

COMPUTERWOCHE

PLUS
16 SEITEN
Kommunikation
aus der
Cloud

www.computerwoche.de



SOCIAL CRM

*Das Social Web stellt das
Kunden-Management vor
große Herausforderungen.*



Windows 7: Wechseln ohne Risiken

Inventur machen, Anwendungen analysieren, Sicherungen einbauen – lesen Sie, wie Sie von Windows XP auf Windows 7 umsteigen.

Seite 22

Sourcing bereitet Bauchschmerzen

Viele Anwender haben für den Servicemix aus Outsourcing und Cloud Computing noch kein professionelles Sourcing etabliert.

Seite 34

In dieser Ausgabe

Nr. 23 vom 6. Juni 2011

Trends & Analysen

Nachlese Computex 5

Auf der taiwanischen IT-Messe zeigten die Hersteller jede Menge Tablets. Vor allem das „Padfone“ von Asus zog Blicke auf sich.

Anwender wollen mobil shoppen 6

Mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets geben dem Mobile Commerce neuen Schwung.

Telekom verkauft Ökostrom 8

Die Deutsche Telekom kooperiert mit Eon und bietet in einigen T-Shops intelligente Zähler inklusive passendem Öko-Tarif an.

Lenovo will Medion kaufen 10

Der chinesische Hersteller bietet 630 Millionen Euro für Aldis PC-Lieferanten.

Apple kontert Amazon 11

Über die „iCloud“ können Nutzer Musik auf einem virtuellen Laufwerk im Netz ablegen und auf verschiedene Endgeräte streamen.



Wir halten nicht den Schnabel!
Nehmen Sie teil am Branchengezwitscher – quasi in Echtzeit! Vernetzen Sie sich mit den Redakteuren und Lesern der COMPUTERWOCHE unter <http://twitter.com/COMPUTERWOCHE>

Titel

Social CRM

Kunden an die Macht 12

Facebook, Twitter und Co. haben das nächste CRM-Zeitalter eingeläutet. Unternehmen müssen die neue Kundenansprache aber erst noch lernen.

Social Media richtig nutzen 14

Experten haben auf dem großen COMPUTERWOCHE-Roundtable diskutiert, welche Strategie Anwender in Sachen Social CRM einschlagen sollten.



Produkte & Praxis

Kleine Helfer 20

Mobil mit Cortado Workplace; effizienter File-Manager für Mac OS X.

Mit Smartpen in die Cloud 21

Livescribe Connect zeigt, wie handschriftliche Notizen online gehen.

Windows-7-Migration 22

Was Unternehmen beim Wechsel von XP auf das neue Betriebssystem beachten sollten.

Paas-Marktübersicht 26

Eine Bewertung der Stärken und Schwächen wichtiger Platform-as-a-Service-Angebote.

DNUG-Frühjahrskonferenz 30

Was IBM-Anwender vom Social-Software-Angebot ihres Herstellers annehmen.

IT-Strategien

Berufsbild CIO 33

IT-Manager, die sich einmischen und Prozesse steuern, haben gute Karten.

Retained Organisation 34

Wenn das Unternehmen Teile der IT ausgelagert, wird das IT-Management keineswegs überflüssig – im Gegenteil.

Autobranche braucht neue IT 36

Die Anforderungen der Kfz-Fertiger an die IT haben sich grundlegend verändert.

Job & Karriere

Persönlichkeit zählt 38

msh-Personalchef Herbert Wittmer gibt fünf Tipps, um das Assessment Center erfolgreich zu überstehen.

Höherer Marktwert 40

Zertifizierungen verschaffen Wettbewerbsvorteile auf dem Arbeitsmarkt.

COMPUTERWOCHE.de

Highlights der Woche

Sind Sie ein Mobility-Profi?

