

COMPUTERWOCHE

NACHRICHTEN ♦ ANALYSEN ♦ TRENDS



MARKT

Software aus zweiter Hand

Die Strategien der Lizenzbroker variieren. Zusatzdienste und die Nähe zu den Softwareherstellern machen den Unterschied. **SEITE 10**



WEB 2.0

Wiki, Weblog oder Forum?

Wann eignet sich welches Format, um die „kollektive Intelligenz“ eines Unternehmens anzuzapfen? Unser Schwerpunkt gibt Aufschluss. **SEITE 24**



QUALITÄTSSICHERUNG

Serie: Lean Six Sigma

Bessere Zahlen, zufriedenerer Kunden, höhere Qualität: Unsere Serie zeigt, was von den Versprechen rund um Lean Six Sigma zu halten ist. **SEITE 31**

COMPUTERWOCHE TV



CWTV Mini-Notebook mit Maxi-Anspruch

◆ Eee PC von Asus im Test

Leicht, schick und billig – mit seinem „Eee PC“ feiert Asus in Asien bereits große Erfolge. Sehen Sie, wie das Leichtgewicht im Test abschneidet.

◆ CIO des Jahres

Der „CIO des Jahres“ ist gewählt. Wir zeigen Ihnen, wie er gefeiert wurde.

ZAHL DER WOCHE

25 Prozent Einsparpotenziale bietet beim Server-Betrieb die Hardware, so die Marktforscher der Experton Group. Vor allem verbesserte Netzteile und stromsparende CPUs, aber auch effizientere Lüfter, Gleichstrom durch Rack-basierende Systeme und optimierte Kühlungsströme könnten für mehr Energieeffizienz sorgen. Außerdem werden Stromrechnung und Umwelt durch Virtualisierung und Application-Portfolio-Management entlastet, da es diese Trends ermöglichen, mit weniger Servern auszukommen.

IT-Kunden fordern mehr Open Source

Die wachsende Verbreitung quelloffener Software setzt die etablierten IT-Anbieter unter Druck.

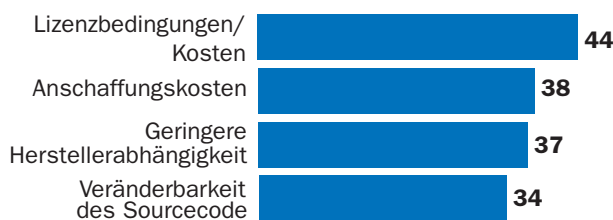
Anwenderunternehmen bauen immer öfter Open-Source-Komponenten in ihre bestehenden Systeme ein, beobachtet die amerikanische Marktforschungs- und Beratungsfirma Saugatuck Technology. Das Gleiche erwarteten sie von ihren Lieferanten. Ziehen diese nicht mit, verlieren die Softwarekonzerne über kurz oder lang Marktanteile.

In einer international angelegten Studie prognostiziert das von ehemaligen Gartner-Managern gegründete Analytischen Haus weitreichende Veränderungen durch den steigenden Einsatz quelloffener Systeme. Schon heute spielten Open-Source-Produkte in fast der Hälfte aller Kaufentscheidungen für Business-Software eine Rolle, lautet ein Ergebnis. Mehr als 40 Prozent der neuen Betriebssystem-Installationen und 35 Prozent aller

neuen Middleware-Komponenten sollen bis zum Jahr 2010 auf quelloffenen Produkten basieren.

„Open Source ist für die meisten Anwenderunternehmen heute Teil der Mainstream-IT“, konstatieren die Marktforscher. Die etablierten Softwarehersteller hinkten dieser Entwicklung hinterher. Aus Sicht der Anwender lägen die Vorteile von Open-Source-Software hingegen auf der Hand. (Ausführlicher Bericht auf Seite 12). (wh)

Gründe für Open Source



Angaben in Prozent; Quelle: Saugatuck Technology

Open-Source-Nutzer erhoffen sich Kostenvorteile und weniger Abhängigkeit von Herstellern.

Briten werfen China IT-Spionage vor

Die Regierung in London hat die einheimische Wirtschaft vor chinesischen Hacker-Angriffen gewarnt. Jonathan Evens, Direktor des Geheimdienstes MI5, wies einem Bericht der „Times“ zufolge rund 300 Firmenlenker in einem vertraulichen Brief darauf hin, sie ständen im Visier von staatlich gelenkten IT-Angriffen aus dem Reich der Mitte. Trotz aller ökonomischen Notwendigkeit, mit China Geschäfte zu machen, dürfe man die damit verbundenen Risiken nicht außer Acht lassen, hieß es weiter. (ba)

Client-seitige Attacken nehmen zu

Angreifer konzentrieren sich verstärkt auf Schwachstellen in Desktop-Anwendungen, warnt das Sans Institute.

Nach der jüngsten Sans-Liste der 20 häufigsten Angriffsziele im Jahr 2007 haben Client-seitige Sicherheitslücken in Browsern (allen voran Microsofts Internet Explorer und Mozillas Firefox), Media-Playern sowie E-Mail-Clients und Office-Applikationen übers Jahr erheblich zugenommen. So soll sich allein die Zahl der kritischen Schwachstellen in Microsofts Bürosuite insbesondere durch immer neue Lücken in Excel erneut nahezu verdreifacht haben. Die in den Client-Applikationen befindlichen Lecks werden den Experten zufolge unter anderem zur Erstellung von Bot-Netzen

massiv ausgenutzt. Ziel des jährlichen, gemeinsam mit internationalen Sicherheitsexperten erstellten Berichts ist es, Security-Verantwortlichen zu ermöglichen, das firmeneigene Bollwerk den aktuellen Bedrohungsszenarien anzupassen.

