

COMPUTERWOCHE

www.computerwoche.de



DER GIPFEL

Ralf Schneider, CIO der Allianz Gruppe, und Microsoft-Deutschland-Chef Ralph Haupter im Streitgespräch über Cloud und Lizenztricks.

Realistische Performance-Tests

Wer genau wissen will, wie belastbar seine IT-Systeme im Produktivbetrieb sind, sollte sich nicht allein auf Testwerkzeuge verlassen.

Seite 22

Gute Karrierechancen für IT-Berater

Beim Informatiknachwuchs stehen Consulting-Jobs hoch im Kurs. Es locken vielseitige Aufgaben und gute Verdienstmöglichkeiten.

Seite 34

In dieser Ausgabe

Nr. 15 vom 11. April 2011

Trends & Analysen

Adobe-CEO exklusiv 6

Shantanu Narayan erklärt im Interview, wohin das Publishing-Haus mit seinen Übernahmen steuert und warum die kurzen CS5-Release-Zyklen sein müssen.

Cyber-Abwehrzentrum 9

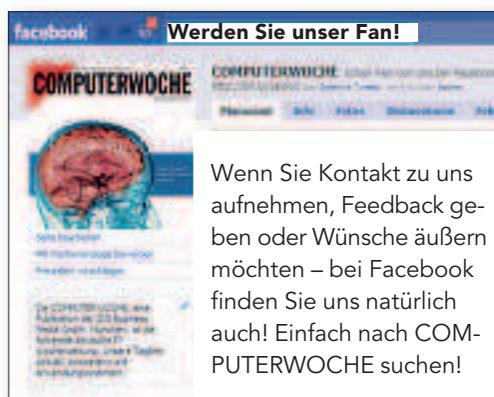
Unter Federführung des BSI nimmt das Nationale Cyber-Abwehrzentrum seine Arbeit auf.

Page übernimmt bei Google 10

Seit Anfang April ist Mitgründer Larry Page nun offiziell CEO und damit Nachfolger von Eric Schmidt. Nicht alle Mitarbeiter finden das gut.

Dell erfindet sich neu 11

Groß geworden mit PCs, investiert das Unternehmen jetzt massiv in Data Centers und Softwareentwicklung, um die Abhängigkeit vom margenschwachen Hardwaregeschäft zu reduzieren.



Werden Sie unser Fan!

COMPUTERWOCHE

Wenn Sie Kontakt zu uns aufnehmen, Feedback geben oder Wünsche äußern möchten – bei Facebook finden Sie uns natürlich auch! Einfach nach COMPUTERWOCHE suchen!

Titel

IT-Gipfelgespräch

Wenn der Allianz-CIO den Microsoft-Chef herausfordert 12

Die Lizenzmodelle für Public Cloud und interne Implementierung könnten kaum unterschiedlicher sein. Ralf Schneider, CIO der Allianz, hält das für unfair. Microsoft-Deutschland-Chef Ralph Haupter verteidigt das Konzept. Lesen Sie, worüber die beiden sonst noch sprachen.



Produkte & Praxis

Kleine Helfer 16

Informationsbündelung mit Netvibes; Glow – das quelloffene Javascript-Framework der BBC.

So gelingt die IE-9-Migration 18

Wer proprietäre Anwendungen in Verbindung mit dem Internet Explorer 6 behalten will, braucht den Umstieg auf IE 9 nicht zu scheuen. Es gibt mehrere Migrationsstrategien.

Nokia E7 im Test 20

Das Business-Smartphone legt aus mehreren Gründen keinen gelungenen Start hin.

Realistischer Performance-Test 22

Wer genau wissen will, wie belastbar seine IT-Systeme im Produktivbetrieb sind, darf sich nicht allein auf Testwerkzeuge verlassen.

IT-Strategien

Die Cloud liebt SOA 28

Unternehmen, die eine Service-orientierte Architektur implementiert haben, tun sich leichter mit IT aus der Wolke.

Schott lagert an HP aus 30

Dar Spezialglasanbieter weitet seine Beziehung zum Service-Provider erheblich aus.

Was die IT leisten soll 31

Effizienz ist Trumpf, lässt sich aber häufig nicht nachweisen, weil Benchmarks fehlen.

Job & Karriere

IT-Berater: Viele Optionen 38

So unterschiedlich wie die Unternehmen sind auch die Aufgaben für Consultants.

