

COMPUTERWOCHE

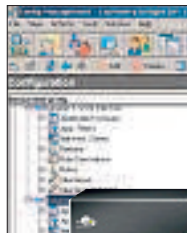
NACHRICHTEN ♦ ANALYSEN ♦ TRENDS



ONLINE-WERBUNG

Microsoft gibt nicht auf

Mit Milliardeninvestitionen in MSN und einer neuen Plattform für Keyword-Advertising will Steve Ballmer endlich zu Google aufschließen. **SEITE 5**



SICHERHEIT

Clients unter Kontrolle

Wenn mobile Geräte ans Firmennetz gehen, ist das Sicherheitsrisiko groß. Neue Produkte schaffen Abhilfe – ohne Infrastrukturanpassungen. **SEITE 22**



OFFICE

Leere USB-Versprechen

Die persönliche Büroumgebung auf einem USB-Stick ist so einfach nicht zu haben, wie ein COMPUTERWOCHE-Test zeigt. **SEITE 24**



COMPUTERWOCHE TV

Marcel Schneider, Geschäftsführer Sun Deutschland
Wohin steuert Sun?

◆ **Wohin steuert Sun?**

Sun-Deutschland-Chef Marcel Schneider erklärt, was sich nach dem Rückzug von CEO Scott McNealy ändern soll.

◆ **Preiswerte Produkte mit Wirkung**

Was sich mit USB-Tools alles anstellen lässt, zeigen zwei Tests.

ZAHL DER WOCHE

40% Preisnachlass auf Auslandsgespräche will Mobilfunkanbieter Vodafone seinen Kunden gewähren, nachdem die EU-Kommission kräftig Druck gemacht hatte. Auch Orange, O₂ und T-Mobile haben Tarifkorrekturen angekündigt. Vorausgegangen war eine Drohung aus Brüssel, regulierend einzugreifen, nachdem Handytelefonate ins Ausland aufgrund hoher Roaming-Gebühren Minutenpreisen von bis zu drei Euro zur Folge hatten. Mit dem Einlenken hoffen die Mobilfunkanbieter nun, noch einen Teil ihrer hohen Gewinnmargen zu retten.

SOA – für Banken der Befreiungsschlag

Service-orientierte Architekturen sollen die monolithische Anwendungslandschaft aufbrechen.

Es gibt im Finanzsektor eine Massenbewegung in Richtung SOA,“ beobachtet Jost Hoppermann, Vice President bei Forrester Research. Bereits 77 Prozent der Finanzdienstleister in Europa nutzten Service-orientierte Architekturen oder planten dies; 75 Prozent seien dabei, ihre Anwendungslandschaft zu modernisieren. Auf den CIOs lastet ein immenser Druck: Kaum eine Branche ist so gravierenden Veränderungen ausgesetzt wie die der Finanzdienstleister. Und in kaum einem anderen Sektor sind die Unternehmen derart abhängig von monolithischen Altanwendungen. Immer mehr Finanzkonzerne sehen in Service-orientierten Architekturen einen Ausweg aus dem Dilemma.

So nutzt etwa die Schweizer Großbank Credit Suisse Service-orientierte Ansätze zur Erneuerung ihrer Mainframe-Applikationen. Auch die Fiducia-Gruppe, IT-Dienstleister für rund 850 Volks- und Raiffeisenbanken, setzt auf SOA-Konzepte. Doch es gibt auch kritische Stimmen:

„SOA ist grundsätzlich der richtige Weg“, kommentiert etwa Dirk Berensmann, CIO der Postbank. „Beim Legacy-Problem wird SOA den Banken aber nicht helfen.“ (Ausführlicher Bericht Seite 12) (wh) ◆



Jost Hoppermann von Forrester Research konstatiert eine „Massenbewegung in Richtung SOA“.

SGI stellt Konkursantrag

Silicon Graphics hat Antrag auf Gläubigerschutz nach Paragraph elf des US-Konkursgesetzes gestellt. Eine Gruppe von Firmenanleihen-Besitzern ist gleichzeitig übereingekommen, ihre Schuldverschreibungen gegen Anteile am Unternehmen einzutauschen. Die Aktie von SGI wurde unlängst aus dem Nasdaq-Handel genommen, nachdem sie zu lange unter einem Dollar notiert hatte. Die Firma tauschte dann nach schlechten Zahlen ihren CEO aus; letzten Monat folgte erneut eine Umsatzwarnung. (tc) ◆

Gerüchte um Mercury-Verkauf

Hewlett-Packard soll bislang die höchste Summe bieten.

