnungswesen war zu fünf Monaten Haft sowie weiteren fünf Monaten Hausarrest verurteilt worden. Troy Normand erhielt eine dreijährige Bewährungsstrafe. Myers ehemaliger Vorgesetzter, Scott Sullivan, muss mit 25 Jahren Haft rechnen.

## Olav Strand ist bei BMC Director



Olav Strand ist ab sofort neuer Director Growth & Channel Germany bei BMC Software. BMC bietet Enterprise-Management-Lösungen an. In seiner Position verantwortet Strand sämtliche Partneraktivitäten sowie den indirekten Kundenvertrieb in Deutschland. Er soll sich hierbei insbesondere auf den Mittelstand konzentrieren. Der gelernte Versicherungskaufmann und Diplombetriebswirt kam im Jahr 2000 zu BMC. Davor war er bei Oracle für den Vertrieb von ERP-Lösungen zuständig. Zuvor leitete er die Hamburger Niederlassung von Baan. Seine Vertriebskarriere begann er vor über zehn Jahren bei Sage KHK.

## Actebis Peacock ohne Jürgen Wiederroth

Jürgen Wiederroth (39), Gesamtvertriebsleiter von Actebis Peacock, wird das Unternehmen Ende September 2005 verlassen. Geschäftsführerin Bärbel Schmidt, ehemals Verantwortliche für das PC-Segment von Hewlett-Packard (HP) Deutschland, kommentierte den Abgang mit den Worten, sie lasse Wiederroth „ungern ziehen“. Man bedanke sich aber für die „Professionalität, sein Engagement und seine Entschlusskraft, die zu den aktuellen Erfolgen des Unternehmens wesentlich beigetragen“ hätten. Wiederroth begann im Oktober 2003 als Leiter des Gesamtvertriebs bei Actebis Computer Deutschland GmbH.

Personalmitteilungen bitte an [Menschen@Computerwoche.de](mailto:Menschen@Computerwoche.de)

Kolumne

## Linux wird Mainstream

Die Debatte um Linux oder Nicht-Linux, um Open-Source- oder Closed-Source-Software wird heute merklich cooler geführt als noch vor ein oder zwei Jahren. Ideologisch – quelloffene Software ist an sich gut, kommerzielle Programme an sich schlecht – argumentiert kaum noch jemand. Es geht in erster Linie darum, welche Software den Job zum niedrigsten Preis am besten erledigt. Beim Geld spielen aber nicht nur die Anschaffungskosten eine Rolle. Betriebsausgaben und Supportaufwände werden von den Verantwortlichen ebenso berücksichtigt. Wie gut sie vom Anbieter einer Linux-Distribution unterstützt werden, betrachten manche IT-Verantwortliche als noch wichtiger oder zumindest gleich wichtig wie die eigentliche Leistungsfähigkeit der Software (siehe Roundtable ab Seite 30).

Neben dem Wunsch nach schnellem und ausreichendem Support scheinen Anwender zunehmend auf fertige Lösungen zu reflektieren, die unter Linux laufen und/oder andere Open-Source-Elemente nutzen. Zumindest legen das die Ankündigungen der Hersteller zur diesjährigen Linuxworld nahe (siehe Seite 12). So begnügt sich die IBM nicht mehr damit, die Weiterentwicklung von Linux und quelloffener Middleware zu unterstützen, sondern sie bietet jetzt zusammen mit Partnern spezifische Lösungen unter Linux für 17 Branchen an. Der Automobilindustrie offeriert



Christoph Witte  
Chefredakteur CW

Big Blue beispielsweise das Automotive Common Environment (ACE) als Infrastrukturpaket inklusive Applikations-Management im On-Demand-Verfahren. Wenn diese Art der Vermarktung verfängt – Linux als Basis, darauf eine kommerzielle oder halbkommerzielle Lösung, die im On-Demand oder Hosting-Verfahren angeboten wird –, dann gibt es für etliche Open-Source-Anbieter, die vor allem mit Dienstleistungen rund um ihre Produkte Geld verdienen wollen, vielleicht doch noch ein funktionierendes Geschäftsmodell.

Ein Partner wie die IBM (oder ein anderer großer Anbieter) könnte den Anwendern, die heute noch vor dem Einsatz quelloffener Software zurückschrecken, die Angst vor fehlendem Support und einer chaotischen technischen Entwicklung nehmen. Außerdem würde ein solcher Lösungsansatz weniger Know-how-Aufwand für die Anwender bedeuten. Wenn sie heute einen bestimmten Software-Stack verlassen möchten, müssen sie sich das Wissen um einen anderen kommerziellen oder Open-Source-Stack erst aufbauen. Beim Paketansatz bräuchten sie das nicht mehr.

Diese Kolumne finden Sie auch im Blog der CW unter <http://blog.computerwoche.de>. Dort können Sie Ihre Meinung abgeben und sofort veröffentlichen. Wir freuen uns auf Ihre Kommentare.

## Großer Bruder hört bei VoIP mit

US-Behörden finanzieren Entwicklung eines Überwachungs-Tools.

Amerikanische Sicherheitsbehörden wollen verstärkt das Telefonieren via Internet (Voice over IP = VoIP) überwachen. Schließlich entwickle sich die neue Technik, so warnt zumindest die Bundespolizei FBI seit über zwei Jahren immer wieder, „zum Himmel auf Erden für Terroristen, Spione und Kriminelle“.

