

# COMPUTERWOCHE

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

## NEUE WEGE IM MARKETING

*Das Internet revolutioniert den Kundenkontakt.  
Doch es gibt rechtliche Risiken.*

### **Das Netzwerk ist die Cloud**

Die richtigen Netzkomponenten und eine optimale Client-Anbindung sind beim Cloud Computing wichtige Erfolgsfaktoren.

Seite 24

### **So finden Sie das richtige ERP-System**

Mittelständler tun sich schwer zu entscheiden: Wiegt Funktionalität schwerer als Flexibilität? Wir geben Tipps.

Seite 34

**In dieser Ausgabe**  
Nr. 5 vom 30. Januar 2012

**Trends & Analysen**

- Ärger um den Patriot Act** 5  
Europäische Cloud-Anbieter werben damit, dass ihre Server sicher vor dem Zugriff von US-Ermittlungsbehörden sind – und bringen so die US-Konkurrenz gegen sich auf.
- Blick in die Web-Zukunft** 6  
Auf der Web-Konferenz DLD gaben die Größen des Internet-Business einen Ausblick.
- Firewall und Virenschutz** 8  
Je größer ein Unternehmen, desto besser ist seine IT geschützt. Eine Studie belegt Defizite bei Mittelständlern.
- Neuer RIM-Boss** 10  
Der Deutsche Thorsten Heins soll den Blackberry-Anbieter zum Erfolg führen.

**Achtung, dieses Heft ist Kooaba-aktiviert**



**So geht's:** Kooaba Paperboy App laden, Seite fotografieren, als PDF posten oder verwalten. [www.paperboytool.com](http://www.paperboytool.com)

**Titel**



- Die neuen Schlagworte** 12  
Von Inbound Marketing bis Behavioural Advertising – so funktioniert das Marketing heute.
- Vorsicht Datenschutzfalle** 14  
Die sozialen Netzwerke scheinen ein Eldorado für Marketiers zu sein. Doch nicht alles, was geht, ist auch legal.
- Das Beste aus zwei Welten** 18  
Die Allianz AG pflegt Kontinuität. Deshalb führt sie das Vertretermodell in den sozialen Netzwerken fort.



**Produkte & Praxis**

- Kleine Helfer** 22  
Bitbucket: Kostenloses Code-Hosting für Projekte; Online-Entwicklungsumgebung für Javascript-Profis; Exfolders: Outlook-Rechte für Postfächer steuern.
- Das Netzwerk ist die Cloud** 24  
Ohne zuverlässige Netzwerkverbindungen bleibt die Cloud ein luftiges Gebilde.
- Backup in der Amazon-Cloud** 28  
Das AWS Storage Gateway hilft Unternehmen, ihre Daten automatisiert in der Cloud zu speichern.
- SAP mit Solution Manager 7.1** 30  
Die Walldorfer schließen Funktionslücken, doch die lückenhafte Dokumentation und unterschiedliche User Interfaces nerven.

**IT-Strategien**

- Angst vor mobilen Usern** 32  
Der Consumerization-Trend setzt IT-Abteilungen unter Security-Stress.
- Jedes ERP ist ein Kompromiss** 34  
Die eierlegende Wollmilchsau gibt es nicht. Vor allem Mittelständler müssen bei der Auswahl Abstriche machen.
- Spione im Netz** 36  
APT-Programme wie Stuxnet entwickeln sich zur Bedrohung Nummer eins.
- Deutsche sind Eigenbrötler** 43  
Mitarbeiter wollen mit eigenen Geräten und ohne Kontrolle arbeiten.

**Job & Karriere**

- Lernen muss Spaß machen** 40  
Mit Trainings lässt sich nach wie vor gutes Geld verdienen. Auf das richtige Lernkonzept kommt es an.