Zuhören, erklären, entwickeln 42

Eine COMPUTERWOCHE-Redakteurin begleitete einen Tag lang einen Berater und machte interessante Beobachtungen.

COMPUTERWOCHE.de

Highlights der Woche

E-Postbrief, De-Mail & Co.

Wir vergleichen die Angebote europäischer Staaten und Privatunternehmen für den digitalen Brief.

www.computerwoche.de/2368568

Clevere Tipps für den IE 9

Microsofts neuer Browser ist fertig. Mit diesen Kniffen optimieren Sie den Internet Explorer 9.

www.computerwoche.de/2368043

Titelfoto: Christoph Mülke/epae Fotografie

CIO
IT-STRATEGIE FÜR MANAGER

EXKLUSIV FÜR SIE:

Das CIO-Mini-Abo

Jetzt testen und Insiderwissen sichern!

➔ 2 Ausgaben inklusive Prämie
Abonnieren Sie 2 CIO-Ausgaben und freuen Sie sich über ein tolles Dankeschön

➔ Die IT-Strategien für Manager
pünktlich auf Ihrem Schreibtisch

➔ Sparen Sie satte 30%
gegenüber dem Einzelpreis von 10,80 Euro



Alles rund um die Abo-Pakete Ihrer CIO finden Sie unter:
www.cio.de/aboshop



Was die anderen sagen

Seiten-Spiegel

„Wir bleiben eine Open-Source-Plattform, und wir werden Sourcecode weiterhin dann herausgeben, wenn er fertig ist. Während ich diese Zeilen schreibe, arbeitet das Android-Team hart daran, alle neuen Honeycomb-Features auf die Geräte zu bringen. Sobald wir damit fertig sind, werden wir den Code veröffentlichen. Die Zeitverzögerung, die wir derzeit haben, bedeutet keinen Strategiewechsel. Wir halten mit Sicherheit daran fest, Android als Open-Source-Plattform für verschiedene Gerätetypen anzubieten.“

Andy Rubin, Android-Chef bei Google, bemüht sich, Gerüchte zu entkräften



„Unterm Strich haben wir etwas von unserer Glaubwürdigkeit verloren.“

„Unsere Strategie ist gut, unsere betriebliche Umsetzung ist es teilweise nicht. Wir treffen Entscheidungen zu langsam, wir haben Überraschungen erlebt, wo wir gerne darauf verzichtet hätten, und wir haben das Verantwortungsbewusstsein verloren, das kennzeichnend für unsere Fähigkeit war, konsistent für Kunden und Aktionäre zu agieren. Das ist inakzeptabel. (...) Wir haben unsere Investoren enttäuscht und die Mitarbeiter irritiert. Unterm Strich haben wir etwas von unserer Glaubwürdigkeit verloren, die aber fundamental für unseren Erfolg ist. Wir müssen sie zurückverdienen.“

Aus einem Brief von Cisco-CEO John Chambers an die Mitarbeiter

„Hewlett-Packard hat einen ehemaligen Vertriebs-Manager verklagt. Er soll geheime Informationen gestohlen haben, bevor er bei Oracle anheuerte. HP behauptet, dass Adrian Jones, ein in Asien beschäftigter Senior Vice President, am 11. Februar HPs Strategie- und Finanzpläne, Vertriebszahlen, Mitarbeiterinformationen und andere Daten auf einen USB-Stick gezogen hat. Fünf Tage danach kündigte er, einen Monat darauf hatte er eine ähnliche Position bei Oracle inne.“

„Wall Street Journal“

CW-Kolumne

Zäher Übergang

Dass Cloud Computing die IT-Landschaften massiv verändern wird, ist absehbar. Doch dieser Prozess wird zäh verlaufen. Hintergrund ist das anhaltende Misstrauen bezüglich Sicherheit, Verfügbarkeit und Datenschutz. Allianz-CIO Ralf Schneider bringt es im IT-Gipfelgespräch (Seite 12) auf den Punkt: „Ich habe überhaupt keine Lust, von irgendeinem Provider abhängig zu sein, wenn es um die Verbindung zu unseren Daten geht.“

Andererseits werden Anwender, die ihre Fertigungstiefe in der IT durch den Einsatz von Standardsoftware ohnehin schon reduziert haben, irgendwann auch den nächsten logischen Schritt gehen – und der heißt Public Cloud. Die Applikationen liegen dann, so das Versprechen, sicher und hocheffizient verwaltet auf einer Server-Farm und können flexibel und nach Bedarf genutzt und bezahlt werden.

