

# COMPUTERWOCHE

NACHRICHTEN ♦ ANALYSEN ♦ TRENDS



### MOBILE COMPUTING

## Lockruf des Goldes

Der Werbekuchen im Mobilfunkmarkt wird jetzt verteilt. Google steht in den Startlöchern, Microsoft, Nokia und die Mobilfunkhersteller hoffen ebenfalls. **SEITE 8**



### ULTRA-MOBILE-PC

## Duell der Leichtgewichte

Ultra-Mobile-PCs sind in, die CeBIT wird es wieder beweisen. Wir haben den „Q1-Ultra“ von Samsung mit dem „U60“ von Gigabyte verglichen. **SEITE 18**



### ÖFFENTLICHER DIENST

## Karriere beim Staat?

Viele IT-Profis verbinden mit einer Karriere in der Verwaltung Bürokratie und Langeweile. Die Praxis zeigt: Es geht auch anders. **SEITE 32**

Kategorie	2007	2006
Systeme/Datenbanken	758	621
Anwendungsentwicklung	523	467
Rechenzentrum	475	497

### COMPUTERWOCHE TV



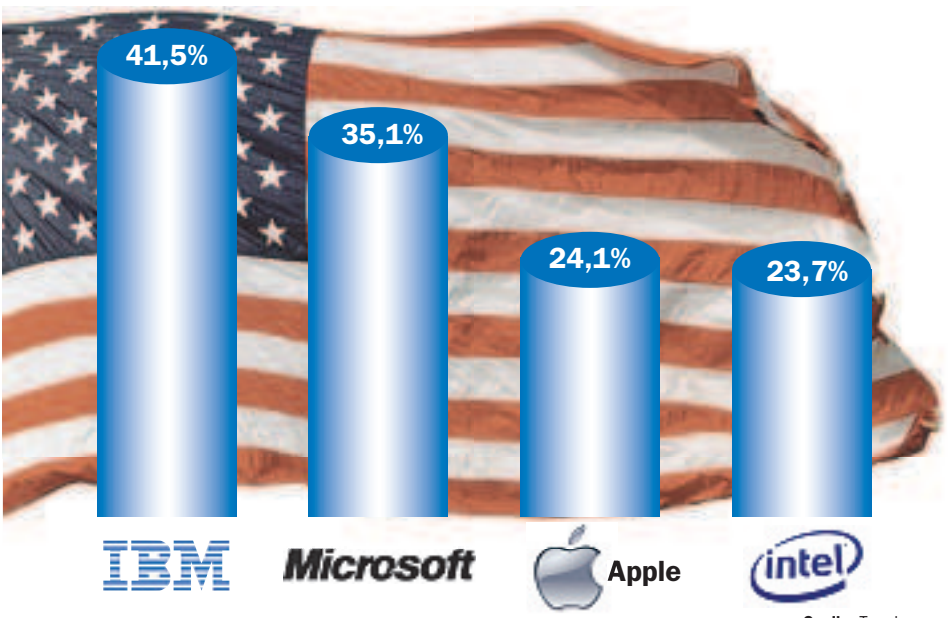
Brandaktuelle Notebooks zur CeBIT

- ◆ **Notebooks der Zukunft**  
Wir zeigen Notebooks, die erst zur CeBIT offiziell vorgestellt werden.
- ◆ **HP-Chef im Gespräch**  
Hans-Ulrich Holdenried sieht HP gegen Konjunkturschwächen gefeit.

# Lieber IBM und HP als Bayer und VW

Europas Informatiknachwuchs zieht US-Unternehmen als potenzielle Arbeitgeber vor.

## Wo europäische Informatikstudenten arbeiten wollen



US-Unternehmen dominieren eindeutig die Liste der unter den europäischen Informatikstudenten beliebtesten Arbeitgeber.

Deutsche Unternehmen haben bei europäischen Informatikstudenten einen schweren Stand. Das fand das Berliner Trendence-Institut heraus, das 11 000 Studenten aus 18 europäischen Ländern für die COMPUTERWOCHE befragte. Unter den zehn Toparbeitgebern für IT-Studenten findet sich kein einziges deutsches Unternehmen.

Es dominieren die amerikanischen Konzerne, angeführt von IBM, Microsoft, Apple, Intel und AMD. Ebenfalls weit vorne liegen die Silicon-Valley-Firmen Sun, Cisco und Hewlett-Packard. Einziger Europäer ist Nokia auf Platz sechs, außerdem schaffte es Sony als asiatisches Unternehmen auf den neunten Rang. Immerhin sind fünf deutsche Firmen zwischen Platz zehn und 20 gelistet – angefangen mit Siemens (Platz 11), SAP (12) und BMW (13). Ebenfalls dabei sind Porsche (16)

und die Fraunhofer-Gesellschaft. Im Ranking der 50 beliebtesten Arbeitgeber fehlen große Namen wie die Allianz, Deutsche Bank, Audi oder Bayer vollständig.

Bayer-CIO Andreas Resch führt das darauf zurück, dass sein Unternehmen vor allem als Aspirin-Hersteller bekannt ist und weniger als interessanter IT-Arbeitgeber. Auch Audi-CIO Klaus Straub weiß, dass der Autohersteller eher unter Ingenieuren als unter Informatikern als eine erste Adresse kursiert. Beide sind jedoch dabei, auch auf europäischer Ebene die Recruiting-Bemühungen an Hochschulen zu intensivieren. Ähnliche Pläne hegt auch SAP. Personal-Manager Steffen Laick relativiert aber, man werde auch künftig nicht nach dem Gießkannenprinzip das Hochschul-Marketing-Budget verpulvern, „wie das einige unserer Wettbewerber tun“ (siehe ausführlichen Bericht auf Seite 6). (hk)

### ZAHL DER WOCHE

**83 Prozent** der Jugendlichen nutzen das Internet täglich oder mehrmals pro Woche, berichtet der ITK-Branchenverband Bitkom. Während Mädchen im Web vor allem kommunizieren und sich gegenseitig bei den Hausaufgaben helfen, nutzen Jungs allgemeine Informations- und Unterhaltungsangebote wie Musik, Filme und aktuelle Nachrichten. Laut Studie sind 85 Prozent der Jungen und 80 Prozent der Mädchen von zwölf bis 19 Jahren regelmäßig online. Dabei nutzen 88 Prozent der Gymnasiasten und 82 Prozent der Realschüler regelmäßig das Netz, aber nur 72 Prozent der Hauptschüler.