Diesem Treiben soll nun endgültig ein Riegel vorgeschoben werden. So verpflichtete die US-amerikanische Regulierungsbehörde FCC die großen VoIP-Provider, innerhalb von 18 Monaten die 15 Jahre alten Abhörvorschriften des Communications Assistance for Law Enforcement (Calea) umzusetzen. Diese Vorgaben betreffen zwar nur Te-

lefonate vom Internet ins Festnetz und umgekehrt, doch auch mit der Privatsphäre bei reinen VoIP-Gesprächen soll Schluss sein.

Die National Science Foundation (NSF) fördert die Entwicklung eines Programms, um beispielsweise das anonyme Telefonieren via Skype mit Hilfe von Proxy-Servern wie Findnot.com, Proxify.us oder Anonymizer.com zu unterbinden.

### Wasserzeichen für VoIP

Xinyuan Wang, der an einem entsprechenden Tool arbeitet, erhielt von der NSF für seine Anstrengungen im Kampf gegen Kriminalität und Terrorismus über 300 000 Dollar. Wangs Ansatz ist relativ einfach: Er versieht

die Skype-Pakete mit einer Art unsichtbarem digitalem Wasserzeichen, das Auskunft über den Absender gibt. Damit seien zwei Skype-Gesprächspartner selbst dann identifizierbar, wenn sie einen Anonymizer-Proxy verwenden.

Wangs Tool, dessen Funktionstüchtigkeit bereits bewiesen wurde, hat jedoch einen Nachteil: Damit es funktioniert, müssen die Hersteller von VoIP-Software ihre Programme ändern, um an die VoIP-Pakete das digitale Wasserzeichen anhängen zu können. Politische Beobachter gehen aber davon aus, dass es nur eine Frage der Zeit ist, bis die Hersteller in den USA per Gesetz dazu gezwungen werden. (hi)

## FRAGE DER WOCHE

### Wann will Ihre Firma auf Windows Vista umsteigen?

Die meisten Besucher von [Computerwoche.de](http://Computerwoche.de) machen sich um die Einführung von Windows Vista, vormals Longhorn, noch keine Gedanken.

Vermutlich 2006

16,6

Keine Angaben

6,4

Nicht vor 2008

8,0

Das ist noch kein Thema für uns

Quelle: Computerwoche.de

Angaben in Prozent, Basis: 326 Befragte

69,0



# Dell bleibt auch im zweiten Quartal auf der Überholspur

Gegenüber dem Vorjahr wuchs der Umsatz auf 13,43 Milliarden und der Pro-forma-Gewinn auf 935 Millionen Dollar.

Das Ergebnis des zweiten Quartals (Ende: 29. Juli 2005) wurde allerdings durch eine amerikanische Steuer für die Repatriierung von im Ausland erwirtschafteten Gewinnen um drei Cent geschmälert. Ohne diese Belastung wäre der Gewinn nach den US-Bilanzregeln GAAP bei 1,02 Milliarden Dollar beziehungsweise 41 Cent je Aktie gelandet – das wäre einer Steigerung von 28 Prozent gleichgekommen. Um die Steuer vermindert, lag der Pro-forma-Gewinn bei 31 Cent je Anteilsschein. Der Pro-forma-Nettogewinn des Vorjahresquartals hatte 799 Millionen Dollar betragen.

Gegenüber dem ersten Quartal 2005/06 (Ende: 29. April 2005) stieg der Umsatz nur geringfügig. Von Februar bis April erwirtschaftete Dell knapp 13,4 Milliarden Dollar. Auch der Gewinn bewegte sich im Vergleich zum ersten Vierteljahr lediglich um eine Million Dollar nach oben.

Von Thomson First Call regelmäßig befragte Analysten hatten mit einem Umsatz im zweiten Quartal von 13,7 Milliarden Dollar gerechnet. Auch wegen des eher verhaltenen Ausblicks auf das dritte Vierteljahr gab die Dell-Aktie nachbörslich um 7,7 Prozent nach.

## Verhaltene Prognose

Im ersten Halbjahr 2005/06 legte Dell beim Umsatz um 15 Prozent zu. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum mit 23,27 Milliarden Dollar erwirtschaftete das Unternehmen nunmehr 26,8 Milliarden Dollar. Der Nettogewinn stieg ebenfalls von 1,53 auf 1,95 Milliarden Dollar. Dies ist ein Zuwachs von 28 Prozent.

Chief Executive Officer (CEO) Kevin Rollins geht davon aus, dass Dell im dritten Quartal einen Umsatz von 14,1 bis 14,5 Milliarden Dollar erwirtschaften wird bei Gewinnen von 39 bis 41 Cent je Aktienanteil.

Dell wird die in den vergangenen Quartalen ständig verbesserte Cashflow-Situation auch weiterhin zum Erwerb eigener Aktien nutzen. Im gerade abgelaufenen Vierteljahr hat das Unternehmen aus Round Rock, Texas, 1,8 Milliarden Dollar investiert, um 47 Millionen Dell-Aktien zurückzukaufen. Im dritten Quartal will der weltweite PC-Marktführer dafür mindestens 1,2 Milliarden Dollar aufwenden.

Dells Umsatz wuchs außerhalb der USA um 24 Prozent. Die asiatisch-pazifische Region legte um 24 Prozent zu, Europa, der Mittlere Osten und Afrika (Emea) wuchsen um 21 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Die größten Wachstumssegmente im Produktportfolio sind die Laserdrucker mit einer Zunahme um 168 Prozent in der Quartalsschau. Alle Drucker zusammen gewertet, verzeichnete Dell eine Steigerung von 77 Prozent. Allerdings gilt es zu beachten, dass die Drucker-Division der Texaner von einem niedrigen Niveau etwa im Vergleich zu PCs ausgeht. Dell hat aber seit seinem Eintritt in den Druckermarkt vor 15 Monaten nach den Worten des obersten Managers für das Geschäft in Deutschland und Österreich, Alain Bandle, weltweit bereits zehn Millionen Printer verkauft, 1,5 Millionen davon in Europa.