Mit der zunehmend effektiven Absicherung verwundbarer Server, dem traditionellen Angriffsziel der Hacker, gerieten nun verstärkt die Clients ins Visier der Übeltäter. Vor diesem Hintergrund gelte es mittlerweile, nicht nur Server und Services vor feindlichen Übergriffen zu schützen. **Fortsetzung auf Seite 4**

DIESE WOCHE



Corporate Blogs

Immer mehr Unternehmen wagen sich an Mitarbeiter-Blogs heran und suchen den direkten Kontakt zum Kunden. **Thema der Woche SEITE 5**

Microsoft auf SOA-Kurs

Unter dem Namen Oslo präsentierte die Windows-Company eine Initiative, die Unternehmen den SOA-Einstieg erleichtern soll. **Nachrichten SEITE 6**

Videokonferenz in 3D

Cisco entwickelt seine Videokonferenzlösung Telepresence weiter: Künftig soll der Gesprächspartner dreidimensional sichtbar sein.

Produkte & Technologien SEITE 15

Call-Center sparen an IT

Klaffende Lücken in der IT-Ausstattung machen Telefonzentralen zu schaffen. **IT-Services SEITE 34**

Tacheles zum Jahresende?

In vielen Unternehmen laufen in diesen Tagen die „Jahresendgespräche“. Vorsicht: Hier lauern Fettnäpfchen!

Job & Karriere SEITE 36





CIO des Jahres 8

Gemeinsam mit unserer Schwesterpublikation „CIO“ haben wir, unterstützt von einer hochkarätigen Jury, die besten CIOs des Jahres gewählt.

NACHRICHTEN UND ANALYSEN

Softwaremarkt im Umbruch 7
Der Branchenmonitor der COMPUTERWOCHE zeigt: In die Softwareszene kommt Bewegung.

SAP CRM geht in eine neue Runde 11
Oberflächenkosmetik, aber auch neue Funktionen sollen Anwender aus dem Vertrieb überzeugen.

PRODUKTE & TECHNOLOGIEN

Open Source überall 12
Marktforschern zufolge drängen quelloffene Softwareprodukte in alle Bereiche der IT-Umgebung von Firmen vor.

Automatisierte IT-Verwaltung 14
„Aegis“ von NetIQ soll die Kosten für das IT-Service-Management in heterogenen IT-Landschaften senken.

Scripting in .NET 16
Mit „Dynamic Language Runtime“ und „Silverlight“ greift Microsoft Ajax und „Flex“ von Adobe an.

PRODUKTE & TECHNOLOGIEN

PRAXIS

Unified Communication 18
Die Microsoft-Plattform Office Communications Server eignet sich zur Integration unterschiedlicher Kommunikationsmedien wie Fax, E-Mail und Telefonie, doch lauern hier zahlreiche Fallstricke.

Kleine Helfer 19

SCHWERPUNKT: WEB-2.0-TECHNIKEN IM UNTERNEHMEN

Enterprise-Mashups 22
Benutzer verbinden vorhandene Anwendungen und Daten selbst.

Wiki, Weblog oder Forum? 24
Sie eignen sich für den Informationsaustausch, aber wo liegen die Unterschiede?

Enterprise 2.0 in Deutschland 26
Einer Studie zufolge nutzen deutsche Firmen das Web 2.0 nur zögerlich.

IT-STRATEGIEN

Neue Serie: „Six Sigma in der IT“ 31
In der industriellen Fertigung hat sich das Qualitätskonzept „Six Sigma“ längst etabliert. Allmählich wird auch die IT darauf aufmerksam – vor allem im Zusammenhang mit „Lean Management“ und „Itil“.



IT-SERVICES

Lücken in der Call-Center-IT 34
Die technische Ausstattung von Telefonzentralen hat zwei Gesichter: Die sprachunterstützende Installation ist vorbildlich, die IT im Backend verbesserungsbedürftig.

TDM schluckt IT-Dienstleister Arxes 35
Die niederländische Investment-Gruppe will den übernommenen Service-Provider mit den bereits zuvor gekauften deutschen Anbietern Becom, Comparex und Inforsacom verschmelzen.

JOB & KARRIERE

Bilanz ohne Bammel 36
Zum Jahreswechsel treffen sich Vorgesetzte und Mitarbeiter, um Bilanz zu ziehen. Wurden die definierten Ziele erreicht? Was kommt als Nächstes? Wer sich gut verkaufen will, sollte sich auf das Gespräch gründlich vorbereiten.

CW-TOPICS: ECM

Aufschwung für Enterprise Content Management. Eine Verlegerbeilage auf Seite 27

STANDARDS

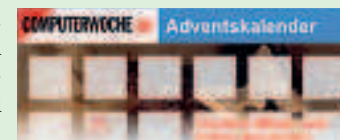
Impressum 35
Stellenmarkt 38
Zahlen – Prognosen – Trends 43
Im Heft erwähnte Hersteller 43

COMPUTERWOCHE.de

Die Highlights der Woche

Der COMPUTERWOCHE-Adventskalender

Öffnen Sie bis zum 24. Dezember die Türchen des COMPUTERWOCHE-Adventskalenders und sichern Sie sich einen der attraktiven Gewinne, zum Beispiel einen iPod Nano, einen Laserdrucker oder ein Erlebniswochenende für zwei Personen im Zillertal. www.computerwoche.de



Unsicherheit in der ITK-Branche

Experten befürchten, dass die Beben auf den internationalen Finanzmärkten bis auf die ITK-Branche durchschlagen könnten. Ob sich die Wirtschaft beruhigt, hängt davon ab, wie das Weihnachtsgeschäft laufen wird. Analysten empfehlen, mit zwei unterschiedlichen IT-Budgets zu planen. Eines davon sollte Kostensenkungen berücksichtigen. www.computerwoche.de/553333

Green IT: Umwelt schonen, Kosten senken

Was verbraucht im Rechenzentrum den meisten Strom? Wie hoch sind die CO₂-Emissionen der IT? Was will das Konsortium Green Grid? Überprüfen Sie Ihr Wissen in unserem Knowledge-Center Green IT. www.computerwoche.de/knowledge_center/green-it



Weihnachts-Knigge: Schenken mit Stil, feiern mit Maß

Unpersönliche Grußkarten, feuchtfröhliche Weihnachtsfeiern oder teure Geschenke – vor Weihnachten lauern viele Fettnäpfchen, in die Mitarbeiter oder Manager treten können. www.computerwoche.de/1849502

Die große Call-Center-Umfrage

Wer kennt Sie nicht: die Warteschleifen-Anekdoten über Anrufe in Call-Centern? Die COMPUTERWOCHE benötigt für eine umfangreiche Berichterstattung zur Lage der Branche Ihre Hilfe: Erzählen Sie uns Ihre Erfahrungen mit Call-Centern! Unter allen Teilnehmern verlost COMPUTERWOCHE einen iPod Touch mit 16 GB Speicher. www.computerwoche.de/call-center-umfrage



Die Einführung von Efficient Enterprise™ bedeutet: mehr Leistung, mehr Kontrolle, mehr Gewinn

Kann Ihr altes System da mithalten?