## Sun wird Texas Instruments untreu

Sun Microsystems lässt seine Sparc-Chips künftig von Taiwan Semiconductor Manufacturing Corp. (TSMC) und nicht mehr von Texas Instruments produzieren. Hintergrund sind die Kosten: TSMC, der weltweit größte Auftragsfertiger, kann für Sun auch in einem Prozess mit Strukturweiten von 45 Nanometern produzieren, während TI seine Fertigung bei 65 Nanometern einfror. Allerdings wird TI auch weiterhin für Sun arbeiten, unter anderem im Bereich Testing. (tc)



### DIESE WOCHE

## Industrialisieren – in Grenzen!

Zentral oder dezentral? Konfektionsware oder Maßanzug? Auf den Hamburger Strategietagen wurden wichtige Grundsatzfragen diskutiert. **IT-Strategie SEITE 29**

## Zuschlag für Cognizant?

Die Telekom hat mit Cognizant offenbar endlich den Wunschpartner für T-Systems gefunden. **Nachrichten SEITE 6**

## Mobilfunk im Stress

Auf dem Mobile World Congress in Barcelona hatten nicht mehr Schaumschläger, sondern Pragmatiker das Sagen. **Produkte & Technologien SEITE 13**

## Visual Studio 2008

Microsofts Entwicklungsplattform bietet mehr Komfort und Performance als ihr Vorgänger Visual Studio 2005. **Produkte & Technologien SEITE 16**

## Lizenz-Management

Wer seine Softwarelizenzen in Ordnung hält, kann Kosten sparen und muss keinen Audit durch den Hersteller fürchten. **Schwerpunkt SEITE 20**

**Holdenried sieht HP auf Kurs 5**



Hans-Ulrich Holdenried, Geschäftsführer der Hewlett-Packard Deutschland GmbH, zeigt sich im CW-Gespräch ungeachtet der konjunkturellen Unsicherheiten zuversichtlich.

**NACHRICHTEN UND ANALYSEN**

**Blu-ray bezwingt HD-DVD 4**

Im Ringen um die Nachfolge der DVD ist die Entscheidung für Sonys Blu-ray-Format gefallen. Toshiba verzichtet auf weitere Versuche, HD-DVD durchzusetzen.

**Leichtes Beben im Softwaremarkt 10**

Die Diskussionen um eine möglicherweise bevorstehende Rezession wirken sich auf den Softwaremarkt aus – bisher allerdings nur leicht.

**PRODUKTE & TECHNOLOGIEN**

**Mobile World holt Luft 12**

Auf dem Mobile World Congress in Barcelona waren Hersteller und Netzbetreiber vollauf damit beschäftigt, ihre Versprechen der vergangenen Jahre einzulösen.

**Virtuelles Netz senkt TK-Kosten 14**

Der Dräger-Konzern hat sein WAN an einen virtuellen Netzbetreiber ausgelagert. Das Resultat sind niedrigere Kosten und eine höhere Servicequalität.

**PRODUKTE & TECHNOLOGIEN**

**PRAXIS**

**Tipps für Ultra-Mobile-PCs 18**

Wer ein Mini-Notebook kaufen will, sollte vor allem die Handhabung vorher testen. Im Praxistest traten Produkte von Samsung („Q1“) und Gigabyte („U60“) gegeneinander an. Beide haben Stärken und Schwächen.

**Kleine Helfer 19**

**IT-STRATEGIEN**

**Was die IT an Standards braucht 29**

Sollte ein moderner Dschingis Khan die IT-Routen überwachen? Oder muss der CIO den Unternehmensbereichen mehr Freiheit einräumen? Darüber diskutierten die Teilnehmer der „Hamburger IT-Strategietage“.

**Der modellbasierende Weg zur SOA 30**

Direkt ausführbare Modelle haben Intrum Justitia geholfen, seine Kernanwendung „Recash“ in eine Service-orientierte Architektur zu übertragen.

**IT-SERVICES**

**Warum gute Verträge so aufwändig sind 31**

Große Outsourcing-Deals scheitern meist nicht an fachlichen Anforderungen, sondern an einem mangelhaften Kontrakt-Management. Allerdings ist der damit verbundene Aufwand nicht zu unterschätzen.

**JOB & KARRIERE**

**Keine Karteikartenhüter 32**

Die öffentliche Verwaltung hat interessante IT-Jobs zu vergeben. Drei „IT-Beamte“ berichten über ihre Arbeit.

**Klare und präzise Sätze 34**

Die Online-Bewerbung muss sorgfältig vorbereitet sein. Marina Sverdel von der Internet-Jobbörse Stepstone warnt vor jeder Art von Schlampigkeit.

**CW-TOPICS: GREEN IT**

Schafft die IT die Öko-Wende?  
Verlegerbeilage ab Seite 25.

**STANDARDS**

**Impressum 34**  
**Stellenmarkt 43**  
**Zahlen – Prognosen – Trends 50**  
**Im Heft erwähnte Hersteller 50**

**SCHWERPUNKT: SOFTWARE-LIZENZ-MANAGEMENT**

**Herausforderung Lizenz-Management 20**

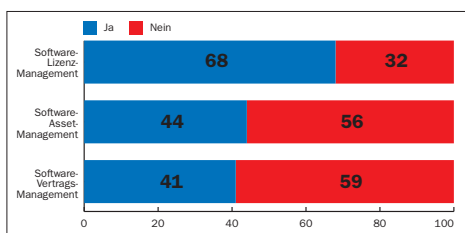
Aktuelle Trends in Sachen Softwareverwaltung

**Softwarekosten senken 22**

Wie die Swisscom IT ihre Lizenzen in den Griff bekam.

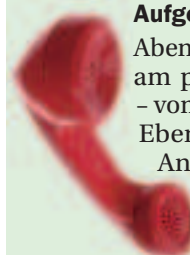
**Den Software-Lifecycle im Blick 24**

Wie Anwender das Projekt Lizenz-Management angehen sollten.



**COMPUTERWOCHE.de**

**Die Highlights der Woche**



**Aufgelegt – nervende Call-Center**

Abends häufen sich die Call-Center-Anrufe am privaten Telefon: Verkauft wird alles – vom DSL-Anschluss bis zur Versicherung. Ebenso nervtötend können telefonische Anfragen bei Servicenummern sein. Lange Wartezeiten, unfreundliche Agenten. Schildern Sie ihre Erlebnisse.