Einem unbestätigten Bericht des israelischen Nachrichtendienstes „Globes Online“ zufolge soll sich die Mercury Interactive Corp. in den vergangenen Monaten zum Verkauf angeboten haben. Das auf Qualitäts-, Configuration- und Change-Management in der Softwareentwicklung spezialisierte Unternehmen habe Interesse bei zahlreichen Branchengrößen geweckt, darunter SAP, IBM, Oracle und CA. Das höchste Angebot sei bislang aber von Hewlett-Packard gekommen und betrage 3,5 Milliarden Dollar. Sollte diese Zahl stimmen, läge der Preis etwa zehn Prozent über der Marktkapitalisierung des Herstellers. Mercury wolle sich bei

angemessener Zahlung in jedem Fall lieber kaufen lassen, als weiterhin als unabhängige Firma am Markt zu agieren, heißt es bei Globes Online unter Berufung auf Insider-Kreise. Deshalb sei die Akquisition nur noch eine Frage der Zeit.

Mercury wurde von der Nasdaq zu Jahresbeginn aufgrund fehlerhafter und nicht rechtzeitig revidierter Quartalsberichte vom Börsenzettel gestrichen. Seitdem werden die Papiere im Tafelgeschäft gehandelt. Dem Kurs hat diese Entwicklung nicht geschadet: Er stieg in diesem Jahr um rund 20 Prozent und bewegte sich in den vergangenen Tagen um die 37-Dollar-Marke. (ue) ◆

DIESE WOCHE



ITK-Standort in Gefahr?

Während die meisten Studien Deutschland im Wettbewerb abgeschlagen sehen, gibt es auch Untersuchungen, die Hoffnung machen.

Thema der Woche SEITE 8

WLAN-Nutzer müssen warten

Der erste Arbeitsentwurf des Standards 802.11n ist auf einem Treffen des Normierungsgremiums IEEE durchgefallen.

Nachrichten SEITE 6

Investor kauft Systems Union

Golden Gate Capital will sich den weiteren Ausbau seines BI-Konglomerats 321,5 Millionen Euro kosten lassen.

Nachrichten SEITE 13

Open-Source-ERP im Einsatz

Die EADS-Tochter Infoterra verlässt sich auf die Business-Software „ERP5“ von Nexedi.

IT-Strategien SEITE 53

Mit dem Alter wächst der Druck

In der ITK-Branche fällt es schwer, ein Berufsleben lang beschäftigt zu bleiben. Das liegt auch an den schwierigen Bedingungen für betriebliche Weiterbildung.

Job & Karriere SEITE 60





Dell-Warnung schockt die Märkte 6

Obwohl die Nachfrage nach PCs stabil ist, muss Kevin Rollins, CEO des Direktanbieters, seine Prognose revidieren. Der Preiskampf nagt am Profit.

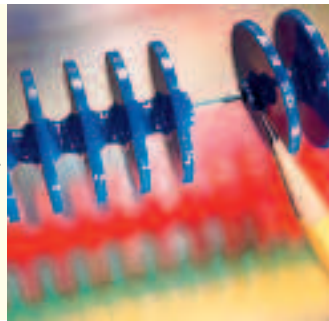
Was Business-Notebooks leisten 16

Mit der Akzeptanz mobiler Arbeitsplätze steigen auch die Ansprüche an die Geräteausrüstung. Die Hersteller reagieren in puncto Sicherheit und Connectivity.



Kaufen oder leasen? 28

Leasing findet in Deutschland immer mehr Zuspruch. Gelegentlich rechnet sich aber auch der traditionelle Kauf neuer ITK-Systeme.



NACHRICHTEN

Intel ordnet Chip-Bauchladen 4

Die neuen 65-Nanometer-Chips für PCs und Notebooks, bekannt unter den Codenamen „Conroe“ und „Merom“, sollen als „Core 2 Duo“ vermarktet werden.

Microsoft Office lernt OpenDocument 5

Plug-in stellt ODF-Dokumente in Office 97 dar. Ob das Microsoft nutzt oder schadet, ist umstritten.

EDS kann sich steigern 14

Großaufträge von Behörden heizen die Umsatzentwicklung an.