Derzeit läuft die Testphase: Etliche Unternehmen experimentieren mit Private Clouds, weil sie die Flexibilität und die Kostenvorteile des Cloud-Ansatzes sehen, aber – noch – nicht den Sprung in die öffentliche Wolke wagen. Sie nutzen die Chance, ihre internen IT-Bebauungspläne auf die Cloud-Zukunft abzustimmen (siehe Seite 28).

Softwarehäusern und IT-Dienstleistern

kommt das eher vorsichtige Herantasten der Anwender entgegen. Private Clouds einzurichten und dabei nach den herkömmlichen Software-Lizenzmodellen die Hand aufzuhalten – von Pay per Use keine Spur – macht sicher Freude. Die großen Softwareanbieter haben keine Veranlassung, von ihren wunderbar funktionierenden Geschäftsmodellen mit Profitmargen von 20 bis 50 Prozent abzurücken.

Auf Dauer könnte sich das aber ändern: Der Erfolg von Salesforce.com zeigt, dass Anwender bereit sind, alternativen Anbietern aus der Public Cloud eine Chance zu geben, wenn das Vertrauen einmal hergestellt und die interne IT-Organisation darauf vorbereitet ist. Inzwischen gibt es eine Reihe solcher Newcomer ohne On-Premise-Altlasten, die nur darauf warten, von den Anwendern hereingelassen zu werden. Sie haben nichts zu verlieren.

Heinrich Vaske
Chefredakteur
CW



COMPUTERWOCHE auf dem iPad

Die COMPUTERWOCHE gibt es auch frisch auf das iPad – angereichert mit Links, Bildern und Videos.

Noch vor dem offiziellen Erscheinungstermin können Leser die aktuelle Ausgabe der COMPUTERWOCHE als App für

das iPad herunterladen. Zu finden ist sie im iTunes App Store unter dem Suchbegriff COMPUTERWOCHE. Leser erhalten nicht nur das komplette Heft, sondern auch Links, Videos, Bildergalerien und weitere multimediale Inhalte. Ein Jahresabonnement der COMPUTERWOCHE kostet in der elek-

tronischen Variante weniger als 200 Euro, ein Kombiangebot aus iPad- und Print-Ausgabe schlägt mit 279 Euro zu Buche.

Außerdem ist die COMPUTERWOCHE als iPhone-App und als Reader für Java-fähige Smartphones erhältlich. Zudem gibt es eine mobile Version der Website, die für die Bandbreite und Auflösung unterschiedlicher Endgeräte ausgerichtet ist. Sie ist unter der Web-Adresse <http://mobil.computerwoche.de> erreichbar.





Wir fühlen Cloud-Providern auf den Zahn

Die COMPUTERWOCHE will es wissen: Wie gut sind Cloud-Anbieter? Mitmachen unter best-in-cloud.de!



Cloud Computing ist der wichtigste IT-Trend der neuen Dekade – ein Markt, auf dem sich etablierte IT-Größen positionieren, aber auch zahlreiche Newcomer ihre Chance suchen. Seit der Dot-com-Phase gab es nicht mehr so viele Neugründungen in der IT – Zeit also, die Cloud-Angebote zu sichten, für Konsumenten mehr Transparenz herzustellen und die besten Angebote auszuzeichnen.

Die COMPUTERWOCHE plant deshalb einen großen Wettbewerb, der die besten Cloud-Projekte ans Licht bringen und die erfolgreichsten Anbieter ermitteln soll. Dazu können sich Cloud-Anbieter mit ihren Projekten ab sofort auf www.best-in-cloud.de bewerben und sich so dem Urteil unserer Jury stellen. Wir wollen die jeweils fünf besten Anbieter in den folgenden sieben Kategorien auf die Bühne bringen:

- ✓ **Software as a Service (SaaS)/B2B,**
- ✓ **Software as a Service (SaaS)/B2C,**
- ✓ **Infrastructure as a Service (IaaS),**
- ✓ **Platform as a Service (PaaS),**
- ✓ **Cloud-Enabling-Software,**
- ✓ **Sonderprojekte in der Cloud** und
- ✓ **Cloud-Consulting-Projekte.**

Den abschließenden Höhepunkt des vom ITK-Verband Bitkom unterstützten Wettbewerbs bildet eine Konferenz und Galaveranstaltung am 13. und 14. Oktober 2011 im Capitol Theater in Offenbach. Dort werden die Topanbieter auf der Bühne in einem kurzen Vortrag ihr Cloud-Projekt präsentieren und sich außerdem in einem Ausstellungs-bereich zeigen. Das endgültige Urteil fällen die Jury, die vorher alle eingehenden Bewerbungsunterlagen studiert hat, und unser Publikum, das seine Eindrücke aus der Präsentation als Maßstab heranzieht.