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

**Die besten Web-2.0-Tools**

Das Internet stellt eine Fülle an kostenlosen oder preiswerten Tools bereit, mit denen Anwender ihre Arbeit vereinfachen können. Vor allem im Bereich Collaboration ist eine Menge geboten. Wir haben einige der besten Werkzeuge für Sie zusammengestellt.

[www.computerwoche.de/1855117](http://www.computerwoche.de/1855117)

**Die IT braucht ein neues Profil**

IDC-Analyst Martin Haas, beschreibt, wie sich die Aufgaben der IT-Abteilungen verändern und wie sich deren Mitarbeiter auf diesen Wandel vorbereiten müssen.



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

**Linux-Desktops im Unternehmen**

Während Linux sich als Server-Betriebssystem etabliert hat, kommt es im Desktop-Bereich nicht richtig in Fahrt. Diese Entwicklung zeigt sich auch auf der CeBIT 2008.

[www.computerwoche.de/1855849](http://www.computerwoche.de/1855849)

**Visual Studio 2008**

Visual Studio 2008 steht offiziell seit Februar in deutscher Version in den Startlöchern. Auch wenn es sich insgesamt nur um einen kleineren Release-Wechsel handelt, so bietet die neue Version doch für Entwickler in allen Bereichen erfreuliche Verbesserungen.

[wiki.computerwoche.de/doku.php/programmierung/visual-studio](http://wiki.computerwoche.de/doku.php/programmierung/visual-studio)



**SPRN SE NICHT AN DER FLISCHN STILLE. SPRN SELBER BEI DEN SOFTWAREKOSTEN.**

Und jetzt noch mal ausführlich: Beim Marktführer usedSoft bekommen Sie gebrauchte Software nahezu aller großen Marken bis zu 50% günstiger. Lückenlose Infos auf der CeBIT Halle 4, Stand B70 oder unter [www.usedSoft.com](http://www.usedSoft.com)

**usedSoft®**  
WERFEN SIE IHR GELD NICHT AUS DEM WINDOW



# MENSCHEN

## IT-Leiter wird Konzern-CIO



Hartmut Schröder, seit vier Jahren als IT-Leiter von Hectas Deutschland tätig, hat die Aufgabe des CIO für den Gesamtkonzern Hectas Europa übernommen. In der neu geschaffenen Position, die einen Sitz im Global IT Board des Mutterkonzerns Vorwerk mit einschließt, wird der 41-jährige Kaufmann am Aufbau einer internationalen IT-Strategie und der Entwicklung eines europaweit einheitlichen SAP-Systems für den in acht Ländern aktiven Gebäudedienstleister mitwirken.

## Frank Sempert wird OSBF-Sprecher

Neben dem Vorstandsvorsitzenden Richard Seibt wird künftig auch Frank Sempert die europäische Verbandstätigkeit für die Open Source Business Foundation (OSBF), ein Netzwerk für die europäische Open-Source-Branche, ankurbeln. Sempert bringt gut drei Jahrzehnte Erfahrung mit: Neben Führungspositionen bei Informix, Ericsson, Wang und Olivetti war er fünf Jahre lang als CEO Central Europe für das Beratungs- und Marktforschungsunternehmen Gartner tätig.



## Gutt wechselt die Seite



Der frühere IT-Vorstand der Victoria-Versicherung, Claus-Peter Gutt, ist seit Januar Vorsitzender der Geschäftsführung von VersIT, dem gemeinsamen IT-Dienstleister der Stuttgarter SV Sparkassen-Versicherung und der Münsteraner Provinzial-Nordwest-Gruppe. Zusammen mit den beiden weiteren Geschäftsführern Hans-Josef Homscheid und Ex-Gerling-CIO Günter Nieuwenhuis wird sich der 54-Jährige unter anderem dem Ziel widmen, bis 2010 eine einheitliche IT-Anwendungslandschaft zu schaffen. Gutt hatte im Juni 2007 nach 17 Jahren die Düsseldorfer Victoria-Versicherung verlassen.

## Neue Vertriebspitze für SoftM

Ekkehardt Spieth leitet seit Jahresbeginn bei SoftM den Bereich Beratung und Vertrieb für die ERP- und Finance-Produktlinien. An den 40-jährigen, der zuletzt als Geschäftsführer bei dem SAP-Beratungshaus A.W. Faber-Castell Consulting arbeitete, berichten die Leiter der Beratung in den einzelnen Regionen sowie der neue Leiter des SoftM-eigenen Vertriebs für die ERP- und Finance-Produktlinien, Norbert Koch. Der 51-Jährige stieß wie Spieth im Rahmen der zentralen Ausrichtung des Vertriebs zu dem Münchner Softwarehaus.

## Ex-IBM-Chef Bernhard Dorn ist tot

Bernhard Dorn, der von 1987 bis 1995 Geschäftsführer der IBM Deutschland GmbH war, ist am 10. Februar 2008 gestorben. Dorn war seit 1963 bei Big Blue beschäftigt. Der gebürtige Franke hatte in den 32 Jahren seiner Tätigkeit bei der IBM wesentliche Geschäftsbereiche aufgebaut. In den schwierigen Jahren der IBM Anfang bis Mitte der 90er Jahre war Dorn an einem grundlegenden Umbau des Konzerns beteiligt, dem auch in Deutschland viele Stellen zum Opfer fielen. Dorn gab seinen Posten als IBM-Geschäftsführer Ende 1995 ab, blieb dem Unternehmen aber in der Funktion eines Beraters und Aufsichtsratsmitglieds weiter verbunden.



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

Kolumne

## Zerreißprobe für SAP

Die Walldorfer SAP steckt in einem Konflikt. Um die Konzernziele zu erreichen – eine Verdoppelung des Umsatzes bis 2010 und die Ausweitung der Kundenliste auf 100 000 Unternehmen –, muss SAP tiefer in den Mittelstand vordringen. Mit den vorkonfigurierten Lösungen der All-in-One-Reihe ist ein Anfang gemacht, und auch das für Kleinbetriebe bis 100 Mitarbeitern vorgesehene Business One verkauft sich inzwischen recht ordentlich. Sollen aber die Ziele erreicht werden, muss die neue On-Demand-Software „Business ByDesign“ unbedingt ein Erfolg werden.