Ältere IT-Systeme haben einen Kühleffekt auf den gesamten Raum, doch die so vergebenden Energiekosten sind absolut unverantwortlich. Mit ihrer mitunter hoffnungslos überdimensionierten Auslegung werden sie den heutigen Anforderungen nicht mehr gerecht. Die unnötig verschwendeten Mittel fehlen dann für dringend erforderliche IT-Investitionen. Für ein einfaches Problem gibt es eine einfache Lösung: Sparen Sie Energiekosten und investieren Sie die freigesetzten Mittel in neue IT-Infrastruktur.

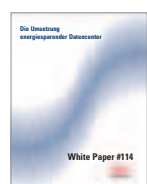
Einer Gartner-Studie zufolge werden 50% aller vor 2002 entstandenen Datacenter aufgrund ihrer schlechten Energie- und Kühleffizienz 2008 schon überholt sein. Das Energie- bzw. Kühlproblem ist derzeit eine der größten Herausforderungen für Manager von Datacentern.

Begrenzte Energie- und Finanzressourcen

Wie viel Energie Sie zur Verfügung haben, sagt Ihnen der Verteilerschrank. Wie viel Geld Sie ausgeben können, sagt Ihnen Ihr Budget. Mit beidem müssen Sie möglichst sparsam umgehen. Dabei unterstützt Sie Efficient Enterprise™ von APC.

Die skalierbare, modulare Lösung von APC lässt sich exakt an Ihre Bedürfnisse anpassen. Das Kapazitätsmanagement erleichtert die Planung von Investitionen in neue Server. Kühlung und Klimasteuerung werden durch dedizierte In-Row- und Wärmevermeidungskonzepte optimiert. Efficient Enterprise unterstützt Sie beim sparsamen, gezielten Einsatz Ihrer Ressourcen. Allein schon die Umstellung von Raumkühlung auf Reihenkühlung bringt eine Einsparung der Stromkosten von durchschnittlich 35%.

- KAPAZITÄTSMANAGEMENT
- KÜHLUNG NAHE DER WÄRMEQUELLE
- STROMSPARENDE KÜHLSYSTEME
- DÄMMEN SIE DIE WÄRME EIN



GRATIS APC White Paper hier herunterladen!

Um das White Paper **„Die Umsetzung energiesparender Datacenter“** zu erhalten, melden Sie sich online unter <http://promo.apc.com> an, und geben Sie den Schlüsselcode **62791t** ein. Mit der Registrierung nehmen Sie automatisch an der Verlosung eines APC Power Ready Travel Backpacks teil. Tel: 0800 10 10067 • Fax: 089 51417-100



MENSCHEN

Karl Storz GmbH hat neuen CIO



Seit November ist Thomas Hemmerling-Böhmer (50) neuer CIO der Karl Storz GmbH & Co. KG mit Sitz in Tuttlingen. Als Leiter der IT berichtet er an die Inhaberin und Geschäftsführerin Sybill Storz. Das Medizintechnikunternehmen stellt Endoskope sowie medizinische Instrumente und Geräte her. Hemmerling-Böhmer, der zuvor beim Sensortechnik-Hersteller Sick AG in Waldkirch beschäftigt war, will bei Storz ein IT-Service-Management einführen, das Dokumenten-Management vorantreiben und Prozesse im SAP-Umfeld optimieren.

Motorola-Chef tritt zurück

Ein Jahr früher als geplant gibt Ed Zander am 1. Januar die Leitung des mit Verlusten kämpfenden TK-Konzerns Motorola ab. Der 60-Jährige bleibt jedoch noch bis Mai Vorsitzender des Verwaltungsrates und wird danach bis Anfang 2009 als Berater fungieren. Den Vorstandsvorsitz des nur noch drittgrößten Handy-Herstellers nach Nokia und Samsung übernimmt Greg Brown. Der 47-Jährige kam 2003 als Leiter der Netz- und Enterprise-Sparte zu Motorola und stieg erst im März zum Verantwortlichen für das Tagesgeschäft (COO) auf.



Ex-O₂-Chef soll Handy-TV vorantreiben



Der designierte Handy-TV-Plattformbetreiber Mobile 3.0 hat den ehemaligen CEO von O₂ Germany, Rudolf Gröger, zum Präsidenten ernannt. Gröger soll bei dem Joint Venture, an dem auch die Verlagsgruppen Burda und Holtzbrinck beteiligt sind, die Entwicklung und Etablierung des mobilen Fernsehens in Deutschland vorantreiben. Der 53-Jährige verzichtet auf den Vorsitz des neugeschaffenen Supervisory Committee von O₂, den er eigentlich übernehmen sollte.

Ex-Microsoft-CIO hat neuen Job

Nur rund zwei Wochen, nachdem ihm Microsoft wegen eines nicht näher beschriebenen Verstoßes gegen Unternehmensrichtlinien gekündigt hatte, hat Ex-CIO Stuart Scott einen neuen Job gefunden: Er arbeitet nun als Chief Operating Officer (COO) bei Taylor, Bean & Whitaker Mortgage Corp. (TB&W), einem landesweit aktiven, nicht börsennotierten Kreditinstitut mit Hauptsitz in Ocala, Florida. Der Manager, der vor seinem Engagement bei Microsoft diverse CIO-Positionen bei General Electric bekleidet hatte, wurde von TB&W wegen seiner „enormen Technikerfahrung“ geholt.