DELL		
	Q2 2005/06	Q2 2004/05
<b>Umsatz</b>	<b>13,43 Mrd.\$</b>	<b>11,70 Mrd.\$</b> ↗
<b>Nettoprofit</b>	<b>1,02 Mrd.\$</b>	<b>799 Mio.\$</b> ↗



Alain Bandle, General-Manager von Deutschland und Österreich, hat ehrgeizige Pläne.

Die Stückzahlen ausgelieferter Mobilrechner erlebten mit 47 Prozent Zuwachs ebenfalls eine rasante Steigerung. Diese Produktgattung erwirtschaftete allein 3,4 Milliarden Dollar vom Gesamtumsatz des Unternehmens.

Auch mit Massenspeicherprodukten – Dell vertreibt unter anderem Storage von EMC – gelang ein spürbarer Aufschwung. Im zweiten Quartal wuchs dieser Umsatz um 26 Prozent.

Schließlich entwickelt sich auch das Geschäft mit Services für Dell positiv. 1,2 Milliarden Dollar Umsatz entsprechen einem Zuwachs von 41 Prozent gegenüber dem zweiten Quartal des vorangegangenen Geschäftsjahres. Neben klassischen, hardwarenahen Arbeiten offeriert Dell zudem Beratungsdienstleistungen in Bezug etwa auf Migrationsprojekte, also beispielsweise den Umstieg von Lotus Notes auf eine Microsoft-Umgebung. Das Unternehmen bietet zudem Konsolidierungen von Server- und Storage-Landschaften an.

## 25 Prozent Wachstum sind Pflicht

Das europäische Management habe sich, so Bandle, zum Ziel gesetzt, auf dem alten Kontinent um 25 Prozent zu wachsen, „weil wir in den kommenden drei Jahren unseren Umsatz verdoppeln wollen“. Diese Zielvorgabe gelte auch für Deutschland: „Es gibt überhaupt keinen Grund, daran zu zweifeln, dass wir dieses Ziel erreichen werden.“

Bandle ist davon überzeugt, dass Dell mittelfristig auch hierzulande die Marktführerschaft übernehmen wird. Nachdem das Unternehmen bereits 1989 den hiesigen Markt enternte, haben sich die Träume von der Topposition bislang zwar nicht erfüllt. Die Entwicklung, so Bandle, habe aber gezeigt, dass Dell auch in Deutschland wesentlich schneller als der Gesamtmarkt wachse – in jüngster Zeit viermal so schnell.

Bandle glaubt deshalb auch, dass Dell Deutschland von heute 1,5 Milliarden Dollar innerhalb von drei Jahren auf drei Milliarden Dollar zulegen wird. (jm)

# Lenovo überrascht mit Gewinnanstieg

Der chinesische Hersteller hat die Übernahme von IBMs defizitärem PC-Geschäft gut verdaut.

Lenovo, durch die Einverleibung der IBM-PCs nach Stückzahlen drittgrößter Computerhersteller der Welt hinter Dell und Hewlett-Packard (HP), meldete für das Ende Juni 2005 abgelaufene erste Geschäftsquartal einen Nettogewinn von 37,1 Millionen Euro. Gegenüber dem Profit des Vorjahreszeitraums (35,1 Millionen Euro) bedeutet dies ein Plus von 5,7 Prozent. Der Umsatz kletterte im Jahresvergleich von 610 Millionen auf 2,04 Milliarden Euro um mehr als das Dreifache. Lenovo hatte IBMs PC-Gruppe für 1,75 Milliarden Dollar gekauft.

„Die Ergebnisse bestätigen unsere Erwartungen bei der Übernahme von IBMs PC-Sparte und bestärken uns in der Auffassung, dass wir über ein Geschäftsmodell für anhaltende Profitabilität verfügen“, erklärte Lenovo-Chairman Yang Yuanqing. Konzernchef Steven Ward fügte hinzu, dass sich der im April erworbene Geschäftsbereich besser entwickle als bei IBM. Lenovo generiere die bei der Übernahme anvisierten Synergieeffekte früher als erwartet.

LENOVO		
	Q1 2005	Q1 2004
<b>Gewinn</b>	<b>37,1</b>	<b>35,1</b> ↗
<b>Umsatz</b>	<b>2040</b>	<b>610</b> ↗

Angaben in Millionen €

Wegen der spärlichen Anhaltspunkte waren nur wenige Finanzexperten im Vorfeld bereit, eine Schätzung zu den Quartalsergebnissen abzugeben. Die meisten prognostizierten, dass IBMs PC-Sparte, die bereits seit drei Jahren defizitär war, Lenovo in die roten Zahlen drängen werde. Stattdessen gelang es dem Computerbauer, selbst die optimistische Einschätzung von CSFB-Analystin Jeannie Cheung zu übertreffen, die mit einem Nettoprofit von etwa 36,9 Millionen Euro gerechnet hatte.