Testen Sie Ihr Wissen über Smartphones, Tablets, Apps und gewinnen Sie ein iPad 2 inklusive iPad-Jahresabo der CW!

www.computerwoche.de/2486914

Linux Mint 11 Katya statt Ubuntu

Nicht jeder ist mit Ubuntu glücklich. Erste Alternative ist das stark wachsende Linux-Mint-Projekt.

www.computerwoche.de/2486671

Titelfoto: Fotolia/TheSup87

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

10 Years
CIO
since 2001
A Decade of Leadership & Best Practice

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

CIO Kiosk
JETZT NEU!
CIO auch für Ihr iPad

Was die anderen sagen

Seiten-Spiegel

„Die Vereinigten Staaten von Amerika werden auf feindliche Handlungen im Cyberspace in der gleichen Weise antworten wie auf alle anderen Bedrohungen unseres Landes. Wir werden alle Möglichkeiten so weit wie möglich ausschöpfen, bevor wir militärische Gewalt anwenden, sowie alle Kosten und Risiken sorgfältig abwägen.“

Strategie der US-Regierung,

Hacker-Angriffe künftig auch mit militärischen Mitteln zu beantworten



„Das ist eine der idiotischsten Unternehmensideen, die ich je gesehen habe.“

George Colony, CEO von Forrester, zweifelt an Googles „Chromebook“

„Der BVDW warnt die Verbraucher: Ausgabe und Kontrolle von Zahlungsmitteln sind in unserer Gesellschaft eine hoheitliche Aufgabe. Durch die Nutzung von Bitcoins als Zahlungsmittel wird die notwendige Kontrolle durch den Staat in den Fällen von Steuerhinterziehung oder Geldwäsche unmöglich. Deswegen sind Bitcoins schlichtweg gefährlich und haben das Potenzial, der gesamten Gesellschaft eben durch Steuerhinterziehung, Geldwäsche oder andere illegale Geschäfte nachhaltig zu schaden.“

Der **Bundesverband Digitale Wirtschaft** über die Internet-Ersatzwährung Bitcoins

„Nach dem Schwelgen über die wiedererlangte Innovationsfähigkeit von SAP redet sich Plattner zunehmend in Rage und setzt an zu einem unerwarteten wie ungewöhnlichen Rundumschlag in Sachen Vergangenheit, wie mehrere Teilnehmer des Treffens der Wirtschaftswoche unabhängig voneinander berichten. Von Ex-CEO Léo Apotheker über dessen Vorgänger Henning Kagermann bis hin zu Plattners einstigem Ziehsohn und damaligem Wunsch-Vorstandsvorsitzenden Shai Agassi bekommen alle ihr Fett weg.“

Die „**Wirtschaftswoche**“ berichtet über ein Treffen von SAP-Gründer **Hasso Plattner** mit SAP-Mitarbeitern

CW-Kolumne

Social CRM: Klein anfangen!

Theoretisch ist CRM ganz einfach. Man baut eine üppige Kundendatenbank auf, in der zu lesen ist, welche Produkte der Kunde hat, welche Probleme auftreten und was man ihm noch alles verkaufen könnte. Wer es schafft, dafür die Mitarbeiter in die Pflicht zu nehmen, so dass alle Kundenkontakte protokolliert und beschrieben werden und jederzeit analysiert werden können, darf sich als echter CRM-Champion fühlen. Er kann den Kunden mit besseren Services, optimalem Support und neuen Produkten bedienen – was sich positiv auf die Vertriebsstatistik auswirken sollte.

In der Praxis ist leider alles viel mühevoller: CRM-Projekte sind schwierig, da sie, anders als etwa ERP-Vorhaben, von der Strategie und dem Commitment der Geschäftsleitung abhängen – und von deren Bereitschaft zu einschneidenden Veränderungen. Bei CRM geht es um einen Top-down-Ansatz, der auf die Geschäftsbereiche heruntergebrochen wird und veränderte Prozesse zur Folge hat. RoI-Berechnungen sind kaum möglich: Wie misst man Kundenzufriedenheit? Hinzu kommen oft technische Probleme wie mangelhafte Stammdaten, die zu langsame Synchronisierung der Kundendaten oder unklare Zuständigkeiten.

Wer diesen Marathon trotz allem erfolgreich absolviert hat, steht heute vor der nächsten großen Herausforderung: Social CRM. Der Kunde, den man fest an der Kandare glaubte, hat sich befreit und verbreitet sich jetzt im Web. Er hinterlässt Spuren, die man verfolgen muss, Kommentare, auf die man reagieren muss, Ideen, die man sich zunutze machen kann. Wie gelingt es nun, ihn halbwegs wieder einzufangen? Und was bedeutet das für die internen Prozesse, die Stammdaten, die technische Infrastruktur, die organisatorische Aufstellung?