PRODUKTE & TECHNOLOGIEN

Cockpit für die Supply Chain 18

Wassermann bringt ein Update seines Realtime-Systems Way RTS für die Prozessindustrie auf den Markt.

Business Objects definiert EIM 19

Der Business-Intelligence-Spezialist erläutert seine Strategie für Enterprise-Information-Management.

Spaghetti-Falle droht auch bei SOA 21

Legacy-Systeme sollten über eine Datenintegrationsschicht in Service-orientierte Architekturen eingebunden werden.

Endpoint-Security ohne Fesseln 22

Sicherheits-Policies auf Endgeräten lassen sich auch ohne die Konzepte der Branchenriesen überwachen.

PRODUKTE & TECHNOLOGIEN

PRAXIS

USB-Stick als mobiles Büro 24

Drei getestete Lösungen zeigen: In der Praxis haben die Produkte noch einige Tücken.

Corporate Identity auch bei E-Mails 26

Wer für seine Firma einheitliche E-Mail-Signaturen und Disclaimer wünscht, muss auf eine zentrale Management-Lösung setzen.

CW-TOPICS: STORAGE SOLUTIONS

Wie Anwender mit modernen Speicherkonzepten der Datenflut Herr werden. Eine Verlegerbeilage ab Seite 33.

IT-STRATEGIEN

Open Source unternehmenskritisch 53

Nicht nur aus Kostengründen hat sich die EADS-Tochter Infoterra GmbH für den Einsatz eines quell-offenen Order-Management-Systems entschieden.

Windows-Cluster als Host-Ersatz 54

Die Stadtwerke München begegnen der steigenden Datenflut mit einer neuen Server-Architektur.

Produktion und Nachfrage im Einklang 55

Der britische Nahrungsmittelhersteller Weetabix hat eine Demand-Planning-Lösung installiert.

IT-SERVICES

Wie man Outsourcing-Risiken begrenzt 56

Nur wer um die Gefahren von Auslagerungs-Deals weiß, kann sie meiden. Auf die meisten Störfälle können Kunden sich vorbereiten.

Open-Source benötigt Services 58

Quelloffene Software gehört schon bald zum Geschäftsalltag. Voraussetzung dafür sind Services, die über einfache Supportdienste hinausgehen.

JOB & KARRIERE

Weiterbildung ist eine Holschuld 60

Es fällt nicht ganz leicht, ein Berufsleben lang beschäftigungsfähig zu bleiben. Vor allem auf ältere IT-Profis zugeschnittene Seminare sind Mangelware.

Freiberufler müssen sich vermarkten 62

Softwareleute neigen oft dazu, ihr Licht unter den Scheffel zu stellen. Das macht sie sympathisch, hilft ihnen aber nicht, sich am Markt durchzusetzen.

SCHWERPUNKT: IT-FINANZIERUNG

Kostenblock Netzinfrastruktur 30

Ein finanzieller Kraftakt droht, wenn Unternehmen ihre Netze für die Konvergenz von Sprache und Daten aufrüsten wollen.

Managed Services einmal anders 32

Das reine Hardwareleasing gilt als überholt: Immer mehr IT-Dienstleister und Kunden schließen Verträge über Managed Services im Leasingmodell ab.

STANDARDS

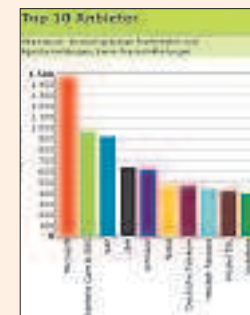
Impressum 55
Stellenmarkt 63

COMPUTERWOCHE.de

HOT TOPICS

- Was gegen Schnüffelsoftware hilft
- Big Brother sitzt im Rechner
- Pilotprojekte: RFID schlägt Barcode

An Microsoft kommt keiner vorbei



Gemeinsam mit dem Nachrichtendienstleister Factiva präsentiert COMPUTERWOCHE.de die Top-IT-Unternehmen. Der meistgenannte Hersteller im April war Microsoft, gefolgt von Siemens. SAP muss sich mit Rang 3 begnügen.

www.computerwoche.de/treffpunkt/cw-rankings/

Aktuelle News auf einen Blick

Mit dem kostenlosen vorkonfigurierten RSS-Reader der COMPUTERWOCHE haben Sie aktuelle Nachrichten immer im Blick – schnell, einfach, bequem.