## Erhebliche Konkurrenz in China

In seinem Heimatmarkt China bekommt Lenovo erhebliche Konkurrenz von einem Altbekannten: dem Direktlieferanten Dell. Nach Angaben von Alain Bandle, dem General Manager für Deutschland und Österreich, gegenüber der COMPUTERWOCHE hat Dell im Reich der Mitte bereits einen Marktanteil von zehn Prozent. Den wolle Dell-Chef Kevin Rollins innerhalb eines Jahres verdoppeln. „Wir sind“, sagte Bandle weiter, „in China profitabler als Lenovo. Das Dell-Modell, kombiniert mit chinesischen Arbeitskräften, funktioniert offenbar noch besser als ein rein chinesisches.“

Bandle sagte weiter, Dell werde neben der bereits vorhandenen noch eine zweite Fertigungsstätte in China aufbauen. (tc/jm)

# Cisco Systems macht 5,7 Milliarden Dollar Profit

Der Netzausstatter hat im Geschäftsjahr 2004/05 und im Schlussquartal einen Rekordüberschuss verbucht.

Ciscos Konzernchef John Chambers nutzte die Vorstellung des Jahresergebnisses, um auf ein viel diskutiertes Gerücht einzugehen. Einem Bericht der britischen Zeitung „The Times“ zufolge plant der Netzerkanbieter, sich das finnische Vorzeigeunternehmen Nokia einzuverleiben.

Solchen Spekulationen erteilte Chambers eine klare Absage. Es sei äußerst unwahrscheinlich, dass Cisco jemals eine Großakquisition vornehmen werde. Cisco konzentriere sich auf die Übernahme von kleineren Firmen in Bereichen, in denen das Unternehmen bereits präsent sei.

CISCO		
Jahr	2004/05	2003/04
<b>Profit</b>	<b>5,7</b>	<b>4,4</b> ↗
<b>Umsatz</b>	<b>24,8</b>	<b>22,0</b> ↗

Angaben in Milliarden Dollar

Cisco erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Profit von 5,7 Milliarden Dollar (4,6 Milliarden Euro) nach 4,4 Milliarden Dollar im Vorjahr. Der Gewinn pro Aktie erhöhte sich auf 87 (Vorjahr: 62) Cent. Der Umsatz legte um 12,5 Prozent auf 24,8 Milliarden Dollar zu. Der Quartalsgewinn stieg auf 1,5 (1,4) Milliarden Dollar oder 24 (20) Cent je Aktie, der Quartalsumsatz um 11,1 Prozent auf 6,6 Milliarden Dollar.

Internet-Telefon-Tools sowie Verbraucherprodukte waren große Wachstumsträger. Das Geschäft mit Telefonschaltanlagen legte ebenfalls zu. Der Cisco-Umsatz soll im laufenden Quartal um zehn Prozent expandieren.

Die Börse lohnte Cisco den guten Jahresabschluss nicht: Der Wert der Aktie gab nachbörslich um 3,5 Prozent auf 18,92 Dollar nach. (tc/jm)



# Instant Messaging – ein SOX-Risiko?

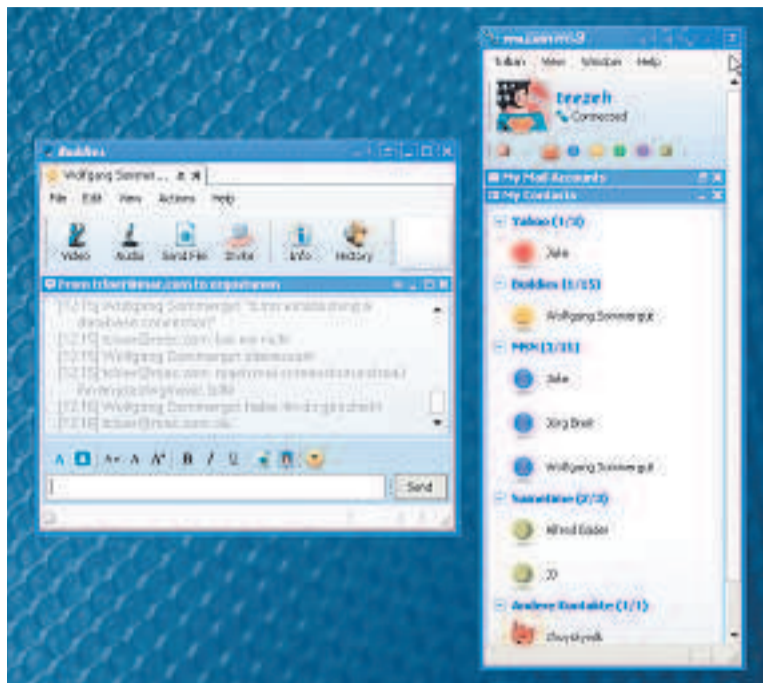
In den USA nehmen einige Firmen die tastaturbasierende Echtzeitkommunikation aus dem Netz.

Mit dem Verweis auf den Sarbanes-Oxley Act (SOX) schalten etliche Unternehmen ihre Instant-Messaging-Systeme ab. Die Sicherheits- und Archivierungsfunktionen der IM-Technik seien nicht stark genug, so die Befürchtungen, als dass sie den Anforderungen der SOX-Sektion 302 Genüge täten. Diesem Passus des US-Gesetzes zufolge müssen Unternehmenslenker und Finanzchefs belegen können, dass sie interne Kontrollsysteme eingerichtet haben und deren Effektivität regelmäßig überprüfen. Die nur schwer zu überwachende Echtzeitkommunikation via IM würde diese Aufgabe erschweren.