E-Plus beruft Finanzchef



Der Aufsichtsrat von E-Plus hat Godert Vinkesteyn zum Chief Financial Officer ernannt. Der gebürtige Niederländer ist bereits seit Sommer kommissarisch im Amt, nachdem der bisherige Finanzvorstand Christian Fuchs das Unternehmen Ende Juli verlassen hatte. Vinkesteyn war seit 1991 bei der E-Plus-Muttergesellschaft KPN tätig. Unter anderem fungierte der 41-Jährige als CFO von KPN Mobile The Netherlands und seit Anfang des Jahres als Finanzchef des Privatkundensegments in den Niederlanden. Seine Karriere begann Vinkesteyn als Controller bei der niederländischen Staatspost.

Personalmitteilungen bitte an Menschen@Computerwoche.de

Kolumne

Google riskiert viel



Christoph Witte
Chefredakteur

Eine Zahl zum Nachdenken. Zurzeit sind weltweit etwa drei Milliarden Handys im Einsatz, und es werden mehr. Gerade in Schwellen- und Entwicklungsländern nimmt die Zahl der Endgeräte weiter rasant zu. Zum Vergleich: Den drei Milliarden Mobilfunkern stehen etwa 600 Millionen PCs gegenüber. Angesichts dieses Verhältnisses wird klar, warum Google so unbedingt diesen Markt für sich erobern will. Warum das Unternehmen das Handy-Betriebssystem Android entwickelt und die Open Handset Alliance aus der Taufe gehoben hat.

Natürlich handelt es sich bei den meisten heute genutzten Handys nicht um Smartphones mit Navigation, Pushmail oder großem Touchscreen. Aber im Mobilfunkmarkt folgen die Gerätegenerationen so schnell aufeinander, schreitet der Netzausbau so rasant voran, dass schon in relativ kurzer Zeit die meisten Nutzer in den Industrienationen breitbandigen Empfang haben und problemlos mobil im Internet surfen können. Welch eine Zielgruppe für Googles Applikationen!

Stellen Sie sich folgendes Szenario vor: Sie stehen in einem Elektronik-Kaufhaus und interessieren sich für einen Beamer, einen LCD-Fernseher oder Ähnliches. Per mobile Suche recherchieren Sie vor Ort ad hoc, wie die ausgestellten Geräte in aktuellen Tests abgeschnitten haben und wie die Preise des stationären Handels in Online-Preisvergleichen abschneiden. Läuft es so, wie Google sich seine Zukunft vorstellt, dann suchen Sie natürlich über den Suchmaschinenprimus. Der kann dann Ihre Suchanfrage mit entsprechenden (lokalen) Werbebotschaften verzieren und Sie bei Bedarf auch gleich ins nächste (billi-

gere) Kaufhaus führen. Per Google-Maps natürlich und unter Einblenden von personalisierten Informationen, für die Sie in Ihrem abgegebenen Google-Profil Interesse gezeigt haben. Auf diese sehr bequeme Weise haben Sie künftig das Gefühl, vor dem Einkauf alle Alternativen bedacht und so den für Sie besten Deal gemacht zu haben. Und Google freut sich auch. Ihr neuer Einkauf hat Google nicht nur mit Werbeeinnahmen versorgt (für die Alternativangebote, die Informationen, die Sie auf dem Weg vom einen Laden zum anderen empfangen haben), sondern auch mit weiteren Daten über Sie.

Und das sind nur die Applikationen, die wir heute kennen. Leicht vorstellbar ist ein Zahlverfahren via Handy, bereitgestellt von Google. Denken lässt sich auch, dass Google die Nutzung von Android-Handys auf seinen eigenen Frequenzen (in USA hat das Unternehmen bereits ein Startangebot für Frequenzen im 700-Megahertz-Bereich abgegeben) kostenfrei anbietet und über Werbeeinnahmen finanziert – ein Angebot, das kaum ein Nutzer ablehnen dürfte. Google riskiert viel, aber seine Chancen, in diesem Markt zu reüssieren, stehen nicht schlecht. Das Unternehmen hat es geschafft, in der Open Handset Alliance einige potente Spieler aus der IT- und TK-Szene zu versammeln, die den etablierten Akteuren im Mobilfunkmarkt, allen voran Nokia, gern das Wasser abgraben würden.

Was denken Sie, legt Google im mobilen Sektor den gleichen Durchmarsch hin wie bei der Web-Suche? Diskutieren Sie mit auf www.computerwoche.de/blog.

Client-seitige Attacken nehmen zu

Fortsetzung von Seite 1

Vielmehr müssten auch die Nutzer besser aufgeklärt werden, um zu verhindern, dass Firmen-PCs durch den Besuch bössartiger Webseiten oder andere auf Clients gezielte Attacken kompromittiert würden, so die Experten.

Zu den größten Risiken auf Server-Seite zählt dem jüngsten Gefahrenindex zufolge auch in diesem Jahr eine Vielzahl an Cross-Site-Scripting- und SQL-Injection-Lücken in Web-Anwendungen, deren Ausnutzung den direkten Zugriff etwa auf Datenbanken ermöglicht. Die Experten führen diese Verwundbarkeiten (die Hälfte aller im Jahr 2007 gemeldeten Schwachstellen) primär auf Versäumnisse bei der Programmierung zurück.