www.computerwoche.de/nachrichten/rss_newsfeed/

Neue Blade-kompatible InfraStruXure für Datacenter on demand



Der Vormarsch der Blade-Server erfordert völlig neue Konzepte im Datacenter. Dies gilt vor allem für die Bereiche Stromverteilung und Kühlung. APCs Rack-optimierte Stromverteiler bewältigen die höheren Lasten spielend. Rack-basierte Luftverteilungs- und Absaugeneinheiten sowie besondere Luftleitsysteme (Hot-Aisle Containment System) eliminieren das begleitende Hitzeproblem. Ermitteln Sie gemeinsam mit APC Ihre spezifischen Datacenteranforderungen und verbinden Sie Rack-Design, Kühlung und Stromverteilung zu einer exakt auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Lösung.



GEWINNEN Sie eine APC Universal Laptop Battery



Mehr Informationen zu InfraStruXure™ finden Sie unter <http://promo.apc.com>
Geben Sie hier Ihren Besuchercode ein. 54331t
Tel: 0800 10 10067
Fax: 089 51417-100

MENSCHEN

Neuer Deutschlandchef bei Oki



Der Druckerhersteller Oki Systems hat Klaus Elias zum Managing Director seiner hiesigen Tochtergesellschaft ernannt. Der 49-Jährige tritt die Nachfolge von Rainer Sauer an, der zum CEO der Oki Europe Ltd. berufen wurde. Neben seiner Funktion als Deutschland-Geschäftsführer zeichnet Elias, ehemals Chef des TK-Distributors NT Plus, auch als neuer Regional Vice President Central Region für die Geschicke von Oki in Deutschland, Österreich, der Schweiz sowie den Beneluxländern verantwortlich.

Neuer Vertriebschef für SAPs Business One

Der Walldorfer Softwarekonzern SAP hat Terrance Scerri zum Senior Vice President of Global Small Business Sales ernannt. Scerri verantwortet damit den weltweiten Ausbau des indirekten Vertriebskanals für SAPs Mittelstandslösung „Business One“. Zudem fällt die Leitung der regionalen Vertriebsorganisationen für Small Business Solutions in seinen Aufgabenbereich. Bevor er zu SAP kam, verantwortete der gebürtige Australier bei Hewlett-Packard Marketing und Vertrieb für das Mittelstandsgeschäft in der Emea-Region.



Blackstone entert Telekom-Aufsichtsrat



Lawrence Guffey wird spätestens zur Hauptversammlung 2007 einen Posten im Kontrollgremium der Deutschen Telekom erhalten. Wie Aufsichtsratschef Klaus Zumwinkel bekannt gab, soll der Manager der jüngst mit 4,5 Prozent bei der Telekom eingestiegenen Blackstone Group Hans-Jürgen Schnitzler ersetzen, den ehemaligen Vorstandschef der Münchener Rück. Guffey ist seit 1991 bei der Private-Equity-Firma tätig, wo er die Investments im Medien- und Kommunikationsbereich betreut.

Symantec ersetzt Chef für Mitteleuropa

Der mit der Veritas-Übernahme zu Symantec gewechselte Achim Deboeser (Foto) ist mit sofortiger Wirkung von seinem Posten als Vice President Emea Central Region zurückgetreten. Bis ein endgültiger Nachfolger feststeht, übernimmt Dieter Giesbrecht, vormals Chef der Sparte „Enterprise Administration“, die Verantwortung für das Geschäft in Deutschland, Österreich, der Schweiz sowie Osteuropa (ohne Russland). Unterstützt wird Giesbrecht von Robert Jan Vissers, der vorübergehend die Position des Country Managers Deutschland besetzt.



Sun-CTO übernimmt Forschungsabteilung



Der frischgebackene Sun-Chef Jonathan Schwartz hat Gregory Papadopoulos (Foto) die Verantwortung für den R&D-Bereich übertragen. „Man kann keine Network-Computing-Company aufbauen ohne einen Chefarchitekten, der die knapp zwei Milliarden Dollar hohen Investitionen in Forschung und Entwicklung (R&D) koordiniert“, begründete Schwartz die Entscheidung. Der 47-jährige Papadopoulos ist seit 1994 bei Sun. Davor arbeitete er als Chefstrategie für den Supercomputerbauer Thinking Machines. Weitere Stationen seiner Laufbahn waren Hewlett-Packard und Honeywell.