Social CRM birgt viele Risiken. Anwender tun gut daran, ihre mühsam erarbeitete CRM-Linie beizubehalten und sich abseits davon mit neuen Strategien und Tools für die Web-Analyse zu beschäftigen. Social CRM ist erst der zweite Schritt, den man bekanntlich nie vor dem ersten gehen soll.

Heinrich Vaske
Chefredakteur
CW



COMPUTERWOCHE auf dem iPad

Jede Woche gibt es die COMPUTERWOCHE 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 **CW Kiosk**. 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. 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. Dort finden Sie Nachrichten, technische Artikel, Karrieretipps und vieles mehr für unterwegs. Sie ist unter der Web-Adresse <http://mobil.computerwoche.de> erreichbar.





Computex 2011 –

Messe im Zeichen der Tablets

Tablet-Rechner aller Variationen standen im Mittelpunkt der Hightech-Show Computex in Taipeh. Nachdem Schwergewichte wie Intel und Microsoft den Trend zunächst verschlafen hatten, versuchen sie jetzt Boden gutzumachen.

Mit seinem „Padfone“ sorgte Asus zum Auftakt der diesjährigen Computex für neuen Gesprächsstoff in der Tablet-Branche. Der taiwanische Hersteller zeigte ein Kombigerät aus Smartphone und Tablet. Es besteht aus einem Smartphone, das sich über eine Dockingstation in die Rückseite eines Tablets integrieren lässt. Auf diese Weise kann der Nutzer über das größere Display sämtliche Funktionen des Geräts leichter nutzen. Das Tablet verfügt über einen eigenen Akku, mit dem auch die Batterie des Smartphones nachgeladen werden kann.

Einheitliches Android geplant

Technische Details, Preisvorstellungen oder Informationen zum Verkaufsstart gab Asus nicht bekannt. Anzunehmen ist allerdings, dass das Padfone mit der von Google angekündigten Android-Version „Ice Cream Sandwich“ laufen wird, die die Smartphone- und Tablet-Varianten des Betriebssystems zusammenführen soll.

Während die überwiegende Mehrheit der iPad-Konkurrenten derzeit mit dem Google-System Android läuft, tauchten in Taiwan auch einige Windows-Geräte auf. Einer der wenigen Tablet-Hersteller, die dem Microsoft-System treu geblieben sind, ist MSI. Die Taiwaner präsentierten auf der Messe mit dem „110W“ und dem „100A“ zwei neue Varianten ihres „WindPad“.

Beide Tablets bieten ein zehn Zoll großes Display mit einer Auflösung von 1200 mal 800 Bildpunkten. Das 110W adressiert mit einem Fusion-Chip von AMD, 2 GB RAM, einem bis zu 64 GB fassenden Solid State Drive und Windows 7 als Betriebssystem vor allem Business-Nutzer. Mit dem 110A, das eine ARM-CPU, 1 GB RAM, ein SSD mit maximal 32 GB Speicherplatz sowie Googles Android-System beherbergt, richtet sich MSI eher an Privatkunden. Den Verfügbarkeitstermin gab der Hersteller noch nicht bekannt.

Gigabyte präsentierte auf der Computex mit dem „S1080“ ebenfalls einen Windows-Rechner. Das Tablet, das mit einem Intel-Atom-Chip, 2 GB RAM und einer 320 GB großen Festplatte in der Technik eher einem Netbook gleicht, bietet neben USB-, LAN- und VGA-Schnittstellen auch eine Dockingstation sowie einen separaten externen Hochleistungs-Akku.

Tablet-Windows kommt 2012

Bis Microsoft im Tablet-Markt wirklich Fuß fassen kann, wird es jedoch noch dauern. Erst vor kurzem hat Konzernchef Steve Ballmer angekündigt, die nächste Windows-Version, die auch für die Nutzung auf Tablets angepasst sein soll, werde frühestens 2012 herauskommen.