Dazu plant SAP mit Vertriebspartnern. Diese sollen in erster Linie als Reseller agieren und in verkauften Stückzahlen denken. Hier beginnen die Probleme: SAP-Partner, die bislang beratungsintensive Produkte über längere Zeiträume beim Kunden einführten und dabei gut verdienten, sollen nun für den Massenvertrieb von Mietsoftware begeistert werden. Mittelstands-Manager Andreas Naunin beschwichigte kürzlich auf einer SAP-Partnerveranstaltung mit dem Argument, Business-ByDesign-Partner könnten an Einführung und Schulung mitverdienen. Auf SAPs Website heißt es aber: „Anwender selbst können die Lösung schnell und individuell konfigurieren – ein kundenspezifischer Try-and-Buy-Prozess macht dies möglich. Zentrale Bestandteile der Lösung sind eine Lernumgebung und standardmäßige Services- und Supportleistungen.“

Kein Zweifel, SAP steckt in der Klemme. Will der Softwaregigant sein SaaS-Produkt über Reseller



Heinrich Vaske  
Chefredakteur CW

verkaufen, muss er seinen Mittelstandspartnern klarmachen, warum es sich lohnt, das Beratungsgeschäft zurückzufahren und zu Wiederverkäufern zu werden. Oder er muss neue Reseller finden, die in Konkurrenz zu den bestehenden Mittelstandspartnern treten. Der Ärger ist vorprogrammiert.

Die angepeilten Kundengruppen für All-in-One und Business ByDesign weisen zu allem Überfluss Überschneidungen auf. Partner, die beide Produkte vermarkten, werden versucht

sein, zunächst die lukrativere On-Premise-Software zu verkaufen, um an Service- und Beratungsleistungen zu verdienen. In diesem Falle würde die Mietsoftware zum Ladenhüter. Da das nicht im Sinne der SAP ist, wird sich das Mittelstandsnetz der Walldorfer verzweigen: SAP-Partner verkaufen entweder stationäre oder On-demand-Software und werden zu Konkurrenten.

Der Konflikt dürfte sich zuspitzen, je stärker sich Business ByDesign im Markt durchsetzt. SAP etabliert damit eine Software, die Sprengstoff für das gesamte Partner-Ökosystem der Walldorfer birgt. Die Walldorfer wissen das, doch sie haben keine Wahl. Verkaufen sie Business ByDesign direkt – so wie es der Erzrivale Salesforce.com tut –, sagen sie allen Mittelstandspartnern den Kampf an. Gehen sie den indirekten Weg, riskieren sie Channel-Konflikte in noch nicht abzuschätzendem Ausmaß. Man darf gespannt sein, ob und wie sich SAP aus dieser Situation befreien kann.

## Toshiba gibt auf – Blu-ray setzt sich durch

Nachdem der weltgrößte Einzelhändler Wal-Mart entschieden hat, künftig auf Sonys Format zu setzen, wirft die HD-DVD-Konkurrenz das Handtuch.

Der Formatstreit um die Nachfolge der DVD ist entschieden. Der japanische Elektronikkonzern Toshiba stellte am Dienstag seine Unterstützung für das Format HD DVD ein. Man werde HD-DVD-Abspielgeräte und Rekorder nicht mehr länger entwickeln, herstellen und vermarkten, teilte Toshiba mit. Besitzer von HD-DVD-Geräten erhalten weiterhin den vollen Kundenservice.

Dass sich die Industrie dieses Jahr für eines der beiden Formate entscheiden würde, deutete sich bereits Anfang Januar 2008 an. Da nämlich entschied das Hollywood-Studio Warner Bros., die Nummer eins in der Videobranche, künftig nur noch Sonys Blu-ray-Format zu bedienen. Später kehrten dann sowohl die größte US-Elektronikkette Best Buy als auch der Online-Videoverleiher Netflix dem HD-DVD-Format den Rücken.

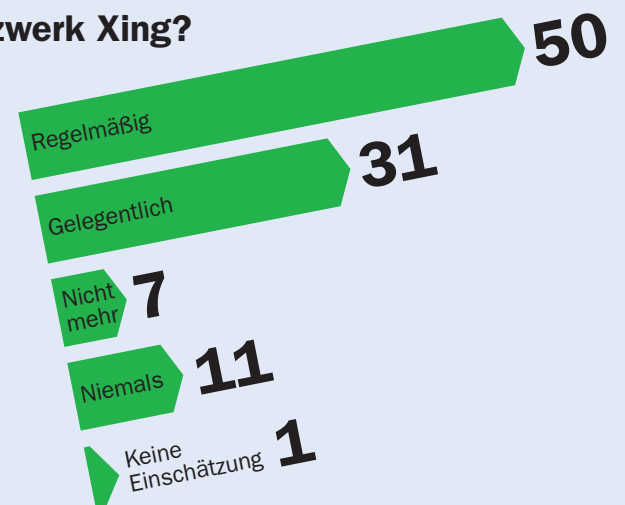
Dabei war Toshibas Kampf nicht aussichtslos gewesen. Der Konzern hatte immerhin die ITK-Größen Microsoft und Intel für das HD-DVD-Format gewinnen können. Sony andererseits hatte die bekannten Unterhaltselektronikkonzerne Philips, Panasonic und Samsung um sich geschart. Auch Apple, das in aller Regel ein gutes Gespür für Trends besitzt, favorisiert Blu-ray.

Neben Wal-Mart, dessen Entscheidung für Blu-ray nun der HD-DVD-Technik den Todesstoß versetzt hat, hat sich in den vergangenen Monaten noch eine Branche mehrheitlich für das Videoformat Blu-ray entschieden: die Pornohersteller. Dieser In-

dustriezweig hat erheblichen Einfluss auf die Durchsetzung von Videostandards. Doch bei der Wahl zwischen dem herkömmlichen Vertrieb auf Discs oder über das Internet könnten sowohl Blu-ray als auch HD-DVD verloren haben. (tc/jm) ♦

## Frage der Woche

Wie nutzen Sie das soziale Business-Netzwerk Xing?



Die überwiegende Mehrheit der Leser von CW-Online ist gut vernetzt – Xing-Verweigerer bilden eine Splittergruppe.

Quelle: Computerwoche.de; Angaben in Prozent; Basis: 780



# „Uns kommen die Trends entgegen“

Hans-Ulrich Holdenried, General Manager von HP Deutschland, glaubt an Hewlett-Packards Organisation und Strategie. Schwächen im Bereich SOA und BI sieht er zwar, hält sie aber für behebbar.

VON CW-REDAKTEUR CHRISTOPH WITTE

**CW:** Als Sie die guten Zahlen für das vergangene Geschäftsjahr bekannt gaben, äußerten Sie sich auch für das laufende Jahr sehr zuversichtlich. Worauf gründet dieser Optimismus?