Personalmittelungen bitte an Menschen@Computerwoche.de

Kolumne

Microsofts Mühlen mahlen langsam ...

Ein älterer Herr müht sich, seinen S-Klasse-Mercedes rückwärts in eine Parklücke zu bugsieren. Ein Porsche prescht heran und schiebt sich frech, aber präzise, vorwärts in die Lücke. Der schnöselige Fahrer steigt aus und ruft dem Mercedes-Fahrer zu: „Sehen Sie, jung muss man sein und schnell.“ Daraufhin gibt der andere Gas und drückt den Porsche platt. Beim Aussteigen sagt er dann sehr höflich: „Nein, junger Mann, Geld muss man haben.“



Christoph Witte
Chefredakteur CW

Die Szene könnte sich auch zwischen Microsoft und Google abspielen. Der Suchmaschinenanbieter ist eindeutig agiler als Microsoft, aber noch ist es sehr wohl möglich, dass der Softwarekrösus den längeren Atem hat. Er verfolgt das ausgewogenere Geschäftsmodell, deckt mehrere Marktsegmente ab und versteht Misserfolge als Motivation für den nächsten Versuch.

Anlass dieser Überlegung ist Microsofts Ankündigung mit Adcenter endlich über ein konkurrenzfähiges Produkt zu Googles Adwords zu verfügen, mit dem sich durch das Ersteigern von Schlüsselbegriffen in der Präsentation von Suchergebnissen kontextabhängig werben lässt. Google generiert über 90 Prozent seiner Einnahmen aus Werbung, der größte Teil dieser Erlöse wiederum stammt aus dem Adwords-Geschäft. Microsoft beginnt erst diesen Markt zu erschließen – mit sehr viel Mühe. Noch laufen in den USA über 40 Prozent aller Suchanfragen über Google (in Deutschland sind es mehr als 80 Prozent), Yahoo und Mi-

crosoft Network (MSN) folgen abgeschlagen auf den Plätzen. Doch die Redmonder haben angekündigt, Milliardenbeträge in dieses Segment zu pumpen. Und immer dann wird es bekanntlich ernst für die Konkurrenten. Das war bei Netscape so und bei Real Networks, bei RIM zeichnet sich Ähnliches ab. Am Ende von ein, zwei oder falls nötig auch drei Investitionsphasen ging es diesen Anbietern wie dem Porschefahrer.

Googles Achillesferse ist die Konzentration auf den Werbemarkt. Wenn hier das Wachstum ausbleibt – weil Microsoft zum ernsthaften Konkurrenten erwächst – kann der Suchpionier seine zahlreichen anderen Aktivitäten nicht mehr finanzieren. Dann ist es mit der Schnelligkeit vorbei, die heute von Aktionären und Nutzern so bewundert wird.

Allerdings hat Microsoft es bisher nicht geschafft, den Abstand zu Google zu verringern. Wenn es dem Suchmaschinenanbieter gelingt, gegen das heutige lizenzbasierende Softwaregeschäft für Personal-Productivity- und Collaboration-Software ein durch Werbung finanziertes Businessmodell zu etablieren, gerät Microsoft in eine Zwickmühle zwischen Open-Source und Google-Business. Dann hat der Mercedes-Fahrer schlechte Karten.

Diese Kolumne finden Sie auch im Blog der COMPUTERWOCHE unter blog.computerwoche.de. Dort können Sie Ihre Meinung abgeben und sofort veröffentlichen. Wir freuen uns auf Ihre Kommentar.

Intel tauft neue Dual-Core-Chips

Seine neuen Prozessoren wird Intel als „Core 2 Duo“ vermarkten.

Der bislang unter dem Codenamen „Conroe“ gehandelte Desktop-Chip erscheint im Juli, sein Laptop-Pendant „Merom“ folgt im August. Daneben wird es noch die Server-CPU „Woodcrest“ geben, die aber schon im Juni herauskommen soll. Alle drei Prozessoren werden mit Strukturbreiten von 65 Nanometer gefertigt und verwenden die neue Core-Mikroarchitektur. Wenn sie am Markt sind, verwendet Intel diese für seine Consumer-, Gaming-, Notebook- und Business-Desktop-Linien.