Auch Intel hat im Tablet-Sektor noch aufzuholen. Die meisten Geräte laufen derzeit

mit Chips, die auf dem Design des Konkurrenten ARM basieren. Zur Computex präsentierte Intel mit dem „Oak-Trail“-Atom-Prozessor Z670 zwar einen neuen Chip für Tablets. Zudem arbeiten die Intel-Entwickler an dem Prozessor „Medfield“, der Tablets und Smartphones auch mit dem Android-System Version 3.0 antreiben kann. Doch der Fokus von Intel liegt nach wie vor auf dem PC. In Taiwan propagierte der Konzern mit den „Ultrabooks“ eine neue Mobilrechnerklasse. Darunter fallen laut Intel-Definition kompakte, dünne und leichte Geräte, die Tablet-Funktionen wie einen Touchscreen beinhalten und darüber hinaus bezahlbar sein sollen.

ARM greift Intel an

Experten werten den Ultrabook-Vorstoß unter anderem als Versuch, Konkurrenten wie ARM daran zu hindern, in Intels Stammrevier zu wildern. Bei ARM gibt man sich derweil selbstbewusst. Der Chipspezialist, dessen Designs beispielsweise Samsung und Nvidia für die Chipherstellung nutzen, will seine Marktanteile weiter ausbauen. Derzeit basieren Tablet-Modelle wie Apples iPad, Samsungs „Galaxy“-Pad und Motorolas „Xoom“ auf ARM-Chips. Künftig will das Unternehmen auch bei Net- und Notebooks punkten. 2015 soll die Hälfte aller mobilen Devices mit ARM-Chips laufen, so die Vision von Firmenchef Tudor Brown. (ba)

Im Trend: Das Tablet als mobiler Einkaufswagen

Laut Fittkau & Maaß gibt es bei der Affinität zum Mobile Shopping eine einfache Regel: Je größer das Display, desto größer das Kaufinteresse.

Von Thomas Cloer*

Einer aktuellen Studie der Marktforscher von Fittkau & Maaß zufolge ist inzwischen die letzte Grenze zur weiten Welt des Einkaufens gefallen – dank mobiler Endgeräte wie Smartphones und Tablets ist Shopping nicht nur jederzeit, sondern nun auch (fast) überall möglich.

Im Web informieren, vor Ort kaufen

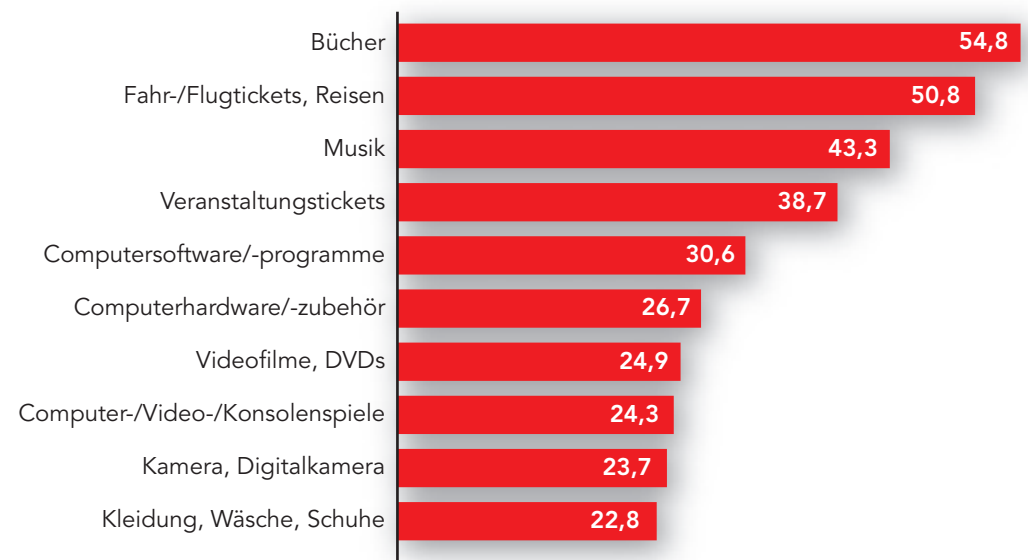
Wie das Hamburger Beratungsunternehmen weiter herausfand, wissen die Besitzer Internet-fähiger mobiler Endgeräte die Unabhängigkeit von Zeit und Raum durchaus zu schätzen. Mehr als jeder Vierte ruft mindestens einmal pro Woche per Internet-Handy, Smartphone oder Tablet-PC Preisinformationen ab. Informationen über Produkte nutzt sogar jeder Dritte mindestens wöchentlich mit seinem mobilen Gerät. Insgesamt machen über 60 Prozent aller Personen, die Web-fähige mobile Geräte besitzen, von der Möglichkeit Gebrauch, Preis- oder Produktinformationen abzurufen.