**HOLDENRIED:** Trotz der sich eintrübenden Konjunkturaussichten bleibe ich optimistisch. Unser Abschneiden im Markt hängt nicht nur vom Gesamtwachstum der Wirtschaft ab. Zu dieser Gleichung gehören außerdem die Entwicklung des IT-Markts und unsere eigene Ausrichtung. Und gerade diese interne Komponente bestärkt mich.

Wenn Sie unser Unternehmen vor drei Jahren mit heute vergleichen, werden Sie einen deutlichen Unterschied feststellen. Das gilt nicht nur für die externe Wahrnehmung, sondern auch für die internen Abläufe. Nach Abschluss der 2005 angekündigten Restrukturierung haben wir heute Kostenstrukturen, die mit den früheren nicht vergleichbar sind. Außerdem sind wir mit unserem Produktportfolio verflucht gut aufgestellt. Ein gutes Beispiel ist die PC-Sparte. Dort lässt sich am deutlichsten erkennen, was auch für die anderen Bereiche gilt: Innovation zählt wieder mehr bei HP.

**CW:** Und wie entwickelt sich der IT-Markt?

**HOLDENRIED:** Wir wollen natürlich mindestens so stark wachsen wie der Markt – das wäre ein Plus von zwei bis drei Prozent. Aber ich habe mit Mark Hurd schon einen Chef, der größere Erwartungen hat. Die Trends im



„Wir tun mehr, als wir sagen. Das ist ein altes HP-Problem, wir tun viel, aber wir kommunizieren es manchmal zu wenig.“

unterstützen den SOA-Ansatz sehr stark.

**CW:** Ihr oberster Softwarechef Tom Hogan hat vor kurzem gesagt, dass HP viel Geld für Akquisitionen habe und da durchaus Größeres zu erwarten sei. Plant HP, das Geld auszugeben, um sich in Sachen SOA zu verstärken?

**HOLDENRIED:** Dazu kann ich nichts sagen. Das wird wirklich in der Konzernzentrale entschieden und auch kommuniziert. Aber es gibt ein paar Fakten. Unsere Cash-Position ist sehr

gut zurzeit. Das bringt uns strategische Flexibilität. Die haben wir bisher mit den Übernahmen von Peregrine, Mercury und Opsware selektiv genutzt – vor allem im Softwareumfeld. Das ist bisher sehr gut aufgegangen.

**CW:** Im Verhältnis zum Wettbewerb begnügt sich HP mit relativ kleinen Übernahmen. Gleichzeitig konsolidiert sich der Softwaremarkt zurzeit sehr stark. Befürchten Sie nicht, dass die entscheidenden Übernahmen ohne HP geschlagen werden? Schließlich wird es immer schwieriger, organisch zu wachsen.

**HOLDENRIED:** Natürlich schreitet die Konsolidierung voran. Das ist

eine Binsenweisheit. Aber anders als im Hardwarebereich treten im Softwaremarkt immer wieder neue Player auf den Markt. Deshalb ist mir da nicht bange. Ich bin sicher, wir verfolgen die richtige Akquisitionsstrategie. Ich kenne meinen Chef Mark Hurd genau. Wir werden sicher nichts kaufen, nur weil andere auf dem Akquisitionstrip sind.

**CW:** Ein Jahrzehnt setzte Ihr Hauptkonkurrent IBM alles auf die Servicekarte. Jetzt steigt er mit der Übernahme von Cognos wieder in das Applikationsgeschäft ein. Kann man das als Anzeichen dafür werten, dass IBM im Servicegeschäft nicht mehr genügend Wachstumspotenzial sieht?

**HOLDENRIED:** Zunächst heißt das nur, dass die IBM, genauso wie übrigens HP, enormes Potenzial im Segment Business Intelligence sieht. Wir setzen jedenfalls weiter auf Services als Wachstumstreiber.

**CW:** Beim Thema BI scheint HP genauso unterrepräsentiert zu sein wie bei SOA.

**HOLDENRIED:** Wir geben da intern sehr viel Gas. Aber Sie müssen bedenken, dass wir in diesen Bereich neu einsteigen. Die Frage ist da, wie stark man trommeln soll, wenn man im Aufbau ist

**CW:** Dell, Ihren ewigen Konkurrenten im PC-Markt, hatten Sie zurückgedrängt. Nach Jahren vergeblicher Bemühungen konnte sich HP auf der Position des weltweiten Marktführers festsetzen. Jetzt scheint Dell wieder Boden gutzumachen.

**HOLDENRIED:** Wegen eines Quartals, in dem Dell in den USA jetzt vorgelegen hat, mache ich mir keine Sorgen. Viel wichtiger sind mir die fundamentalen Daten. Unser PC-Geschäft war im vergangenen Jahr 36 Milliarden Dollar groß, bei einem Umsatzwachstum von 25 Prozent und einer Marge von 5,3 Prozent. Das sind Werte, die wir sehr exakt verfolgen. An unserem PC-Geschäft sehen Sie, dass es richtig war, uns nicht von diesem Business zu trennen.

**CW:** Welches ist für Sie der wichtigste Trend im PC-Markt?

**HOLDENRIED:** Mobilität. Das ist überhaupt keine Frage. Die Laptop-, Subnotebook- und Ultramobile-Segmente wachsen am stärksten. Das gilt für das Business- und das Privatkundengeschäft. Immer wichtiger wird der Lifestyle-Effekt dieser Geräte. Speziell bei Männern avanciert der Laptop neben Uhr und Handy zum wichtigen Accessoire. Darauf ist HP gut vorbereitet. Unsere Geräte sind inzwischen richtig schick. Die zeigt man gerne her.

**CW:** Parallel dazu scheint sich gerade bei den Ultramobile-Laptops ein Billigsegment zur eröffnen. Denken Sie nur an den Erfolg des Eee-PC von Asus.

**HOLDENRIED:** Das scheint so zu sein, ja. Aber ich persönlich glaub-

„Speziell für Männer avanciert der Laptop neben Uhr und Handy zum wichtigen Accessoire.“

be, dass die Massenmärkte für Geräte dieser Kategorie nicht mehr in Westeuropa oder USA liegen, sondern in Indien, China und anderen Schwellenländern.

**CW:** Wie sehen Ihre Kunden das Thema Green IT? Interessieren die sich dafür? Im Moment drängt sich der Eindruck auf, es sei ein Herstellerthema.