Mit Core 2 Duo bezeichnet Intel jedenfalls sowohl den neuen Desktop- als auch den kommenden Notebook-Chip. Beide ar-

beiten mit zwei Kernen. Auf diese Technik setzen derzeit Chiphersteller, um bei höherer Energieeffizienz mehr Leistung aus ihren Prozessoren herauszuholen. Damit man Conroe und Merom unterscheiden kann, hängt der Hersteller noch einen fünfstelligen Code an, der näheren Aufschluss über die CPU-Eigenschaften bringt.

Sprechende Bezeichnungen

Die erste Stelle ist ein Buchstabe, der die Leistungsaufnahme kennzeichnet. Die Palette reicht von „U“ für Ultra Low Voltage (unter 15 Watt) über „L“ für Low Voltage (15 bis 24 Watt), „T“ für Standard-Portables (25 bis 55 Watt) und „E“ für Standard-Desktops

(55 bis 75 Watt) bis hin zu „X“ für Extreme (über 75 Watt). Danach folgen vier Zahlen, beim Conroe die Serien „4000“ und „6000“ und beim Merom „5000“ und „7000“. Diese sind nochmals untergliedert bezüglich der Eignung für Intel-Plattformen wie „Centrino“ (Notebooks), „Viiv“ (Home Entertainment) oder „vPro“ (Business-Desktops).

Ein hochwertiger Desktop-Chip würde beispielsweise „Core2 Duo E6800“ heißen. Seinen Highend-Prozessor für Spiele-Desktops tauft Intel außerdem um in „Core 2 Extreme“. Diese Marke ersetzt die bisherige „Pentium D“ und soll auch für künftige Vier- und Achtkern-Chips bestehen bleiben. (tc) ◆

FRAGE DER WOCHE

Ist Linux reif für den Desktop?

Ja, generell

17,0

Höchstens für Spezialanwendungen

2,0

Keine Einschätzung/Angabe

14,0

Nein

67,0

Für zwei von drei Besuchern von Computerwoche.de ist Linux eine Konkurrenz zu XP et al..

Quelle: Computerwoche.de
Angaben in Prozent, Basis: 551

Mit Adcenter bläst Microsoft zur Aufholjagd

Microsoft macht Milliarden locker, um das Internet-Portal MSN für den Wettbewerb gegen Google und Yahoo aufzuwerten. Dazu soll nicht zuletzt die neue Werbeplattform „Adcenter“ beitragen.

Um das Online-Anzeigen-geschäft in Fahrt zu bringen und das MSN-Portal sowie die neuen Suchtechnologien zu verbessern, hat Microsoft den dafür vorgesehenen Etat um 60 Prozent auf 1,6 Milliarden Dollar aufgestockt. Wie Microsoft-Chef Steve Ballmer ankündigte, gehen von dieser Summe im kommenden Geschäftsjahr allein 1,1 Milliarden Dollar in Forschung und Entwicklung. Zuvor hatte Microsoft für sein drittes Geschäftsquartal in der Unternehmenseinheit MSN Umsatz- und Gewinneinbußen melden müssen: Die Einnahmen fielen von 581 Millionen auf 561 Millionen Dollar, das vormals positive Ergebnis von 102 Millionen Dollar verkehrte sich in ein Minus von 26 Millionen.

„Nur zwei bis drei Unternehmen können wirklich die Infrastruktur liefern, die mit den Anforderungen von Konsumenten



Kündigte Milliardeninvestitionen in die Online-Sparte MSN an: Microsofts CEO Steve Ballmer.

Hier lesen Sie ...

- ◆ warum Microsoft erneut Milliarden in die Online-Sparte MSN investiert;
- ◆ welche Hoffnungen die Company in ihre neue Werbeplattform Adcenter steckt;
- ◆ wie sich die Konkurrenten Google und Yahoo wappnen.

und Anzeigenkunden Schritt halten“, sagte Ballmer, der dazu auch sein Unternehmen zählt. Microsoft aber ist von einer Führungsposition noch weit entfernt. Derzeit dominiert der weltgrößte Suchmaschinenbetreiber Google diesen Markt mit Abstand. Allein in den USA laufen nach Angaben von Nielsen Net-ratings 49 Prozent aller Suchanfragen über Google. Microsofts MSN-Suche – neuerdings als Windows Live Search bezeichnet – rangiert mit 10,9 Prozent an dritter Stelle, deutlich hinter dem Zweitplatzierten Yahoo mit 22,5 Prozent der Suchanfragen. Besonders schmerzhaft für die Gates-Company: Im Februar 2005 hatte der Marktanteil noch bei 14,2 Prozent gelegen.