Details zum Wettbewerb

- Besucher der Veranstaltung Best in Cloud können sich bis zum 30. April zum Vorzugspreis von 250 Euro anmelden.
- Bewerbungen sind bis zum 31. Juli einzureichen. Das Formular können Sie nach Ihrer Registrierung auf der Website www.best-in-cloud.de herunterladen.
- Unsere Jury (siehe rechts) prüft die Bewerbungen und gibt ihr Urteil ab. Ebenfalls Einfluss auf das Endergebnis hat eine sechsminütige Präsentation der Besten auf der Veranstaltung Best in Cloud am 13. und 14. Oktober im Capitol Theater, Offenbach.

Die Jury



Stefan Tai, Professor, Buchautor und anerkannter Cloud-Experte am Karlsruher Institut für Technologie (KIT).



Carlo Velten, Senior Advisor bei der Experton Group.



Wolfgang Martin, Wolfgang Martin Team, Spezialist für CRM und BI-Themen.



Olaf Jacobi, Partner beim Venture-Capitalist-Unternehmen Target Partners GmbH.



Frank Sempert, Senior Program Executive Europe bei Saugatuck Technology.



Horst Westerfeld, CIO des für Cloud-Themen besonders offenen Landes Hessen.



Mathias Weber, Bereichsleiter für den Kompetenzbereich IT-Services beim ITK-Branchenverband Bitkom.



„Wir wollen nicht auf Print beschränkt bleiben“

Shantanu Narayen, CEO des Softwareriesen Adobe, kommentiert im Gespräch mit CW-Redakteur Thomas Cloer Unternehmensstrategie, Akquisitionen und die umstrittene Release-Politik, die das Unternehmen mit der „Creative Suite“ verfolgt.*

CW: *Wie passen die verschiedenen Zukäufe der letzten Zeit – nach Omniture auch noch Day Software und Demdex – in Adobes Strategie?*

NARAYEN: Viele Menschen erstellen ihre Inhalte mit unseren Autorenwerkzeugen, zum Beispiel der Creative Suite 5. Diese Inhalte publizieren sie dann mit der Beta unserer Digital Publishing Suite auf iDevices und im Apple Store, auf Android-Endgeräte und im Android Market und demnächst auch auf neue Geräte wie das RIM Playbook. Für Digital Publishing braucht man Content-Management, wie wir es mit der Day-Software anbieten. Und Sie wollen doch bestimmt wissen, wer auf Ihrer Website welchen Artikel wie oft gelesen hat? Da kommt unsere Online-Marketing-Suite Omniture ins Spiel. Unsere Tools bauen also aufeinander auf und ergänzen sich.

Wir sind eine Publishing-Company. Wir liefern Ihnen alle Authoring-Tools, die Sie brauchen, wir bringen Ihre Inhalte online, wir machen das Content-Management, und wir helfen Ihnen, Geld damit zu verdienen. Es tut sich eine Menge im Markt – die COMPUTERWOCHE hat ja kürzlich eine Cover Story zu HTML5 gemacht. Wir wollen die besten Authoring-Tools für HTML5 liefern. Die Nutzung von Medien ändert sich, die Verbraucher verwenden mehr Geräte mit unterschiedlichen Bildschirmgrößen. Social

Communities müssen integriert werden. Wenn wir uns nicht anpassen und verändern, dann riskieren wir, dass wir auf den Print-Bereich beschränkt bleiben und nicht das komplette Geschäft der Medienhäuser abdecken.

CW: *Sie sehen Adobe also primär als Anbieter von Tools?*

NARAYEN: Noch stärker von Lösungen. Wir wollen ein Enabler sein und zum Beispiel einer Bank oder Behörde dabei helfen, Anwendungen für ihre Kunden und Bürger zu realisieren.