## Verdacht auf Viren

Softwareunternehmen wie FaceTime Communications Inc. und IM-Logic Inc. bieten Tools an, mit denen sich der Messaging-Verkehr dauerhaft speichern lässt und die darüber hinaus ein Schutzschild gegen Malware aufbauen. Doch offenbar traut nicht jeder Anwender dem Frieden. Einige ziehen lieber den Stecker aus ihren IM-Systemen.

Dazu gehört Jefferson Wells International Inc., ein in Brookfield, Wisconsin, ansässiger Professional-Services-Anbieter. Wie dessen Manager für den unter-



Die Online-Kommunikation via Instant Messaging bereitet vielen Unternehmens- und Finanzchefs Unbehagen.

nehmensweiten IT-Betrieb, Scott Robertson, erläutert, könnten die über das MSN-Messenger-System eingehenden Nachrichten unentdeckte Softwareviren enthalten. „Wir hatten nie das komfortable Gefühl, dass wir die Instant Messages nach Strich und Faden auf Viren untersucht hätten“, erläutert er.

Erschwerend hinzu komme das Risiko, so Robertson weiter,

dass Jefferson-Wells-Mitarbeiter durch die IM-Kommunikation das Netz eines Kunden mit einem Virus oder Wurm infizieren könnten, denn viele würden direkt bei der Klientel arbeiten. Last, but not least war das Unternehmen gehalten, sich der Entscheidung seiner Konzernmutter Manpower Inc. zu beugen, die sich im Zusammenhang mit SOX klar gegen den IM-Einsatz

ausgesprochen hatte. Die zu erwartenden Proteste der Mitarbeiter blieben angeblich aus.

Auch das New Yorker Steuerprüfungs- und Beratungsunternehmen Deloitte & Touche LLP berichtet von zwei – selbstverständlich anonymen – Kunden, die ihre IM-Systeme abgeschaltet hätten, weil sie Konflikte mit den SOX-Bestimmungen fürchteten. Bei dem einen handle es sich um einen Serviceanbieter aus dem Süden der USA, bei dem anderen um einen großen in New York beheimateten Versicherer.

Andere Unternehmen gehen nicht so weit, leiten aber Schritte ein, um die Sicherheits- und Archivfunktionen ihrer IM-Systeme zu verbessern. Eines von ihnen ist Chevron Corp. Der Ölkonzern erwägt ernsthaft, die externen IM-Verbindungen zumindest einer seiner Unternehmenseinheiten zu kappen, sagt Jay White, seines Zeichens Global Information Protection Architect in der Chevron-Zentrale in San Ramon, Kalifornien. „Wir betreiben unser IM-System intern“, erläutert er, „aber in den externen Verbindungen hat sich die Sicherheitsfrage bereits gestellt.“ Welcher Unternehmensanteil betroffen war, verrät White nicht.

Es gibt allerdings auch Stimmen, die vor einer Überreaktion

warnen. Und andere vertreten die Ansicht, SOX sei nur ein vorgeschobener Grund, um das IM-System loszuwerden. „Sarbanes-Oxley ist ein wunderbares Vehikel, um bestimmte Dinge aus den Händen der Mitarbeiter zu nehmen“, spottet Greg Hedges, Manager für technologische Risiken bei Protiviti Inc., einem Audit- und Consulting-Unternehmen aus Menlo Park, Kalifornien. Mit derselben Begründung werde aus einigen Unternehmen sogar die drahtlose Kommunikation verbannt. (qua)

## Mehr zum Thema

[www.computerwoche.de/go/](http://www.computerwoche.de/go/)

- \*77845: Wurmattaken auf Instant Messaging nehmen zu;
- \*73499: Rasanter Anstieg von Instant-Messaging-Bedrohungen;
- \*71389: Sicherheitslücke: Microsoft empfiehlt Upgrade für MSN Messenger;
- \*67855: Sarbanes-Oxley und die Folgen;
- \*66274: Sarbanes-Oxley-Deadline: Die Zeit wird knapp;
- \*67714: Aufbewahrungspflichten heute und morgen. P

# Online-Konzepte sind wieder in

Die Erfolge von Google, Ebay und Yahoo beflügeln mehr oder weniger innovative Nachahmer, berichtet die Venture-Capital-Gesellschaft Wellington Partners.

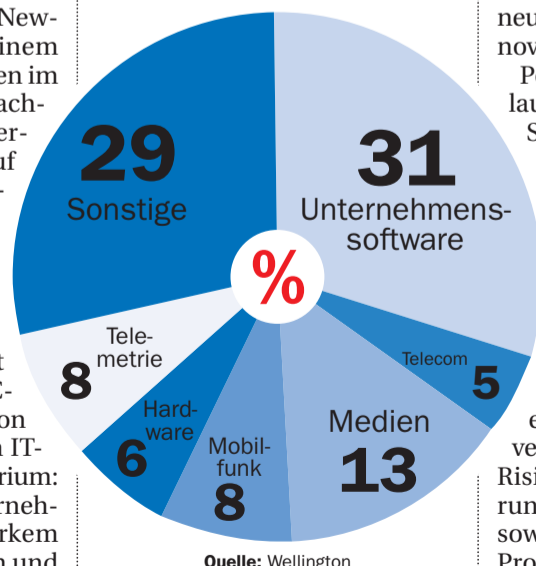
Egal ob Online-Portale für Handwerker, Finanzierungsplattformen oder Internet-Shops – an manchen Tagen fühlt sich Wellington-Investment-Manager Florian Erber bei Durchsicht der eingehenden Business-Pläne in die Dotcom-Ära zurückversetzt: „Darunter sind simple Kopien US-amerikanischer Geschäftsmodelle, aber auch Online-Konzepte für eine Branche oder eine Region.“ Zugleich beobachtet er, dass vermehrt Gründer wieder auf Kapitalsuche sind, noch bevor sie überhaupt ein Unternehmen gegründet haben. „Da machen sich wieder Goldgräber auf den Weg, die nur über eine Schaufel verfügen.“