**HOLDENRIED:** Nein, das ist ein Business-Thema. Da muss man niemanden überzeugen. Jeder kann das anhand von Daten überprüfen. Langsam fallen die hohen Energiekosten in Rechenzentren wirklich fast allen auf. Das ist ein fundamentaler Kostenfaktor. ◆

## Holdenried persönlich



**CW:** Welchen Einfluss hat ein Statthalter oder der General Manager eines Landes auf das Geschäft von HP?

**HOLDENRIED:** Mit der Bezeichnung General Manager kann ich mich viel eher anfreunden als mit dem Wort Statthalter. Ich sehe mich als Bindeglied zwischen dem globalen Konzern und dem lokalen deutschen Markt. Je stärker die zu treffenden Entscheidungen den Kunden in meinem Markt betreffen, desto größer ist mein Einfluss.

**CW:** Gibt es Dinge, die HP-Manager überhaupt nicht tun dürfen?

**HOLDENRIED:** Wenn ich gegen die HP-Geschäftsgrundsätze, also unsere „Standards of Business Conduct“ verstoße, habe ich genauso wie jeder andere HP-Mitarbeiter ein gravierendes Problem. Der schnellste Weg, mein Golfhandycap zu verbessern, wäre Bestechungsgeld zu zahlen.

**CW:** Welche Aufgabe fällt Ihnen am schwersten?

**HOLDENRIED:** Mitarbeiter zu entlassen. Das gehört zwar zu meinem Job, aber es fällt mir schwer. Vielleicht hat das aber auch mit HP zu tun. Vor dem Jahr 2001 hatten wir nie Restrukturierungen, da musste ich nur die Leute bitten zu gehen, mit denen es absolut nicht funktioniert hat. Das ist in Restrukturierungszeiten ganz anders.

**CW:** Welche Art von Arbeit fällt Ihnen leicht?

**HOLDENRIED:** Nach 30 Jahren in der IT fällt es mir leicht, mit Zahlen zu arbeiten. Insgesamt mag ich das Analytische sehr gern, rational an die Dinge heranzugehen und sie genau unter die Lupe zu nehmen. Und mit Menschen gehe ich gerne um. Da bin ich, glaube ich, auch ganz gut. Marketing musste ich dagegen lernen.

„Innovation zählt bei Hewlett-Packard wieder mehr.“

IT-Markt kommen uns entgegen. Das gilt zum Beispiel für die Nachfrage nach Infrastrukturen, die flexibel genug sind, um die sich rapide ändernden Geschäftsmodelle zu unterstützen.

**CW:** Die bisherigen Softwareankündigungen und Zukäufe haben mit den Themen Infrastruktur und System-Management zu tun. Warum hält sich HP so bedeckt in Sachen SOA? Im Gegensatz zu den Mitbewerbern hört man da von HP sehr wenig.

**HOLDENRIED:** Wir tun mehr, als wir sagen. Das ist ein altes HP-Problem, wir tun viel, aber wir kommunizieren es manchmal zu wenig. Sowohl unsere Software- als auch unsere Servicestrategie



# Junge Informatiker zieht es zu US-Firmen

Europäische IT-Studenten möchten am liebsten in amerikanischen Unternehmen arbeiten.

VON CW-REDAKTEUR HANS KÖNIGES

Nur Nokia und Sony haben es geschafft, die Phalanx der US-Unternehmen zu durchbrechen: Unter den zehn attraktivsten IT-Arbeitgebern in Europa finden sich sonst nur US-Firmen. Die Nummer eins in der Gunst der europäischen Informatikstudenten ist IBM, es folgen Microsoft, Apple, Intel und AMD. Zu diesem Ergebnis kommt das Trendence-Institut in der aktuellen Auswertung seines europäischen Studentenbarometers.

„Traditionell sind den Studierenden bei der Wahl ihres Arbeitgebers Kriterien wie der Erfolg eines Unternehmens am Markt, die Attraktivität von Produkten und Dienstleistungen sowie die konkreten Arbeitsaufgaben am wichtigsten“, kommentiert Trendence-Beraterin Lena Steinberg das Ergebnis. Das gelte auch für die europäischen IT-Studierenden, die im European Student Barometer 2007 IBM, Microsoft und Apple als Top-Arbeitgeber

## Begehrte Arbeitgeber

Rang	Unternehmen	Prozent
1	IBM	41,5
2	Microsoft	35,1
3	Apple	24,1
4	Intel	23,7
5	AMD	22,6
6	Nokia	18,1
7	Sun Microsystems	17,5
8	Cisco Systems	16,6
9	Sony	16,6
10	Hewlett-Packard	14,9
11	Siemens	14,8
12	SAP	14,1
13	BMW Group	12,6
14	Oracle	11,9
15	Accenture	9,6
16	Porsche	9,1
17	Vodafone	8,7
18	Fraunhofer	7,0
19	Ericsson	6,5
20	Philips	6,3

Quelle: Trendence

gewählt haben. „Diese Unternehmen haben gemeinsam, dass sie als Marken ständig präsent sind und eine hohe Anziehungskraft vermitteln. Außerdem rekrutieren sie in zahlreichen Ländern Europas ihre zukünftigen Mitarbeiter und sind deshalb flächendeckend als Employer Brands bekannt“, so Steinberg.

Sie führt noch ein weiteres Argument an: Mit Firmen wie Apple oder Sun würden immer noch die Erfolgsgeschichten des Silicon Valley in Zusammenhang gebracht, und sie ständen für beispielhafte Karrieren am Puls der IT-Branche. „Für Informatikabsolventen stellen amerikanische Unternehmen das Karrieresprung-

brett schlechthin dar“, ist die Trendence-Analystin überzeugt – eine Einschätzung, die den deutschen IBM-Personalgeschäftsführer Christoph Grandpierre nur freuen kann. Er setzt auf solide und klassische Personalarbeit – mit innovativen Akzenten, wie er betont: „Auch wir als großes IT-Unternehmen müssen um die besten Köpfe kämpfen.“ Er bietet dem Nachwuchs ein breites Praktikantenprogramm an und bildet mit den Berufsakademien IT-Spezialisten aus.