Hoffnungsträger Adcenter

Mit seinem neuen Vermarktungssystem für Online-Werbung Adcenter hofft der Softwaregigant nun, Boden gutzumachen. Seit dem letzten Quartal liefert Microsoft in den USA bereits einen Großteil der Kontextanzeigen auf Windows Live Search über Adcenter aus. Jetzt wird der US-Betrieb komplett umgestellt.

Eine moderne Technik für das Keyword-Advertising lohnt sich:

In den USA gaben Firmen laut Internet Advertising Bureau im vergangenen Jahr 5,1 Milliarden Dollar für Anzeigen im Umfeld von Suchergebnissen aus, 31 Prozent mehr als ein Jahr zuvor.

Mehrere hundert Ingenieure und Forscher arbeiten bei Microsoft an der Software, die auf mehr als 500 leistungsfähigen Servern im Silicon Valley und in Redmond läuft. Anfänglich soll Adcenter nur Anzeigen im Kontext von Suchergebnissen ausliefern. Später soll die Software aber wohl auch Werbung in Videospielen und auf Fernschirmen präsentieren (siehe Kasten: Microsoft schluckt Massive Inc.).

Bevor Microsoft Adcenter einführte, nutzte das Unternehmen einen Service von Yahoo, der die Versteigerung der Werbung erledigte.

Mehr zum Thema

www.computerwoche.de/

- 575892:** Yahoos neues System für Keyword Advertising;
- 575851:** Warum Microsoft Milliarden in MSN steckt;
- 575786:** Plant Microsoft den Schulterabschluss mit Yahoo?
- 575625:** Google fürchtet, dass Microsoft Internet Explorer und Suche verschmilzt.

Angesichts der hohen Investitionen und der Inbetriebnahme der Adcenter-Software spricht derzeit aber mehr dafür, dass Microsoft die beiden führenden Internet-Suchportale im Alleingang angreifen will. Doch die Gegner sind nicht untätig. Yahoo hat vor wenigen Tagen ebenfalls ein deutlich verbessertes System für die Online-Werbung präsentiert, nachdem das Unternehmen gegenüber Google zunehmend ins Hintertreffen geraten war.

Auch Yahoo mit neuer Plattform

Bisher hatte sich Yahoo auf Technik des im Jahr 2003 übernommenen Anbieters Overture verlassen, dem Pionier in Sachen Suchvermarktung im Internet. Auf dessen Lorbeeren hatte sich das Portal jedoch recht lange ausgeruht. Erst jetzt wurde ein überarbeitetes System präsentiert, das im dritten Quartal 2006 in Betrieb gehen soll.

Schon seit 2004 arbeitet indes Google an einer Verbesserung seines Online-Werbesystems. Damals wurde das Projekt „Revenue Force“ gestartet, in dessen Rahmen der Marktführer jene Algorithmen überarbeitete, die darüber entscheiden, welche Anzeigen bei einer Suchabfrage eingespielt werden und in welcher Reihenfolge diese erscheinen. „Wir sind sehr zuversichtlich nicht nur angesichts unseres aktuellen Produkts, sondern auch was unsere künftigen Innovationszyklen angeht“, gibt sich Tim Armstrong, Googles Vice President for Advertising Sales, selbstbewusst.

Die Nähe der beiden Konzerne zueinander hatte immer wieder zu Fusions- oder Beteiligungsgerüchten geführt – zuletzt noch in der vergangenen Woche, kolportiert vom „Wall Street Journal“. Das Blatt schließt nicht aus, dass Microsoft eine Beteiligung an Yahoo erwerben möchte, um ein stärkeres Gegengewicht zu Marktführer Google bilden und größere Anteile vom Online-Werbemarkt abschöpfen zu können.

Microsoft schluckt Massive Inc.

Das Einspielen von Werbung in Computerspielen ist für Xbox-Anbieter Microsoft eine interessante Option. Um in Diensten wie „Xbox Live“ oder „MSN Games“ möglichst einfach Werbung unterbringen zu können, haben die Redmonder die rund 80 Mitarbeiter starke Startup-Company Massive Inc. übernommen. Der Preis wurde nicht genannt, er soll aber zwischen 200 und 400 Millionen Dollar liegen. Microsoft sucht Unternehmensangaben zufolge derzeit nach Möglichkeiten, die Massive-Werbung in seine neue Auktionsplattform Adcenter einzubinden.