Mehr Lücken in AV-Systemen

Zurückgegangen sei indes die Zahl der Lücken in Betriebssystemen – und mit ihr das grundsätzliche Potenzial für Internet-Würmer. So habe es seit 2005 keine größeren gegen Windows gerichteten Wurm-Ausbrüche wie seinerzeit beispielsweise durch die Schädlinge Blaster, Sasser oder Zotob gegeben. Dafür ist nach Beobachtungen der Spezialisten aber das Aufkommen an Schwachstellen in Antiviren- und

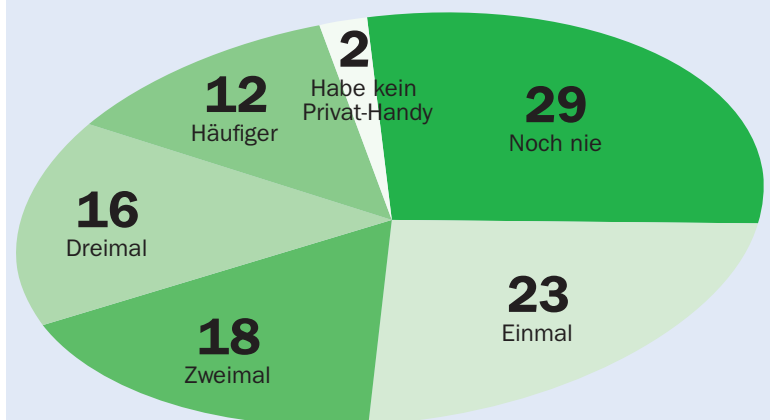
Backup-Lösungen merklich gestiegen.

Last, but not least widmet sich der Report unter der Rubrik „Security Policy and Personnel“ der Bedeutung von Richtlinien und User-Verhalten für die Sicherheit. Als anhaltende Problemfaktoren

in diesem Kontext erachten die Experten exzessive Nutzerrechte sowie unautorisierte Geräte im Firmennetz. Die ausführliche Sans-Liste der Top-20-Sicherheitsrisiken sowie konkrete Schutzmaßnahmen finden sich unter <http://www.sans.org/top20/>. (kf) ◆

Frage der Woche

Wie oft haben Sie schon Ihren privaten Mobilfunk-Provider gewechselt?



Knapp 30 Prozent der deutschen Mobilfunkkunden haben ihrem Erst-Provider bislang die Treue gehalten.

Quelle: Computerwoche.de; Angaben in Prozent; Basis: 251

Corporate Blogs – mehr Chance als Risiko

Viele Manager wissen mit Blogs nichts anzufangen. Dabei ermöglichen es offene Diskussionen im Internet, die Kommunikation mit den Kunden auf eine neue Basis zu stellen.

VON KLAUS ECK

Ofmals wollen Unternehmen beim Start eines Corporate Blog nur ihre bisherigen PR- und Marketing-Aktivitäten fortschreiben, ohne etwas Grundsätzliches an ihrer Kommunikation zu verändern. An direkte Online-Diologe mit ihren Kunden denken nur wenige. Wer sich in seinem Blog jedoch nur über sein Unternehmen und seine Services verbreitet und dabei nicht auf die Informations- oder Unterhaltungsbedürfnisse seiner Leser eingeht, darf sich nicht wundern, wenn seine Aktivitäten nicht von Erfolg gekrönt sind.

Werbung schreckt ab

Um nicht auf dem Blog-Friedhof zu landen, sollten Firmen auf das Präsentieren von Dienstleistungen und Produkten, die keinen Anreiz für Kommentare bieten, verzichten. Bauchläden sind weder schön anzuschauen noch diskursfähig. Besser ist es, den Servicegedanken zu beherzigen und zu überlegen, was Leser von den Inhalten und Links im Blog haben könnten. Wenn das gelingt, werden die Besucher regelmäßig in der Kommunikationszentrale vorbeischaun. Je kompetenter Unternehmen hierbei auftreten und je weniger sie ihre Angebote in den Markt zu drücken versuchen, desto leichter fällt Online-Besuchern eine Link-, Lese- und Kaufentscheidung zugunsten des Blog-Betreibers.

Ein Corporate Blog ist mehr als ein Nice-to-have-Spielzeug, das dazu dient, dem Geschäftspartner zu zeigen, wie hip man ist. Es sollte Teil einer umfassenden Kommunikationsstrategie sein. Je klarer die damit verbundenen Ziele formuliert werden, desto einfacher ist es, die eigenen Erfolge zu überprüfen und Anerkennung in der Blogger-Welt zu erhalten.

Corporate Blogs sind am ehesten erfolgreich, wenn sie:

- ◆ die Online-Besucher immer wieder zur Interaktion aufrufen,
- ◆ Meinungen zulassen und nicht zensieren,
- ◆ auf Kommentare im Blog und außerhalb eingehen,
- ◆ genügend personelle Ressourcen für den Betrieb aufweisen,
- ◆ als strategischer Teil der Unternehmenskommunikation gesehen werden,
- ◆ glaubwürdig und offen für die Kundenkommunikation genutzt werden,
- ◆ dokumentieren, dass das Unternehmen keine Einstimmigkeits-Politik betreibt,



Zwei erfolgreiche Beispiele für Corporate-Blogs: Daimler-Benz und Erdal Rex (Frosch) zeigen, wie es geht.



- ◆ von Corporate Evangelists (Unternehmensbotschaftern) gepflegt werden,
- ◆ zur Kontaktpflege mit Meinungsbildnern genutzt werden und
- ◆ auf einer offenen Unternehmenskultur basieren.

Folgende Ziele lassen sich mit Corporate Blogs erreichen, wenn Unternehmen offen sind und sich auf die Kundenbedürfnisse einstellen:

■ **Positionierung als Experte:** Wer regelmäßig über seine Erfahrungen und über die aktuellen Entwicklungen seiner Branche bloggt, macht seine Fachkompetenz nach außen hin sichtbar. Er empfiehlt sich als interessanter Ansprechpartner für Kunden, Kollegen und Journalisten, die über Blog-Kommentare direkt mit ihm Kontakt aufnehmen und

Die populärsten Mitarbeiter-Blogs

1. Daimler Blog,
2. Frosch Blog (Erdal Rex),
3. Martin Bredl's Tech Experiences (Telekom Austria),
4. DocMorris Blog,
5. Frosta Blog,
6. Google AdSense Blog,
7. Paybacklog (Loyalty Partner),
8. Westaflex Blog,
9. Torsten Ahlers Blog (AOL),
10. T-Systems Automotive Blog.