Diese Entwicklung schlägt sich auch in dem „Wellington Deal-Monitor“ nieder, einer Auswertung der im zweiten Quartal 2005 bei Wellington eingegangenen rund 250 IT-bezogenen Business-Pläne. Der Well-Go-Index – ein Indikator, der auf Basis ge-

planter Umsätze, Gewinne und Mitarbeiterzahlen Aufschluss über die Ambitionen von Newcomern gibt – fiel nach einem Höchststand von 69 Punkten im ersten Quartal aufgrund nachlassender Profitabilitätserwartungen nun wieder auf 64 Punkte. So streben insbesondere die Internet-nahen Geschäftsmodelle zwar ein hohes Wachstum in den Anfangsjahren an, rechnen jedoch erst in der kommenden Dekade mit einem Breakeven. Für VC-Gesellschaften wie Wellington ist eine solche Planung im IT-Umfeld ein Ausschlusskriterium: Potenzielle Portfolio-Unternehmen müssen neben starkem Wachstum auch den Willen und die Fähigkeit vorweisen, dauerhafte Gewinne zu erwirtschaften.

Die Hinwendung zu Internet-affinen Geschäftsmodellen sieht Wellington-Partner Frank Böhnke nicht nur aus diesem Grund zwiespältig: „Natürlich eröffnet

## Wo Gründer gründen



Das Thema Unternehmenssoftware steht bei kapitalsuchenden Gründern weiterhin hoch im Kurs.

das Web noch gewaltige Potenziale. Aber häufig werden hier bestehende Produkte und

Dienstleistungen weiterentwickelt. Startups sollten sich auf neue Technologien und echte Innovationen konzentrieren.“

Positivbeispiele dafür gibt es laut Böhnke unter anderem im Softwareumfeld, wo der wachsende Anteil Linux-basierender Konzepte ins Auge sticht. Wie das Beispiel Collax beweist (siehe Smart/Start), finanzieren Venture Capitalists in diesem Umfeld sogar Neugründungen, falls diese über eine gute Technik und ein erfahrenes Management verfügen. In der Regel erwarten Risikokapitalgeber erste Erfahrungen mit der Selbständigkeit sowie den Nachweis, dass das Produkt am Markt akzeptiert wird. Diesen „Proof of Concept“ konnten im zweiten Quartal 2005 insbesondere angehende Dotcoms häufig nicht erbringen; bei knapp 40 Prozent aller Business-Pläne stand die Markteinführung noch bevor. (mb)

## Google News mit RSS/Atom

Google hat für seinen automatischen Nachrichtensammeldienst „Google News“ zunächst im englischsprachigen Angebot RSS- (Really Simple Syndication) und Atom-Feeds eingeführt. Nutzer haben somit die Möglichkeit, die aktuellsten Schlagzeilen auch außerhalb ihres Browsers mit einem News-Aggregator zu abonnieren und zu lesen. Man kann wahlweise die kompletten Nachrichten, ausgewählte Sektionen („Top News“, „World“, „US“, „Business“, „Sci/Tech“, „Health“, „Sports“, „Entertainment“) oder ein selbst genanntes Thema bestellen.

Ob und wann die Möglichkeit der Syndizierung auch für lokalisierte Varianten von Google News – davon gibt es derzeit 22 in neun verschiedenen Sprachen – eingeführt wird, ist noch nicht bekannt.

Atom ist ein neuer Syndizierungsstandard, der die Nachfolge von RSS antreten soll und seit kurzem in Version 1.0 vorliegt. Details inklusive der Spezifikation finden Interessierte unter [Atomenable.org](http://Atomenable.org). (tc)

# CRM on Demand steht vor Reifeprüfung

Die Erfolge von Salesforce.com und Rightnow haben die Wettbewerber auf den Plan gerufen. Hosting-Angebote von Siebel, SAP und Microsoft könnten den On-Demand-Markt kräftig durcheinander wirbeln.

VON CW-REDAKTEUR MARTIN BAYER

Quartalsumsätze schnellen im Jahresvergleich um 40 bis 100 Prozent in die Höhe, Gewinne explodieren im dreistelligen Prozentbereich. Dieses Szenario erinnert an beste Dotcom-Zeiten. Doch auch heute können manche Anbieter über boomende Geschäfte jubeln. Während so mancher Softwarehersteller Quartal für Quartal mit Bangen dem nächsten Finanzbericht entgegenblickt, freuen sich die Anbieter von On-Demand-Lösungen im Customer-Relationship-Management-Bereich (CRM) auf die vierteljährliche Demonstration ihres Wachstums.

Rightnow Technologies meldete beispielsweise Ende Juli das 30. Wachstumsquartal in Folge. Die Umsätze der Monate April bis Juni 2005 verbesserten sich im Jahresvergleich um 43 Prozent auf 21,1 Millionen Dollar.