Der Anteil der Personen, die auch tatsächlich mobil einkaufen, fällt im Vergleich dazu freilich geringer aus. Trotzdem hat immerhin schon jeder Zweite Erfahrungen mit Mobile Commerce gesammelt. Und einer von acht Besitzern gibt an, mindestens einmal pro Woche etwas mit Hilfe seines mobilen Endgeräts online zu bestellen. Nur 14 Prozent der Besitzer von Internet-Handys, Smartphones oder Tablets interessieren sich dagegen überhaupt nicht für das mobile Einkaufen.

Was die Affinität zum Mobile Shopping angeht, scheint es der Umfrage zufolge eine einfache Regel zu geben: Je größer das Dis-

Was mobile Shopper vorzugsweise einkaufen

Ähnlich wie im klassischen Online-Handel sind Bücher, Tickets und Musik auch beim Einkauf mit dem Web-fähigen Handy, Smartphone oder Tablet beliebt.



Angaben in Prozent; Quelle: Fittkau & Maaß



play, desto größer das Kaufinteresse. Während unter den Besitzern von Internet-fähigen Mobiltelefonen lediglich sieben Prozent mindestens einmal pro Woche etwas mobil einkaufen, sind es unter den Smartphone-Besitzern doppelt so viele.

Von den Tablet-Besitzern gibt sogar fast ein Drittel an, wöchentlich im mobilen Web einzukaufen. iPads und andere

Tablets schaffen somit den Brückenschlag zwischen klassischem und mobilem Internet, folgert Fittkau & Maaß.

Bücher und Tickets sind besonders attraktiv

Beim Mobile Commerce entscheiden sich die kaufinteressierten Nutzer zumeist für ähnliche Produkte wie im klassischen Online-Handel, so ein Ergebnis der W3B-Stu-

die von Fittkau & Maaß, an der mehr als 100.000 deutschsprachige Internet-Nutzer teilnahmen: So finden besonders häufig Bücher, Fahr- und Flugtickets, Reisen und Musik ihren Weg in die Online-Warenkörbe mobiler Einkäufer. Kleidung und Mode hingegen werden vergleichsweise selten nachgefragt. Nur 23 Prozent der befragten Besitzer Web-fähiger Handys, Smartphones oder Tablets möchten diese Produkte über ihr mobiles Endgerät erwerben.

Die immer einfachere und intuitivere Bedienbarkeit von Smartphones und Tablets trage offenbar Früchte, bilanzieren die Marktforscher. Die neuen Formfaktoren ließen die Grenzen zwischen dem „klassischen“ Internet und dem Mobile Web verschwimmen – die Erfolgsgeschichte des Mobile Commerce könne beginnen. ◀

Beilagenhinweis

Vollbeilage: COMPUTERWOCHE-Beilage CW plus „Communications“.

*Thomas Cloer
tcloer@computerwoche.de



So oft nutzen Lehrer digitale Medien im Unterricht

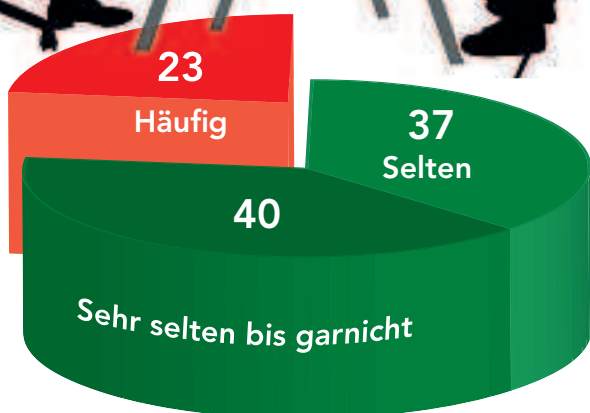
Die Ausstattung der Schulen mit PCs lässt zu wünschen übrig, meint der ITK-Branchenverband Bitkom.