„Wir sind bereits einer der größten SaaS-Anbieter.“

Unsere drei großen Wachstumsbereiche sind Content Authoring, alles was mit Online-Marketing zu tun hat und dann der ganze Enterprise-Bereich inklusive Public Sector. Wir sind sehr diversifiziert und bereits jetzt einer der größten Anbieter von Software as a Service (SaaS).

CW: *Was können wir zukünftig von Adobe noch aus der Cloud erwarten?*

NARAYEN: Im kreativen Bereich werden wir sicher unsere bestehenden Desktop-Angebote um neue Möglichkeiten erweitern – zum Beispiel Authoring auf Tablet-Geräten – und diese via Cloud miteinander ver-

knüpfen. Wir haben ja schon Dinge wie Acrobat.com oder Browserlab, und auch die Digital Publishing Suite ist im Prinzip ein Cloud-Angebot. Das Gleiche gilt für den Flash Media Server, über den viele Web-Videos gestreamt werden.

Da werden wir sicher noch mehr Services anbieten, auch Speicher für kreative Inhalte. Omniture ist ohnehin Cloud-basierend, bei Customer Experience beziehungsweise Content-Management bieten wir allerdings auch die Alternative On-Premise an, weil nicht jede Firma willens ist, ihre Daten in die Cloud zu legen. Wir unterstützen hier deswegen Public Cloud ebenso wie Private Cloud oder On-Premise.

CW: *Wird Adobe im Markt überhaupt als Anbieter von Enterprise-Lösungen wahrgenommen?*

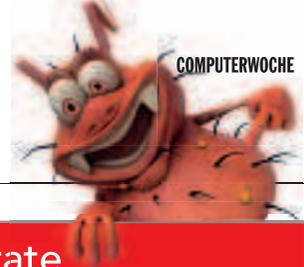
NARAYEN: Die gute Nachricht ist, dass unsere Marke rund um die Welt schon sehr bekannt ist.

CW: *Das liegt aber doch vor allem daran, dass so viele Leute den Adobe Reader und den Flash Player auf ihrem Rechner installiert haben?*

NARAYEN: Korrekt. Und was das Bewusstsein für unsere Enterprise-Angebote angeht – das würde ich mal als „Work in Progress“ bezeichnen. Wenn ich CIOs treffen möchte, dann ist das meist ziemlich einfach, weil sie Produkte von uns kennen und schätzen. Die Bekanntheit unserer Lösungen in Bereichen wie Online-Marketing, Content-Management oder Customer-Experience-Management ist aber noch nicht so groß, wie wir

Beilagenhinweis

Teilbeilage: firstattribute GmbH, Hamburg.