## Hier lesen Sie ...

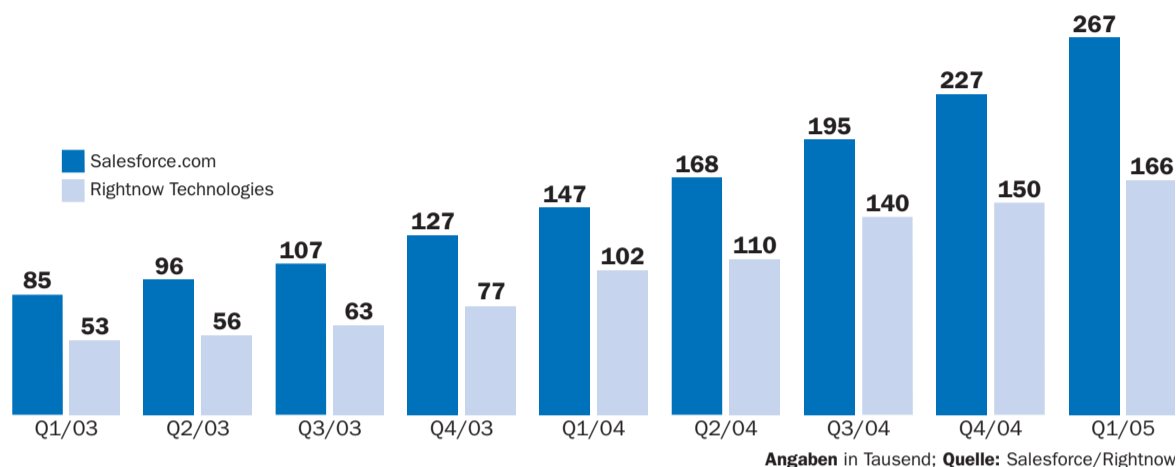
- ◆ was die CRM-on-Demand-Angebote attraktiv macht und an wen sie sich richten;
- ◆ welche Grenzen Hosting-Offerten gerade in komplexen Systemen offenbaren;
- ◆ wie sich der CRM-on-Demand-Markt in den kommenden Monaten verändern wird.

Der Gewinn schoss im Vergleich zum zweiten Quartal 2004 von 634 000 Dollar auf 1,6 Millionen Dollar in die Höhe. Im Mai hatte Salesforce.com, der Pionier in Sachen CRM on Demand, mit Einnahmen von 64,2 Millionen Dollar ein Umsatzplus von 84 Prozent für sein erstes Quartal des Finanzjahres 2006 berichtet. Der Profit verzehnfachte sich auf fast 4,4 Millionen Dollar.

## „Als ob es nichts anderes gäbe“

„Natürlich tut sich in diesem Bereich einiges, gerade hinsichtlich der Kundenzahlen“, beschreibt Frank Naujoks, Analyst der Hewson Group, diese Entwicklung. Andererseits reichten die Zahlen in Deutschland noch längst nicht an Größenordnungen beispielsweise einer SAP heran, dämpft der Marktforscher die aufkeimende Euphorie: „Die On-Demand-Anbieter stellen es manchmal so dar, als ob es nichts anderes mehr gäbe.“ Setzt man die Zahlen jedoch in Relation zum Gesamtmarkt oder zu dem einen oder anderen klassi-

## Zahl der Abonnenten steigt



In den beiden vergangenen Jahren haben die CRM-on-Demand-Anbieter ihre Nutzerzahlen mehr als verdreifacht.

schen Anbieter von Business-Applikationen, dann relativiert sich das Ganze schnell wieder. Naujoks taxiert den Anteil der On-Demand-Lösungen am deutschen CRM-Geschäft auf etwa fünf bis acht Prozent.

„Die Geschäftsprobleme der Kunden sind immens und daher das Potenzial für CRM on Demand entsprechend groß“, will sich dagegen Peter Steidl, Geschäftsführer der deutschen Salesforce.com-Niederlassung, die gute Stimmung nicht verderben lassen.

## Inhouse – komplex und teuer

Anwender klagten vor allem über mangelnde Nutzerakzeptanz der meist zu komplexen herkömmlichen CRM-Lösungen. Außerdem würden den Kunden die Betriebskosten ihrer Inhouse-CRM-Lösung oft über den Kopf wachsen, berichtet Steidl aus seinen Gesprächen mit On-Demand-Interessenten. Der Aufwand lasse sich mit Hilfe eines On-Demand-Modells rund um die Hälfte reduzieren, verspricht der Salesforce.com-Manager.

Die Kunden hätten erkannt, dass sich On-Demand-Lösungen schnell umsetzen ließen und zügig Ergebnisse vorwiesen, ergänzt Thomas Koenen, Sales Director Central Europe von Rightnow. Die durchschnittliche Laufzeit von der Entscheidung eines Kunden für eine gehostete CRM-Lösung von Rightnow bis zur Produktivsetzung betrage 45 Tage.

Marktforscher warnen die Kunden indes, den Versprechungen der On-Demand-Anbieter leichtfertig Glauben zu schenken. So haben die Analysten von Forrester Research anhand einer Modellrechnung ermittelt, dass eine On-Demand-Lösung mit 336 000 Dollar zwar günstigere Startkosten gegenüber einer Inhouse-Implementierung mit et-

wa 440 000 Dollar biete. Im Laufe der Jahre verringere sich der Kostenvorteil jedoch zusehends, rechnet Forrester-Analystin Liz Herbert vor. Ab etwa dem dritten Jahr müssten Anwender für ein On-Demand-System mehr Geld in die Hand nehmen. Nach fünf Jahren lägen die aufgelaufenen Kosten der gehosteten CRM-Software laut Forrester-Rechnung bei insgesamt 1,6 Millionen Dollar, die herkömmliche lizenzierte CRM-Software schlage dagegen mit 1,4 Millionen Dollar zu Buche. Langfristig tendiere ein „Software-as-a-Service“-Modell (SaaS) also dazu, teurer zu sein“, lautet das Fazit.