Quelle: PR-Blogger

sich in der Online-Öffentlichkeit mit ihm austauschen können.

■ **Ausbau der Pressekontakte:** In Grenzen lassen sich über Corporate Blogs auch Pressemitteilungen veröffentlichen, sofern darin gut aufbereitetes Material bereitgestellt wird. Allerdings sollte die Sprache im Blog wesentlich persönlicher sein. Da Blog-Artikel in der Regel namentlich gekennzeichnet werden, ist die Meinung des Autors ausdrücklich erwünscht.

■ **Verbesserung der Kundenkommunikation:** Über ein Weblog lässt sich der direkte Draht zum Kunden herstellen. Unternehmen erfahren schnell und unkompliziert von seinen Wünschen und Bedürfnissen. Sie können rasch Kontakt zu Kunden aufnehmen und diese unmittelbar informieren, sobald ein entsprechender Anlass gegeben ist.

■ **Recruitment:** Bewerber können sich über ein Weblog einen ersten Eindruck von einem Unternehmen verschaffen, wenn darin vom beruflichen Alltag und einzelnen Aufgabenfeldern im Detail die Rede ist. Die Attraktivität als Arbeitgeber wächst, manchen Unternehmen gelingt es sogar, sich als Vordenker einer Branche zu präsentieren und so High Potentials anzulocken.

■ **Interne Kommunikation:** Viele Unternehmen sammeln erste Erfahrungen mit dem Bloggen, indem sie zunächst ein Intranet-Blog aufbauen. Dabei wird schnell deutlich, wie sich ein Blog für die

Weiterentwicklung der internen Kommunikation nutzen lässt. Es kann beispielsweise dazu verwendet werden, die Zusammenarbeit in Teams effektiver zu gestalten, indem Projektinformationen so gebloggt werden, dass sie schneller gefunden und genutzt werden können. Im Gegensatz zu E-Mail-Programmen ste-

tale Reputation. Der Erfolg hängt von den Themen, der Blog-Promotion und der Bekanntheit des Bloggers selbst ab. Generell bietet ein Blog aber jedem die Chance, das eigene digitale Erscheinungsbild zu beeinflussen und zu verbessern. Am besten verschaffen sich Interessenten durch ein dezidiertes „Ego-Surfing“ (Google) einen Überblick über das digitale Erscheinungsbild, das sich in Äußerungen über Firmen- und Produktnamen sowie zu Personen spiegelt. Dadurch lässt sich in Erfahrung bringen, wer wie über das Unternehmen spricht.

Debatten schaffen Vertrauen

Ein Corporate Blog sollte immer zum öffentlichen Meinungsaustausch mit allen relevanten Gruppen einladen und darüber Glaubwürdigkeit vermitteln - ein immaterielles Gut, das den Erfolg eines Unternehmens stark beeinflusst. Beiträge, die direkt von Mitarbeitern geschrieben werden, zeigen Kunden und Journalisten, wer sich im Unternehmen mit bestimmten Themen auskennt. Sie machen den Corporate Blogger zum direkten Ansprechpartner. Die Hürde für einen Blog-Besucher, eine Frage via Kommentar dazulassen, ist nicht so hoch, wie eine E-Mail zu verschicken oder ein Telefonat zu führen. Das Blog bietet den Vorteil, dass jeder Einzelne sich mit seinen gebloggt Inhalten besser präsentieren kann. Auf diese Weise wirkt der Unternehmensmitarbeiter viel stärker durch seine persönliche Präsenz im Netz. Dagegen bleibt eine E-Mail-Adresse wie info@unternehmen.de abstrakt und leer. Die meisten Kunden bevorzugen einen konkreten Ansprechpartner und schätzen das Gefühl, mit ihrer Anfrage ernst genommen zu werden. (hw) ◆

Der Autor

Klaus Eck (43) ist selbständiger Kommunikationsberater mit dem Schwerpunkt Corporate Blogs. Eck betreibt seit 2004 das Online-Journal „PR-Blogger“ (www.pr-blogger.de), in dem er sich mit Fragen zur Web-2.0-Kommunikation beschäftigt. Sein erfolgreiches Buch „Corporate Blogs. Unternehmen im Online-Dialog zum Kunden“ ist 2007 im Orell Füssli Verlag erschienen.



Microsoft wirbt für seine SOA-Strategie

Unter dem Namen Oslo präsentierte die Windows-Company eine Initiative, die Unternehmen den SOA-Einstieg erleichtern soll. Doch bis erste Produkte auf den Markt kommen, dürfte noch mindestens ein Jahr vergehen.

Seit der ersten Ankündigung der Oslo-Roadmap am Firmensitz in Redmond läuft die Marketing-Maschine Microsofts auch in Sachen Service-orientierte Architekturen auf Hochtouren. Mit einer internationalen Roadshow versucht der Softwarekonzern derzeit, seine Konzepte zum Aufbau einer SOA bekannter zu machen. „Viele unserer Konkurrenten verkaufen SOA-Produkte“, erklärte Gavin King, Senior Product Manager Biztalk Server, auf einer Presseveranstaltung in München. Hinter SOA stecke indes kein Produkt, sondern ein Architekturstil. Der wesentliche Nutzen einer SOA liege in der

Natürlich geht es auch in Microsofts „SOA-Vision“ letztlich um Produkte, was schon am Aufgabenbereich Kings deutlich wird:



Microsoft verfolgt einen pragmatischen SOA-Ansatz, sagt Gavin King, Produkt-Manager Biztalk Server.

Im Mittelpunkt steht die Integrations- und Ablaufplattform Biztalk Server, die der Softwarekonzern zum zentralen Hub einer SOA ausbauen will. Die Oslo zugrunde liegenden Konzepte sollen schrittweise in künftige Versionen der hauseigenen Produkte einfließen, darunter Biztalk Server 6, Biztalk Services 1, Visual Studio 10, das .NET Framework 4 sowie System Center 5.