### Pluspunkt Internationalität

Als Pluspunkte für seinen Arbeitgeber hebt Grandpierre hervor, dass die Informatiker in internationalen Projekten arbeiten und von einer flexiblen Gestaltung von Arbeitszeit und -ort profitieren können. Ein weiteres wichtiges Kriterium sei, dass die Bewerber „an der Entwicklung zukünftiger Technologien und an Lösungen für gesellschaftlich relevante Probleme mitarbeiten“. Als Beispiel nennt er die Entwicklung eines Tsunami-Frühwarnsystems, ein Forschungsprojekt mit der Universität Hohenheim zur lückenlosen Lebensmittellückverfolgung oder Lösungen für ein effizienteres Energie-Management. Grandpierre fasst zusammen: „Wer Bewerber von seinem Unternehmen überzeugen will, muss verantwortungsvolle Tätigkeiten, gute Karriereprogramme und flexible Arbeitsmodelle bieten.“

Trendence-Beraterin Steinberg sieht indes auch gute Perspektiven für weniger bekannte Arbeitgeber: „Es zeigt sich, dass nicht ausschließlich schillernde Marken die Gunst der Studierenden erobern können. So hat in Deutschland die Fraunhofer-Gesellschaft Platz fünf erobert, und in Norwegen liegt Opera Software sogar auf dem ersten Rang.“

### Kein Gießkannenprinzip

Kleiner Trost für die deutschen Arbeitgeber: Auf den Rängen elf bis 20 sind sie gut vertreten. Siemens belegt Platz elf, es folgt Europas größtes Softwarehaus SAP. Die Walldorfer sind angesichts der Personalknappheit dabei, ihre Recruiting-Aktivitäten stärker zu internationalisieren. Mit Steffen Laick wurde die Stelle eines europäischen Hochschul-Recruiters besetzt. Er soll sich über Deutschland hinaus an europäischen Hochschulen nach Mitarbeitern umschauen. Auf die Frage, ob ihn das europäische Ergebnis nicht enttäusche, nachdem man in Deutschland die Nummer eins sei, meinte er nur: „Wir arbeiten nicht nach dem Gießkannenprinzip wie viele unserer globalen



„Auch wir als großes IT-Unternehmen müssen um die besten Köpfe kämpfen.“

Christoph Grandpierre, IBM

Wettbewerber, die viel Geld in breit gestreute Werbekampagnen investieren. Wir nutzen unser University Alliances Programm, das seit Jahren Universitäten mit SAP-Systemen ausstattet und so den Einsatz von SAP in Lehre und Forschung fördert.“ Das bringe SAP inhaltlich eine starke Kompetenz, habe allerdings keine so große Breitenwirkung.

„Wir werden in diesem Jahr die grenzüberschreitenden Hochschul-Marketing-Aktivitäten ausbauen.“

Klaus Straub, Audi

„Natürlich reicht es uns nicht, nur in Deutschland attraktiv zu sein. Unser klares Ziel ist, die Attraktivität von SAP als Arbeitgeber auch in anderen Ländern langfristig auf das Niveau von Deutschland zu bringen“, so Laick selbstbewusst. Man verfolge jedoch weiter eine gezielte Strategie und werde auf europäischer Ebene nur mit ausgewählten Universitäten enger zusammenarbeiten. Als erste Maßnahmen zur Imageverbesserung möchte Laick das Angebot von wissenschaftlichen Einrichtungen annehmen, die sich „Fachvorträge zu unseren neuesten Innovationen, Technologien oder über unsere Erfolge bei Kunden“ wünschen. „Hier werden wir uns künftig noch stärker engagieren. Wir wissen, wir können fachlich sehr schnell begeistern und es wird uns sicher auch außerhalb Deutschlands gelingen, Studenten von einem Einstieg bei SAP zu überzeugen.“

Wie nicht anders zu erwarten, ist das Image der meisten deutschen Autobauer europaweit auch unter den Informatikstudenten gut. BMW belegt Platz 13, Porsche schafft es auf Rang 16 und – eine kleine Überraschung – Volkswagen auf Rang 24, einen Platz vor Mercedes. Es fehlt nur Audi, in Deutschland ganz weit vorne und in Europa nur unter „ferner liefen“.

Das Ranking von Audi bei IT-Studenten im europäischen Vergleich ist für uns keine große Überraschung“, meint Audi-CIO Klaus Straub. Das Gefälle zwischen den Top-Positionierungen seines Arbeitgebers bei Ingenieurabsolventen und den Ranglistenplätzen bei IT-Absolventen sei auch in Deutschland vorhanden und verstärke sich auf internationaler Ebene. Audi werde „nun mal in erster Linie als Automobilhersteller wahrgenommen“. Die relativ gute Platzierung in Deutschland bei IT-Absolventen sei auf das „erfolgreiche Hochschul-Marketing“ zurückzuführen. Bei den Veranstaltungen an den Hochschulen seien beispielsweise regelmäßig Vertreter aus dem IT- oder Car-IT-Bereich vor Ort und erzählten über Einstiegsmöglichkeiten für Nachwuchskräfte. „Diese hohe Präsenz haben wir international noch nicht, aber wir werden in diesem Jahr unsere grenzüberschreitenden Hochschul-Marketing-Aktivitäten weiter ausbauen“, versichert Straub. Die Ingolstädter wollen auch zukünftig auf die „bewährte Mischung aus Veranstaltungen, Wettbewerben, Workshops, Exkursionen und dem hohen Maß an persönlicher Betreuung“ setzen.

### Anwender haben es schwer

Durchwachsen ist die deutsche Bilanz auf den Rängen 20 bis 50. Gerade mal fünf Firmen kommen hier vor: Telekom (27), Lufthansa Technik (31), Bosch (38), Infineon (39) und BASF (49). Europas größter Versicherer, die Allianz-Gruppe, ist nicht dabei. Das Gleiche gilt für die Deutsche Bank oder auch einen Weltkonzern wie Bayer. Dessen CIO Andreas Resch wünscht sich ein besseres Image, aber er gibt zu bedenken: „Bei Bayer denken die Menschen an das berühmte Kreuz und an Aspirin – nach der Übernahme von Schering vielleicht auch noch an die Antibabypille Yasmin. Warum sollte dies bei Informatikstudenten und Studentinnen anders sein?“ Dass Bayer daneben auch attraktive Arbeitsplätze in einer mit 5400 Mitarbeitern recht großen Servicegesellschaft anbietet,

werde übersehen. Gegen dieses Schicksal selbst großer Anwenderfirmen, die gegenüber den klassischen IT-Firmen häufig unterschätzt würden, lasse sich aber etwas tun, gibt sich der CIO kämpferisch.