Neben den Kosten müssten On-Demand-Interessenten weitere Limitierungen des Modells im Auge behalten, mahnt die Analystin. So versprechen die Anbieter einen deutlich geringeren Aufwand, was IT-Infrastruktur und Administration des CRM-Systems betreffe. Dies mag zwar beim Ausrollen einer gehosteten CRM-Lösung zutreffen. Wenn es jedoch darum gehe, die Software an die individuellen Bedürfnisse des Kunden anzupassen sowie in die bereits bestehende Applikati-

onslandschaft zu integrieren, müssten die Kunden wieder auf die dafür notwendigen Ressourcen innerhalb der eigenen IT-Abteilung bauen. Ferner sollten die Anwender darauf achten, welche Möglichkeiten zur Integration und Anpassung ihr CRM-on-Demand-Anbieter offeriert. Meist gebe es im Vergleich zu einer inhouse implementierten CRM-Software weniger Optionen.

## Langfristig tendiert ein Software-as-a-Service-Modell (SaaS) dazu, teuer zu sein.

„Man muss sich von dem Vorurteil lösen, dass eine Anwendung, die im Web steht, nicht verändert werden kann“, weist Salesforce-Manager Steidl diese Bedenken zurück. Diese Zeiten seien vorbei: „Die Kunden denken heute in Prozessen.“ Da gebe es nichts, was sich nicht mit einer On-Demand-Lösung abdecken lasse.

Auch von Einschränkungen in Sachen Integration will Steidl nichts wissen. Gerade in Deutsch-

land sei beispielsweise die Anbindung der CRM-Software an SAP-Systeme fast schon eine Standardfrage der Kunden. Außerdem bräuchten Kunden, die von einer Inhouse- auf eine gehostete Software umstiegen, bestimmte Integrationsanforderungen mit, da die abzulösenden Produkte meist fest in die bestehende Softwarearchitektur eingeklinkt seien. Diese Verknüpfungen müsse auch die On-Demand-Lösung bieten.

## Taugt On Demand nur für Kleine?

Trotz dieser von Salesforce.com angepriesenen Möglichkeiten, auch komplexe Anforderungen beim Kunden abzubilden, gehen die Marktforscher von Gartner davon aus, dass in erster Linie kleine und mittlere Unternehmen mit geringen Ansprüchen an ihre CRM-Lösung von den On-Demand-Angeboten Gebrauch machen. Mehr als 80 Prozent der Salesforce.com-Kunden hätten weniger als 20 Nutzer. Diese Anwender seien mit den Standardoptionen in aller Regel gut bedient, heißt es in einem Bericht vom Mai dieses Jahres. Liebäugelten jedoch größere Unternehmen mit komplexen Abläufen in ihren Vertriebs- und Marketing-Abteilungen mit dem Salesforce.com-Angebot, sollten sie sich der Grenzen der Lösung bewusst sein.

Am eigenen Leib erfahren haben dies die CRM-Verantwortlichen von Cisco Systems. Laut einem Bericht des Finanzdienstleisters JMP Securities vom vergangenen Juni hat der Netzspezialist in der zweiten Jahreshälfte 2004 einen Vertrag über 10 000 Nutzer mit Salesforce.com geschlossen, die bis spätestens Mitte dieses Jahres hätten produktiv gehen sollen. Nachdem die Frist bereits bis Mitte 2006 verlängert worden war, rechnen die Finanzanalysten nun damit, dass Cisco die Zusammenarbeit mit Salesforce.com noch einmal auf den Prüfstand stellen wird. Aktuell arbeiteten gerade einmal 1000 Nutzer mit dem CRM-System.

## Alte CRM-Ketten gelöst

Diese leidvollen Erfahrungen kann die Software AG nicht bestätigen. Das deutsche Softwarehaus setzt seit dem vergangenen Jahr auf eine Salesforce.com-Lösung. Die Ablösung des proprietären Vorgängersystems sowie die Implementierung der On-Demand-Software hätten keine Probleme bereitet, verlautete aus der IT-Abteilung der Darmstädter. **Fortsetzung auf Seite 8**

## Preise geraten unter Druck

Die Preisunterschiede zwischen den verschiedenen CRM-on-Demand-Anbietern sind gering. **Salesforce.com** verlangt je nach Zahl der Nutzer und Laufzeit des Hosting-Vertrags zwischen 70 und 130 Dollar pro Nutzer und Monat. Bei **Siebel** müssen die Kunden 70 Dollar für die Standardlösung und 100 Dollar je Nutzer und Monat für die Industrielösungen auf den Tisch legen. On-Demand-Neuling **Sage** liegt mit einem Preis von 69 Dollar pro Anwender im Monat nur knapp darunter. Mit dem Markteintritt von **SAP** und **Microsoft** könnten diese Preise allerdings unter Druck geraten. Beide Softwareanbieter sind mit ihren On-Demand-Offerten jedoch noch nicht weit genug, um Preislisten veröffentlichten zu können. Zusätzlicher Druck könnte von Seiten des Open-Source-Lagers entstehen, mutmaßt Frank Naujoks, Analyst der Hewson Group. Deutsche Anbieter wie **V-Tiger** oder **Wice** bieten einfache Standard-CRM-Funktionen bereits für unter zehn Euro pro User und Monat an. Dafür müssten die Kunden jedoch Abstriche beim Service in Kauf nehmen.