Im Wesentlichen dreht sich Oslo um drei Kernkomponenten: eine Art Meta-Modellierungssprache, die Business- und IT-Mitarbeiter gleichermaßen nutzen sollen, ein übergreifendes Repository und den Internet Service Bus (ISB) in Form der Biztalk Services. Microsofts Ansatz sehe vor, die künftige Services-Plattform nicht nur im Unternehmen, sondern auch darüber hinaus nutzbar zu machen, erläuterte King. Die Biztalk Services erweiterten Applikationen über die Firewall hinaus.

In seinen Funktionen sei der ISB vergleichbar mit denen eines

Enterprise Service Bus (ESB) für unternehmensinterne Zwecke, wie ihn etliche Softwarehersteller als Teil eines SOA-Stacks anbieten. Er übernimmt beispielsweise Aufgaben wie Message Routing oder Datentransformation. Darüber hinaus soll er sich mit Hilfe von Internet-Protokollen über Plattform- und Unternehmensgrenzen hinweg und damit auch außerhalb der Firewall nutzen lassen. Das System verwendet eine Publish-and-Subscribe Engine als Mechanismus, um Services zur Verfügung zu stellen.

Laut King handelt es sich beim ISB nicht um ein Produkt im herkömmlichen Sinn. Vielmehr stecken von Microsoft gehostete Services dahinter, die Unternehmen ohne großen Installationsaufwand in Anspruch nehmen könnten. Der Manager nannte diese Variante „Integration via

Services“. Klassische ESB-Produkte seien in der Regel mit hohen Anschaffungs- und Einführungskosten verbunden. Mit den Biztalk Services könnten Kunden solche Aufwendungen vermeiden. Als eine Art ESB Light ließen sich Biztalk Services auch ohne den schwergewichtigen Biztalk-Server nutzen, eine Option, die vor allem für kleine und mittlere Unternehmen interessant sein könne.

Applikationen sollen sich einfach zusammensetzen lassen

Ein wesentliches Ziel von Oslo ist es, zusammengesetzte Anwendungen (Composite Applications) möglichst einfach aus Softwareservices zu erstellen. Auch damit will Microsoft die Einstiegshürden für eine SOA senken. In diesem Kontext arbeitet der Hersteller an einer Meta-Modellierungssprache, die wesentlich einfacher zu nutzen sein soll als bisherige Systeme. Als Ziel erwarten die Strategen eine einheitliche Modellierungsumgebung für Business-Analysten, Architekten, Softwareentwickler und andere IT-Mitarbeiter. Über einen „Universal Editor“ erhielten alle Beteiligten eine End-to-End-Sicht auf alle Modelle, die IT- und Geschäftsprozesse abbilden, lautet das Versprechen. Die Produktivität in der Serviceentwicklung lasse sich auf diese Weise um ein Vielfaches steigern. Microsoft spricht in diesem Zusammenhang auch von einer „höheren Abstraktionsebene“.

In welcher Form diese Metaebene Eingang in künftige Produkte wie Visual Studio finden soll, ist offen. Dwight Davis vom Marktforschungs- und Beratungshaus Ovum vermutet, dass sich Microsoft dabei an der Services Modeling Language (SML) orientiert, die von zahlreichen IT-Herstellern unterstützt wird. Wie erfolgreich die Initiative der Windows-Company sein kann, muss sich erst noch erweisen. Eine universelle Sprache für die Modellierung von Prozessen und Anwendungen gehört zu den lang gehegten Träumen der IT-Anbieter, die bisher nicht in Erfüllung gegangen sind.

Repository stellt Metadaten zur Verfügung

Eng mit der Modellierungsumgebung verbunden ist eine Art Meta-Repository für SOA-Artefakte. Auch hier hat Microsoft noch nicht entschieden, ob das System als Stand-alone-Produkt vermarktet oder in andere Produkte integriert wird. Wahrscheinlich ist, dass das Repository auf der hauseigenen Daten-

bank SQL Server aufsetzen wird. Auf Repository-Funktionen zurückgreifen sollen dabei sowohl der Biztalk Server als auch die Entwicklungsumgebung Visual Studio und das System-Management-Produkt System Center.

Geteiltes Echo von Analysten und Marktforschern

Bis die Oslo-Roadmap komplett umgesetzt ist, könnten zwei bis drei Jahre vergehen, erklärte Produkt-Manager King. Erste Testversionen sollen 2008 verfügbar sein. Entsprechend zurückhaltend fallen die Kommentare von Analysten aus. „Oslo ist Microsofts Versuch, in den Marktseg-



Microsoft ist spät in den Markt für Composite Applications eingetreten, wundert sich Gartner Analyst Massimo Pezzini.

menten für Service-orientierte Architekturen (SOA) und Geschäftsprozess-Management Boden gutzumachen“, urteilt etwa Gartner in einer ersten Bewertung. Zudem bereite Oslo den Boden für weitere Fortschritte im Bereich Software-as-a-Service (SaaS). „Mit Oslo bietet sich für Microsoft die Gelegenheit, aus seiner SOA-Isolation auszubrechen und in eine Vorreiterrolle überzuwechseln.“

Bisher steht Oslo nur auf dem Papier

Dabei gehe die Initiative zum Teil weiter als derzeitige modellgetriebene Ansätze, beispielsweise hinsichtlich der geplanten Meta-Modellierungssprache. Allerdings sei Microsoft spät in den Markt für Composite Applications eingetreten: „Falls nicht in kurzer Zeit weitere Details veröffentlicht werden, besteht die Gefahr, dass Oslo entweder als Nachahmerprodukt oder als unrealistischer Plan eingeschätzt wird.“

Auch Ovum-Experte Davis sieht in der Initiative einen Schritt in die richtige Richtung. Oslo helfe dabei, Microsofts Pläne für eine Service-Orientierung und eine prozess- und modellbasierte Entwicklung deutlicher zu machen. Bisher allerdings handele es sich lediglich um eine „ambitionierte Roadmap“. (wh) ♦

Hier lesen Sie ...