Viele Lehrer würden gerne digitale Medien im Unterricht nutzen, aber nur ein Viertel von ihnen tut es. Die meisten scheitern an den schlechten Bedingungen in ihren Schulen. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Umfrage unter 500 Lehrerinnen und Lehrern an Oberschulen. In Auftrag gegeben wurde sie vom Bitkom, der in diesem Zusammenhang die mangelhafte Ausstattung der Schulen kritisiert.

Rund 77 Prozent der befragten Lehrer beurteilen die Nutzung digitaler Medien in den Klassen grundsätzlich positiv. Allerdings fordern 88 Prozent eine bessere technische Ausstattung der Schulen mit Computern, schnellen Internet-Zugängen und digitalen Lernmaterialien. „Die Lehrer sind keine Technikverweigerer, aber veraltete oder schlecht gepflegte Geräte und fehlende didaktische Konzepte machen ihnen das Leben schwer“, sagte Bitkom-Präsident August-Wilhelm Scheer.

Offenbar fehlt es den Lehrern aber auch an Know-how: Nur die Hälfte der Befragten nahm in den vergangenen drei Jahren an einer IT-Weiterbildung teil.

Aus diesen Gründen spielen Computer und Internet im Schulunterricht immer noch eine untergeordnete Rolle. Nur 23 Prozent der Lehrkräfte setzen die digitalen Medien täglich oder mehrmals wöchentlich ein. 40 Prozent nutzen sie gar nicht oder weniger als einmal pro Woche. Die restlichen 37 Prozent geben an, den PC im Durchschnitt einmal wöchentlich zu verwenden. *(qua)*



Angaben in Prozent; Quelle: Bitkom/Aris

Eon und Telekom kooperieren beim Smart Metering

Einige Filialen verkaufen ab sofort intelligente Stromzähler mit Ökostrom-Tarifen.

Smart Metering und Smart Grids, sprich: intelligente Stromnetze, gelten als Zukunftsmarkt. Der Energieversorger Eon und die im Abrechnungsgeschäft bewanderte Deutsche Telekom wollen hier zusammenarbeiten.

Wie ein Telekom-Sprecher bestätigte, offerieren 50 Filialen des Kommunikationskonzerns ab sofort intelligente Stromzähler von Eon mit einem zugehörigen Ökostrom-Tarif. Die „Smart Meter“ messen den Stromverbrauch des jeweiligen Kunden und übertragen die ermittelten Daten auf dessen Computer oder Smartphone, so dass er Stromfresser besser erkennen kann.

Das Angebot ist fürs Erste auf eine sechsmonatige Testphase begrenzt. Zu haben ist es in ausgewählten Telekom-Shops in Niedersachsen und Bayern. Wie die Telekom mitteilt, wird sie die Messtechnik installieren und die Daten erfassen.

Der Stromvertrag sieht einen Tages- und einen günstigeren Nachtтарif vor. Letzterer soll

die Kunden überzeugen, Haushaltsgeräte vorzugsweise zu verbrauchsarmen Zeiten zu nutzen. So lassen sich Stromnetze effizienter auslasten.

An dieser Stelle begegnen sich die Themen Smart Metering und Smart Grids. Letztlich geht es darum, durch eine Verbindung von Strom- und Datenfluss aktuelle Verbrauchsdaten

zu sammeln, um Stromangebot und -nachfrage besser in Einklang zu bringen.

An dieser Zukunftstechnik arbeitet nicht nur Eon. Alle großen Versorger und viele Stadtwerke sind dabei, hier Erfahrungen zu sammeln beziehungsweise ihre Claims abzustechen. Einige sind bereits vorgeprescht. So bietet beispielsweise RWE sein „Smart Home“ bundesweit an. Die Absicht der Telekom ist offenbar, sich als Dienstleister zu positionieren und kräftig mitzuverdienen. Auf diese Weise kann sie ihr Geschäft diversifizieren und nachgebende Umsätze im Kerngeschäft auffangen. *(qua)*