**COMPUTERWOCHE.de**

**Highlights der Woche**

- Smartphone-Sicherheit als Service**  
Ungeschützte Smartphones bereiten Unternehmen Kopfzerbrechen. Wir zeigen, wie Cloud-Dienste die mobile Sicherheit vereinfachen.  
[www.computerwoche.de/2503353](http://www.computerwoche.de/2503353)
- Zwölf Schritte zum Social Success**  
Tipps, wie Sie Social Media erfolgreich im Unternehmen etablieren können.  
[www.computerwoche.de/2503656](http://www.computerwoche.de/2503656)



**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](http://www.cio.de/aboshop)

Was die anderen sagen

## Seiten-Spiegel

„Apple hat eines der profitabelsten Quartalsergebnisse aller Zeiten erzielt: 13,1 Milliarden Dollar Gewinn bei Einnahmen von 46,3 Milliarden Dollar. (...) ExxonMobil kam im dritten Quartal 2008 sogar einmal auf einen Reingewinn von 14,8 Milliarden Dollar, doch dafür brauchte das Unternehmen seinerzeit einen Umsatz von nahezu 140 Milliarden Dollar. Bei Apple hieß es, die Zahlen wären sogar noch üppiger ausgefallen, wenn das Unternehmen genügend iPhones hätte produzieren können, um die große Nachfrage zu befriedigen.“

„Wall Street Journal“



„Ich glaube nicht, dass nur zwei Pferde im Rennen sind. Das Pferd in

Redmond ist stets gesattelt und bereit zu rennen.“

**Apple-CEO Tim Cook** zum Zweikampf iOS gegen Android, der mit Windows Phone zum Dreikampf werden könnte

„Das Marktwachstum von Ultrabooks wird in den nächsten fünf Jahren um den Faktor drei höher sein als das von Tablets. Trotzdem werden dann immer noch weniger Ultrabooks als Tablets verkauft: 2016 erwarten wir 253 Millionen verkaufte Tablets und 178 Millionen abgesetzte Ultrabooks. (...) Wie wir im Tablet-Markt gesehen haben, wird es für Wettbewerber ohne Produkte, die sich in Preis und Ausstattung deutlich von Apple differenzieren, schwierig, gegen den Wettbewerber zu bestehen.“

„Juniper Research“

„Chief Marketing Officers (CMOs) wollen mehr Einfluss auf die Business-Strategie nehmen. (...) Noch wichtiger sind ihnen aber in einer Welt, in der die Kunden technisch zunehmend bewandert sind, die digitalen Skills: 40 Prozent der CMOs nennen bessere Technikenkenntnisse als wichtigstes Ziel in der eigenen Weiterbildung. Gegenüber einer vergleichbaren Studie von 2008 ist das eine dramatische Steigerung.“

„Forrester Research“

CW-Kolumne

## Was geht, das wird auch gemacht

**G**ehören Sie auch zu den Leuten, die so einen Aufkleber am Briefkasten haben? „Bitte keine Werbung einwerfen“ steht da drauf. Trotzdem finden sich unter Rechnungen und Postkarten immer wieder auch Einladungen zur den „Informationsvorträgen“ eines Anlageberaters oder Hochglanzkataloge für Mode und Möbel.

Es hift erfahrungsgemäß auch wenig, in jedem Shopping-Portal im Internet das Opt-out-Kästchen anzuklicken, um ungebetene Kontaktaufnahme zu verhindern. Außerdem Hand aufs Herz: Studieren Sie wirklich die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, bevor Sie den „Kaufen“-Button drücken? Zwar muss nach derzeitiger Rechtsauffassung in den AGBs explizit verzeichnet sein, welche Daten der Website-Betreiber sammelt, wie er sie verwendet – und wie sich der Nutzer dagegen wehren kann. Aber wer prüft das, wenn er gerade dabei ist, ein Schnäppchen zu machen?

Mit der Rechtsprechung ist das ohnehin so eine Sache. Im Ausland ansässige Betreiber scheren sich noch immer oft einen feuchten Kehricht um das hiesige Bedürfnis nach Datenschutz und Privatsphäre. Vielleicht ändert sich das mit der neuen EU-Datenschutzverordnung, die 2014 für alle EU-Staaten verbindlich werden und auch Unternehmen von außerhalb der EU,

also auch Google, Facebook & Co., an die Kandare nehmen soll.

Aber bevor wir auf andere zeigen, sollten wir uns an die eigene Nase fassen. So findet sich trotz rechtlicher Bedenken gegen Social-Plug-ins der Facebook-Daumen auf immer mehr Unternehmensseiten, auch solchen aus Deutschland. Marketiers sind in dieser Hinsicht deutlich unempfindlicher als Informatiker.