Microsoft jedenfalls muss nun erst einmal möglichst viele Werbekunden für seine Seite gewinnen, seinen Marktanteil bei der Internet-Suche ausbauen und andere Sites als Adcenter-Kunden rekrutieren.

Wichtige Skaleneffekte

Bei der Online-Werbung spielen Skaleneffekte eine zentrale Rolle: An je mehr Orten Anzeigen platziert werden, desto besser ist die Chance, dass ein Verbraucher sie anklickt. Und je mehr Werbung geklickt wird, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, neue Werbekunden zu gewinnen. Dann lassen sich auch die Preise steigern, die der Plattformanbieter mit seinen Keyword-Auktionen erzielen kann. (hv/tc) ◆

MS-Office lernt OpenDocument

Plug-in stellt Dokument im konkurrierenden Format dar.

Gary Edwards, Programmierer im Open-Office-Umfeld und gleichzeitig Gründer der OpenDocument Foundation (ODF), kündigte das Plug-in Ende vergangener Woche bei „Groklaw“ an. Die noch nicht offiziell erhältliche Software sei über ein Jahr hinweg entwickelt und abschließend ausführlich getestet worden. Sie unterstütze Microsoft Office ab Version 97 und integriere sich transparent in die Datei-Menüpunkte Öffnen, Speichern sowie Speichern unter ... „Soweit es Endnutzer und andere Anwendungs-Add-ons angeht, stellt das Plug-in ODF-Dokumente dar, als gehörten sie nativ zu MS Office“, so Edwards. OpenDocument ist speziell im Open-Source-Umfeld und bei

erklärten Microsoft-Gegnern sehr populär und hat erst kürzlich das Siegel eines ISO-Standard erhalten. Microsoft hat sich entschieden, das quelloffene Austauschformat in Office 2007 nicht zu unterstützen. Stattdessen propagiert der Softwarekonzern das hauseigene „Office Open XML“ und begründet dies mit der nötigen Abwärtskompatibilität zu seinen älteren Binärformaten, deren Eigenschaften ODF nicht vollständig abbilden könne.

Hilft das Plug-in Microsoft?

Der RedMonk-Analyst Stephen O'Grady sieht das geplante Plug-in als zweischneidiges Schwert. Einerseits könne die Lösung Produkten Rückenwind verschaffen, die ODF unterstützen. Dazu gehören zum Beispiel OpenOffice.

org, das darauf basierende „StarOffice“ von Sun, IBMs „Workplace“ oder „KOffice“. Andererseits könne das Plug-in auch dazu führen, dass nun jedermann beim dominierenden Microsoft-Paket bleibe statt auf alternative Lösungen zu setzen.

Profitieren dürfte von der Entwicklung jedenfalls der US-Bundesstaat Massachusetts. Dieser hatte erst Tage zuvor öffentlich per RFI (Request for Information) ein ODF-Plug-in für Microsoft Office gefordert. Massachusetts hatte sich dafür entschieden, ab 2007 Dokumente nur noch in offenen Formaten zu speichern. Das hatte einen derartigen Presse- und Lobby-Rummel zur Folge, dass CIO Peter Quinn Ende letzten Jahres entnervt zurücktrat. (tc) ◆



Wie Papier aus Oberkirch alle Winkel der Erde erreicht. Ohne Unterbrechung.

Die Koehler Gruppe aus Oberkirch, Baden-Württemberg, ist einer der weltweit größten Produzenten von Spezialpapier. Es wird dazu verwendet, so unterschiedliche Dinge wie z. B. Flugtickets oder Pokémon-Karten herzustellen. Zur Bewältigung des riesigen Papierausstoßes ist man in Oberkirch auf einen Produktionsprozess rund um die Uhr angewiesen - und auf HP Integrity Server mit Intel® Itanium® 2 Prozessoren. „Wir produzieren und versenden täglich mehr als 1.500 Tonnen Papier. Jede noch so kurze Ausfallzeit bedeutet den kompletten Stillstand der Produktion“, stellt Finanzchef Bruno O. Schwelling fest. „Dank Itanium-basierter HP Integrity Systeme existieren diese Ängste praktisch nicht mehr.“ itanium-integrity.com/de

ITANIUM + INTEGRITY. ON AND ON AND ON.