- ♦ wie Microsoft die Themen SOA und BPM angehen will;
- ♦ was hinter der Initiative Oslo steckt;
- ♦ wie Analysten die SOA-Roadmap bewerten.

Agilität, die Unternehmen damit erreichen könnten, genauer gesagt in der Fähigkeit, Geschäftsprozesse rasch zu ändern. Im Gegensatz zu den großen Anbietern von Infrastruktursoftware verfolge Microsoft einen pragmatischen Ansatz, der den Aufbau einer SOA in vielen kleinen Schritten, vor allem aber mit einer deutlich niedrigeren Eintrittsschwelle ermögliche.

Anzeige

TECCHANNEL
IT EXPERTS INSIDE

JETZT NEU

- +++ Grundlagen: Wireless USB schließt Lücke zwischen WLAN und Bluetooth [Webcode1739328](#)
- +++ Praxis: Mit Vista auf Linux-Partitionen zugreifen [Webcode1739865](#)
- +++ Test: Intel Core 2 Extreme QX9770 [Webcode1740337](#)

MEHR UNTER

www.TecChannel.de

Bewährte Logistik



Mehr zum Thema



www.computerwoche.de/soa-expertenrat

Gehen die fetten Softwarejahre zu Ende?

Open Source und Software-as-a-Service (SaaS) sorgen für schwindende Margen.

Die interessantesten Schlagzeilen im Monat November, so berichtet der COMPUTERWOCHE Branchenmonitor, lieferten die Analysten von Gartner: Demnach können die Softwareanbieter langfristig nicht mehr mit den hohen Gewinnspannen kalkulieren, die bislang üblich waren. Nachdem die Anwender in der Vergangenheit schon die Preise für Hardware und Services erfolgreich gedrückt haben, kommt nun die Software an die Reihe, prophezeien die Marktforscher.

Neue Marktentwicklungen erhöhen den Druck auf die Anbieter. Beispielsweise gehen die Marktforscher davon aus, dass schon 2011 rund ein Viertel der neu angeschafften Business-Software über ein Software-as-a-Service-Modell (SaaS) bezogen wird. Das angestammte Geschäft der Softwarehersteller mit Lizenzverkäufen und Wartungseinnahmen könnte durch die Mietsoftware ins Wanken geraten.

Viele Anwender scheuen Neues

Noch machen die Softwareanbieter mit ihren klassischen Lizenzangeboten aber sehr gute Geschäfte. Die Wachstumsraten für Software liegen deutlich über dem Durchschnitt im ITK-Markt.

Dazu kommt, dass viele Anwender immer noch konservativ agieren, wenn es darum geht, Software einzukaufen. Zwar hat auch die Experten Goup festgestellt, dass sich bereits über 40 Prozent der Unternehmen mit alternativen Beschaffungsmodellen beschäftigen. In der Realität unterschreiben die meisten aber dann doch den Lizenzvertrag. Ihnen fehlen noch Mut und Vertrau-

en, um neue Wege zu beschreiten. Mit der Entscheidung für ein etabliertes System à la SAP fühlen sich die IT-Verantwortlichen auf der sicheren Seite – schließlich macht

das ja jeder. Selbst wenn es schiefgeht, befindet man sich in guter Gesellschaft.

Die Protagonisten des neuen Softwaremarkts müssen also wei-

ter für ihre Ideen trommeln. Allerdings machen Meldungen wie beispielsweise der Hacker-Angriff auf rund eine Million Salesforce.com-Nutzer schnell alle Bemühungen wieder zunichte.

Trotzdem wird sich der Softwaremarkt wandeln. Zu tief sitzt bei den Anwendern der Groll über die Abhängigkeit der vergangenen

Zeiten. Das Interesse und der Mut der Unternehmen, neue Modelle auszuprobieren, werden steigen. Die Zeiten, in denen ein arroganter Vertriebler dem Anwender nach einer gelangweilten Produktpräsentation nur noch den unterschrittsreifen Lizenzvertrag unter die Nase halten musste, sind jedenfalls vorbei. (ba) ◆



FOTO: JOACHIM WENDLER

Martin Bayer

Der ITK-Markt befindet sich in einem rasanten Wandel. CW-Redakteur Martin Bayer berichtet Monat für Monat im **Branchenmonitor** über die wichtigsten Ereignisse. Die umfassende Monatsschau finden Besucher von **computerwoche.de** im Premium-Bereich.



12 Millionen Bestellungen pro Jahr.

15,5 Millionen Euro Verlust durch Fehler.

Fakt ist:

Was Sie nicht überblicken, können Sie nicht steuern. Viele Unternehmen leiden unter zunehmend komplexen Prozessen und vertrauen trotzdem noch auf die manuelle Auftragsbearbeitung via Brief, Fax oder E-Mail. Dies schlägt sich in millionenstarken Umsatzeinbußen jährlich nieder*. Lassen Sie nicht zu, dass Ihr Unternehmen dasselbe Schicksal ereilt, und vertrauen Sie auf einen kompetenten Partner. Das Sterling Collaboration Network vereinfacht den Datenaustausch und die Kommunikation zwischen den Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Manuelle Transaktionen entfallen und Sie erhalten einen detaillierten Überblick über Ihre Daten in Echtzeit. So treffen Sie Entscheidungen nicht nur schneller, sondern verbessern darüber hinaus Ihren Kundenservice. Überzeugen Sie sich! Unter www.sterlingcommerce.de/b2b-fakten können Sie kostenlos Ihre Einsparmöglichkeiten errechnen.

Business ohne Grenzen™

**sterling
commerce**
An AT&T Company

* Ergebnisse der Vanson Bourne Studie, August 2007.

©2007 Sterling Commerce, Inc. ALLE RECHTE VORBEHALTEN. Sterling Commerce, Business ohne Grenzen, und das Sterling Commerce Logo sind Warenzeichen von Sterling Commerce, Inc. Sterling Commerce ist ein Tochterunternehmen von AT&T.