Im Falle der Datenschutzverletzung drohen nicht nur hohe Geldstrafen, sondern auch „Gewinnabschöpfung“ und Schadenersatzforderungen. Aber um die geltend zu machen, muss ein Staatsanwalt erst mal nachweisen, woher der Gewinn im Einzelnen kommt und wer in welcher Weise geschädigt wurde. Und da fehlt es oft am Kläger. In Ermangelung von Präzedenzfällen gilt deshalb: Was geht, das wird auch gemacht.

**Karin Quack**  
Redakteurin CW



## Neue iPad-Version macht vieles leichter

*Die COMPUTERWOCHE-Kiosk-App erstrahlt nach dem aktuellen Update auf Version 4 in neuem Glanz.*

**N**icht nur optisch wurde die App verschönert, auch in Sachen Features gibt es Neues zu entdecken. So

haben wir eine von vielen Lesern gewünschte Druckfunktion integriert: Mit ihr lassen sich die iPad-Ausgaben der COMPUTERWOCHE problemlos über AirPrint-fähige Druck-Setups zu Papier bringen. Push-Benachrichtigungen werden unsere iPad-Leser – deren Zustimmung vorausge-

setzt – über neu eingestellte Ausgaben informieren. So erfahren Sie sofort, wenn die aktuellste COMPUTERWOCHE am Kiosk verfügbar ist.

Viele kleine Verbesserungen „unter der Haube“ steigern darüber hinaus die Stabilität und Nutzungsqualität der App. Wir hoffen, dass Ihnen diese Neuerungen gefallen, und freuen uns über Ihr Feedback!

Wenn Sie uns Anregungen geben möchten, mailen Sie einfach an [mobile@idgbusiness.de](mailto:mobile@idgbusiness.de)!



# Ärger um den Patriot Act

*Viele US-Cloud-Provider sind sauer. Europäische Konkurrenten werben damit, ihre Angebote seien sicherer vor dem Zugriff von US-Ermittlungsbehörden.*

Von Joachim Hackmann\*

**D**ie US-Anbieter beklagen einen massiven Wettbewerbsnachteil. Ursache für die schlechte Stimmung ist der Patriot Act, der amerikanischen Behörden das Recht einräumt, unter bestimmten Umständen in der Cloud gespeicherte Kundendaten einsehen zu dürfen. Dieses Recht erstreckt sich auch auf die europäischen Tochtergesellschaften von US-Firmen. Entscheidend ist nicht der Speicherort, sondern der Sitz der Muttergesellschaft.

„Europäische Daten sind selbst dann nicht immer vor dem Zugriff amerikanischer Sicherheitsbehörden sicher, wenn sie gar nicht auf einem Server in den USA liegen“, erläutert Michael Rath, Anwalt für IT-Recht bei der Kanzlei Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH in Köln. So konnte etwa die britische Microsoft-Dependance während der Office-365-Präsentation im Juni 2011 einen Zugriff der US-Behörden auf Kundendaten nicht ausschließen.

Das Antiterrorgesetz bremst die US-Anbieter aus, wenn Kunden europäische Datenschutzstandards verlangen und eigentlich Schutz vor dem Patriot Act meinen. „Offiziell wird das keiner sagen“, räumte ein Mitarbeiter eines großen IT-Providers

ein. „Aber kein Kunde wird seine Daten auf einem Server ablegen, der Schlupflöcher für Wirtschaftsspionage lässt.“

## Markenzeichen „Deutsche Cloud“

Zum Ärger der US-Provider spielt die europäische Konkurrenz den Datenschutz als Trumpfkarte gegenüber Kunden aus. Bereits vor zwei Jahren brachte T-Systems-Chef Reinhard Clemens die „Deutsche Cloud“ ins Gespräch, die mit einer Art Siegel hiesigen Datenschutz garantieren soll. Zudem preschen kleine Anbieter in sich öffnende Nischen vor: „Der Zugriff durch US-Behörden gemäß US Patriot Act ist ausgeschlossen“, wirbt etwa Fabasoft für den Collaborations-Dienst „Folio Cloud“. Der Nachrichtendienst Bloomberg meldete, T-Systems umwerbe Kunden mit Zugriffsschutz vor US-Behörden. „Wir agieren im europäischen Rechtsraum, und die US-Behörden können nicht einfach auf Daten unserer Kunden zugreifen“, verteidigte Clemens daraufhin die Strategie.