So sei Bayer Business Services mit seinen Karriereseiten im Web gut präsentiert, Mitarbeiter stellten das international ausgeprägte Geschäftsmodell auf Fachtagungen und Absolventenkongressen vor, hielten Kontakt zu einer Reihe von Universitäten und seien „um hohe Transparenz gegenüber der Fachpresse“ bemüht. Er und seine Bayer-Kollegen machten immer wieder die gleiche Erfahrung: „Wenn wir erstmal über unsere tägliche Arbeit, über das Geschäftsmodell der integrierten Services, über Innovationen rund um den Erdball erzählen, steigt bei den Interessenten die Begeisterung für eine Tätigkeit in der Bayer IT.“

### Wenig Berater vorne

Auch die Consulting-Häuser werden wohl ihre Bemühungen intensivieren müssen, wollen sie den europäischen IT-Nachwuchs für sich gewinnen. Ganze drei Consulting-Häuser befinden sich im Top-50-Ranking. Am besten schneidet Accenture ab, das Platz 14 belegt. Capgemini schafft es auf Rang 28, und die Edelberater von McKinsey müssen sich mit Rang 32 begnügen.



Andreas Resch, Bayer: „Bei Bayer denken die Menschen noch immer an Aspirin.“

Die angehenden Informatiker wurden auch gefragt, nach welchen Kriterien sie ihren künftigen Arbeitgeber aussuchen. Auf Platz eins sind die interessanten Aufgaben, ein Kriterium, das in solchen Untersuchungen vorne liegt. Nun folgen gleich vier Kriterien mit der gleichen Punktezahl: Aufstiegs- und Karrieremöglichkeiten, gute und hilfsbereite Arbeitskollegen, Weiterbildungsmöglichkeiten und Vereinbarkeit von Beruf und Freizeit/Familie.

„An der Engineering-Edition des „European Student Barometer“, die auch Studenten der Informatik umfasst, beteiligten sich 11 000 Studenten aus 18 europäischen Ländern. Insgesamt ist diese Studie die größte Untersuchung ihrer Art. 40 000 Studenten der Fächer Betriebswirtschaft, Ingenieurwesen und Informatik nennen ihre Wunscharbeitgeber für die Zeit nach dem Studium. ♦



# T-Systems verhandelt exklusiv mit Cognizant

Der amerikanische Offshore-Anbieter ist der Wunschpartner für die SI-Sparte.

Nach zahllosen Spekulationen um den Verkauf der T-Systems-Sparte Systemintegration (SI) kommt nun Bewegung in die Verhandlungen. Am Dienstag dieser Woche trafen sich die Emissäre von T-Systems und Cognizant in einem Frankfurter Hotel, um die letzten offenen Fragen zu klären.

## Cognizant obliegt die Produktion

Eine Einigung steht dem Vernehmen nach kurz bevor. Danach ist zunächst keine Fusion und kein Verkauf der SI-Sparte angestrebt, sondern eine Partnerschaft, in der die jeweiligen Rechte und Pflichten vertraglich genau geregelt sind. In der geplanten Aufgabenteilung übernimmt Cognizant mit seinen etwa 55 000 indischen Arbeitskräften quasi die Produktion der IT-Leistungen für die Systemintegrationssparte von T-Systems. Den hiesigen T-Systems-Mitarbeitern obliegt die Kundenansprache. Den Mitarbeitern im Projektgeschäft stehen



Der seit 1. Dezember amtierende T-Systems-CEO Reinhard Clemens strebt eine Partnerschaft mit Cognizant an.

damit Einschnitte bevor. Das erfuhr die COMPUTERWOCHE aus zuverlässigen unternehmensnahen Kreisen.

Beide Unternehmen würden vom Zusammengehen profitieren: T-Systems SI bekäme Zugang zu enormen Offshore-Kapazitäten und könnte Leistungen zu günstigeren Konditionen anbieten. Cognizant hätte garantierte Großaufträge und bessere Möglichkeiten, seine Ressourcen auszulasten. Außerdem wäre damit der Weg in den deutschen und europäischen Markt sowie in die wichtige Automobilbranche frei, in der T-Systems über den Zukauf der VW-Tochter Gedas gut positioniert ist. Die angestrebte vertragliche Partnerschaft wäre aber nur eine mittelfristige Lösung. Die Kooperation wird laut unternehmensnahen Quellen in eine finanzielle Verflechtung beziehungsweise einen Verkauf münden, wenn sich das Konstrukt als tragfähig erweist. Prüfen, so war zu hören, will man das anhand verschiedener Meilensteine, die noch festgelegt werden müssen.

## Tata und CGI scheiden aus

Die Kooperation bedarf noch der Zustimmung des Aufsichtsrats. Der tagt am 27. Februar. Dort wird der neue T-Systems-CEO Reinhard Clemens Cognizant vorstellen und für die Partnerschaft werben. Damit könnte er die ein Jahr währende Suche nach einer Verstärkung für die kranke SI-Sparte beenden.

Bis zum Schluss hat T-Systems offenbar auch noch mit dem größten indischen Offshore-Anbieter, Tata Consultancy Services (TCS), sowie mit der kanadischen

CGI Group verhandelt. Cognizant ist einer der größten IT-Offshore-Anbieter weltweit. Das Unternehmen wird in einem Atemzug mit den indischen Servicespezialis-

ten Tata Consultancy Services, Wipro und Infosys genannt, ist jedoch ein US-amerikanischer Anbieter. Cognizant wurde 1994 als technikorientierte Tochter von Dun & Bradstreet gegründet und ist seit 1998 an der Nasdaq notiert. Der Konzern beschäftigt rund 55 000 Mitarbeiter vornehmlich in Indien. Weitere Nie-

derlassungen gibt es unter anderem in China und Osteuropa. Seit Jahren wächst das Unternehmen sehr schnell. 2007 verbesserte Cognizant die Jahreseinnahmen um 50 Prozent auf 2,14 Milliarden Dollar. Die Mitarbeiterzahl soll sich bis Ende 2008 zwischen 72 000 und 75 000 einpendeln. (jha)

**Ab 4. März  
wird's in Hannover grün.**



**CeBIT** Live Data Center  
Rittal Halle 12, Stand B26  
**HANNOVER** Lampertz Halle 2, Stand B38  
4. – 9.3.2008

## IT-Effizienz in einer neuen Dimension.

Rittal together präsentiert Ihnen eine neue Effizienz-Dimension. Überzeugen Sie sich auf der CeBIT 2008, warum die Zeichen für „Total Efficiency“ mehr als ein Versprechen sind. Erleben Sie live, welche Vorteile diese Zeichen für die Zukunft Ihrer IT bedeuten. Rittal, Lampertz, Litcos: **Rittal together – Complete IT Competence.**

Rittal GmbH & Co. KG – Auf dem Stützelberg – D-35745 Herborn  
fon 02772.505-0 – mail info@rittal.de – www.rittal.de/media?-cw

FRIEDHELM LOH GROUP