Viren in Mails

Globale Virenrate

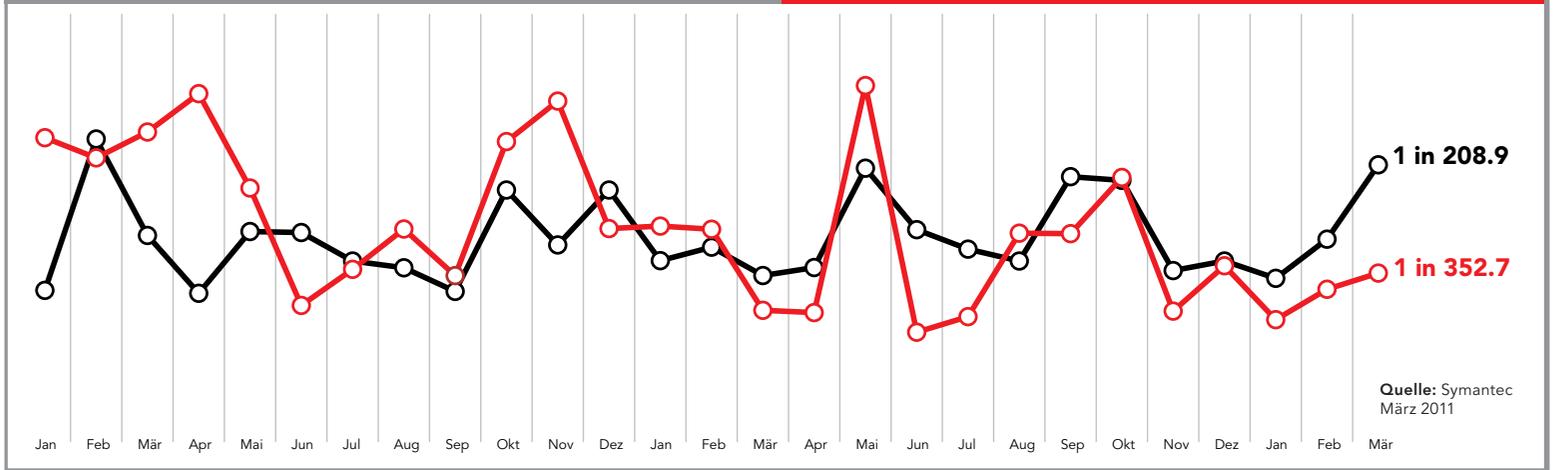
1 in 208.9

Letzter Monat: 1 in 290.1

Deutschland Virenrate

1 in 352.7

Letzter Monat: 1 in 393.1



Man kann es positiv sehen oder negativ: Weltweit enthielt im gerade abgelaufenen Monat März eine von 208,9 E-Mails einen Virus. Das ist viel, wenn man sich vor Augen führt, wie viele Mails man selbst pro Woche erhält. Im Vergleich zum Februar 2011 muss man zudem eine Zunahme der von Viren befallenen Mails (eine von 290,1) konstatieren. In Deutschland ist die Bedrohung des Virenbefalls durch infizierte E-Mails geringer. Nach dem „MessageLabs Intelligence Report“ des Sicherheitsspezialisten Symantec versteckte sich lediglich in jeder knapp 353. Mail ein Schadprogramm.

In der Grafik nicht zu sehen ist die Statistik der mit Malware befallenen Websites. Hier hat sich im März die Lage gegenüber dem Vormonat kurzfristig entspannt. Nach dem monatlich veröffentlichten Symantec-Bericht reduzierte sich die Zahl der Websites, die von einem Virus befallen waren, um 27,5 Prozent. Das sind gute Nachrichten: In der Vergangenheit waren auch immer wieder seriöse Seiten mit Schadsoftware kontaminiert worden.

(Zur Erklärung der Grafik: Nach oben weisende Kurven bedeuten eine Verschlechterung, obwohl die Zahlen kleiner werden.) (jm)

Bundesregierung kippt Pläne zur Internet-Sperre

Die schwarz-gelbe Regierung hat ihr Zugangserschwerungsgesetz zurückgenommen, mit dem Kinderpornografie-Seiten gesperrt werden sollten.

Gegen dieses Gesetz war die Internet-Community 2010 Sturm gelaufen. Offiziell war es im Februar 2010 in Kraft getreten. Das Gesetz, das die schwarz-rote Vorgängerregierung beschlossen hatte, sah vor, Kinderpornos im Internet unzugänglich zu machen. Die technischen Unzulänglichkeiten und die Wirkungslosigkeit solchen Vorgehens hatte die Regierung lange nicht einsehen wollen. Kritiker hatten betont, dass die Sperren relativ leicht zu umgehen seien. Außerdem würden Kinderpornos meistens in geschlossenen Foren gehandelt, die mit Sperren nicht erreicht würden.

Ursula von der Leyen, damals noch Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, hatte das Gesetz federführend vorangetrieben. Dies



Ursula von der Leyen wollte das jetzt gekippte Gesetz.

brachte ihr in der Internet-Szene unter anderem den Spitznamen „Zensursula“ ein. Jetzt aber hat die Koalition beschlossen, das Gesetz endgültig aufzuheben. Kinderpornografische Inhalte im Internet sollen künftig nicht mehr gesperrt, sondern gelöscht werden.

Die amtierenden Regierungsparteien CDU/CSU und FDP hatten bereits in ihrem Koalitionsvertrag festgehalten, dass sie die Sperrungen nicht anwenden werden und stattdessen testen, welche Effekte sich mit der Löschung der inkriminierten Inhalte erzielen lassen. Für diese Testphase gab sich die Koalition ein Jahr Zeit.

Bundesjustizministerin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger (FDP) begrüßte die Entscheidung. Sie sagte, die Testphase sei abgeschlossen, die Löschkaktionen hätten sich bewährt. Der jetzige Schritt der Regierung sei der richtige.

Erfolg beim Löschen

Die Justizministerin sagte, Zahlen des Bundeskriminalamts (BKA) hätten den Erfolg der Löschkstrategie erwiesen. Danach seien nach zwei Wochen 93 Prozent der Seiten mit kinderpornografischen Inhalten und nach weiteren zwei Wochen sogar 99 Prozent eliminiert worden. (jm)