Der Druck der US-Industrie auf die eigene Regierung wächst. Inzwischen sahen sich zwei hochrangige Beamte aus dem Außen- und Justizministerium veranlasst, die



## Patriot Act

Der Patriot Act wurde im Oktober 2001 als Reaktion auf die Terroranschläge vom 11. September 2001 von der damaligen Bush-Administration auf den Weg gebracht. Es räumt den Ermittlungsbehörden weit reichende Befugnisse ein und schränkt amerikanische Bürgerrechte ein. So ist etwa die Telefon- und Internet-Überwachung ohne richterliche Kontrolle möglich. Die Behörden können unter bestimmten Umständen im Zuge des Patriot Acts auch Daten auf ausländischen Servern einsehen. Das Gesetz wurde von US-Präsident Barack Obama im Mai 2011 um vier Jahre verlängert.

Branche zu beschwichtigen. Hoffnung auf Änderungen am Patriot Act machten sie indes nicht. Zwar habe Cloud Computing den Markt verändert, die fundamentalen rechtlichen Schutzmechanismen für Auslandsgeschäfte blieben aber unangetastet bestehen, betonten sie.

Die US-Presse greift derweil die EU an: „Macht die EU die US-Cloud-Provider schlecht, um Raum für europäische Cloud-Companies zu schaffen?“, fragt David Linthicum in der „Infoworld“. Der Online-Dienst gigaom.com schimpft: „Anschnallen für die nächste Welle des Cloud-Protetionismus.“ Philip Verveer, stellvertretender Staatssekretär im Außenministerium, hält die Kontroverse für aufgeblasen. Das Thema sei in Krisenzeiten auf die Agenda gerückt, weil das Cloud-Geschäft Wachstum verspreche. Er verwies auf Gartner-Zahlen, wonach im Jahr 2015 im westeuropäischen Cloud-Markt 47 Milliarden Dollar verteilt werden. „Es steht viel Geld auf dem Spiel“, bringt es Verveer auf den Punkt. ◀

## Die Position des Bitkom

Der Bitkom muss die Interesse sowohl der IT-Firmen mit amerikanischen Wurzeln als auch die der heimischen Anbieter vertreten. Das ist ein heikles Unterfangen. Der Verband antwortete auf eine CW-Anfrage:

„Für alle Unternehmen, die auf beiden Seiten des Atlantiks Daten verarbeiten, stellen die teils widersprechenden rechtlichen Verpflichtungen aus der amerikanischen und der europäischen Rechtsordnung eine erhebliche Rechtsunsicherheit dar. Der Bitkom schlägt Gespräche zwischen Europa und den USA zur Klärung der Voraussetzungen für ei-

nen staatlichen Zugriff auf personenbezogene Daten auch jenseits des staatlichen Hoheitsgebiets vor. Es sollten schnellstmöglich ein gemeinsames Verständnis und ein in beiden Regionen gültiger Rechtsrahmen entwickelt und umgesetzt werden, unter welchen Voraussetzungen Unternehmen zur Herausgabe von personenbezogenen Daten verpflichtet werden können. Entsprechend sollten dann auch die Pflichten aus dem jeweiligen Datenschutzrecht im Sinne einer Harmonisierung auf hohem Datenschutzniveau angepasst werden.“

\*Joachim Hackmann  
jhackmann@computerwoche.de



# „Die Dinosaurier müssen jetzt tanzen lernen“

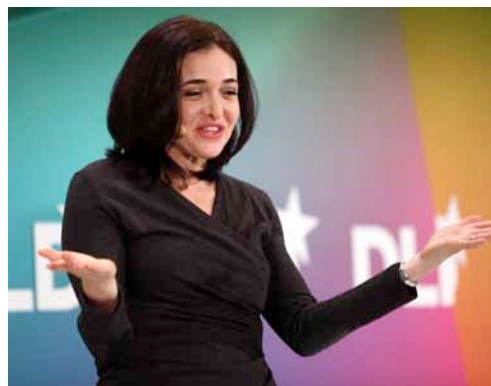
*Das Internet steht nach Meinung von Experten vor einem weiteren Entwicklungssprung. Das wird sich massiv auf das Business auswirken. Auch die etablierten Konzerne müssten ihre Geschäftsmodelle verstärkt auf den Prüfstand stellen.*

**D**as Jahr 2012 wird ein fundamentaler Wendepunkt“, sagte Googles Top-Manager Nikesh Arora auf der Web-Konferenz DLD (Digital, Life, Design) in München. Die Branche werde künftig eine grundsätzliche Neuorientierung von immer mehr Informationen und Services hin zum Nutzer erleben. Arora zufolge hätten in den vergangenen Jahren Breitband-

wicht im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang. Facebook-Managerin Sheryl Sandberg stellte eine Studie zum wirtschaftlichen Einfluss des weltgrößten Online-Netzwerks vor. Der Erhebung zufolge schafft Facebook in Europa einen direkten Mehrwert von 15,3 Milliarden Euro. Dank Facebook seien über 230.000 Jobs geschaffen worden, davon allein 36.000 in Deutschland. Durch das Netzwerk seien 2,6 Milliarden Euro zum deutschen Bruttoinlandsprodukt dazugekommen. Für die Studie wurden Unternehmen zum Erfolg ihrer Facebook-Aktivitäten befragt.

## Facebook ist mehr als Bilder

„Die Studie zeigt deutlich, dass Facebook viel mehr ist, als nur ‚Bilder zu teilen‘ und ‚mit Freunden in Kontakt zu sein‘. Der Erfolg von Social Media bedeutet Wachstum und Arbeitsplätze“, so Sandberg. Soziale Netzwerke böten besondere Möglichkeiten für kleine und mittelständische Unternehmen, die das Rückgrat der europäischen Wirtschaft bildeten. Aber nur wenn in die richtige Aus- und Weiterbildung, die notwendigen Technologien und Netzwerke investiert werde, könne Social Media weiterhin Innovationen und Wirtschaftswachstum



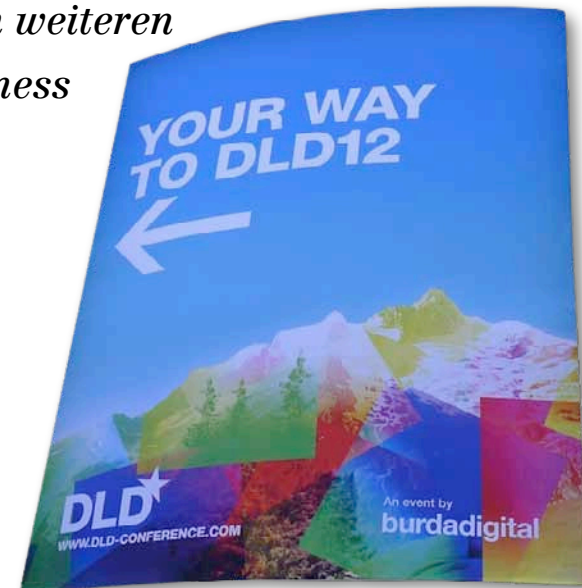
Der Erfolg von Social Media bedeutet Wachstum und Arbeitsplätze, sagt Facebook-COO **Sheryl Sandberg**.



Nach Einschätzung von Ebay-Chef **John Donahoe** werden wir in wenigen Jahren keine Geldbörsen mehr mit uns herumtragen.

Internet und Mobilfunk immer neue leistungsstärkere Plattformen, Endgeräte und Services hervorgebracht. In der nächsten Phase müsse es nun darum gehen, das Web im Interesse der Anwender zu ordnen. Der Google-Manager forderte unter anderem eine bessere Integration und Vernetzung zwischen verschiedenen Plattformen. Eine der größten Herausforderungen bestehe zudem darin, den Nutzern einen einfachen und einheitlichen Zugang zu ihren Inhalten und Services auf allen internetfähigen Endgeräten zu ermöglichen – vom Handy über Tablets und Notebook bis hin zur nächsten Generation von TV-Geräten.

Obwohl noch einige Hausaufgaben zu erledigen sind, strotzten auf der DLD die Web-Unternehmen vor Selbstbewusstsein. Ihre Vertreter pochen auf ein wachsendes Ge-



fördern – das ging klar an die Adresse von Regulierern und Politik.

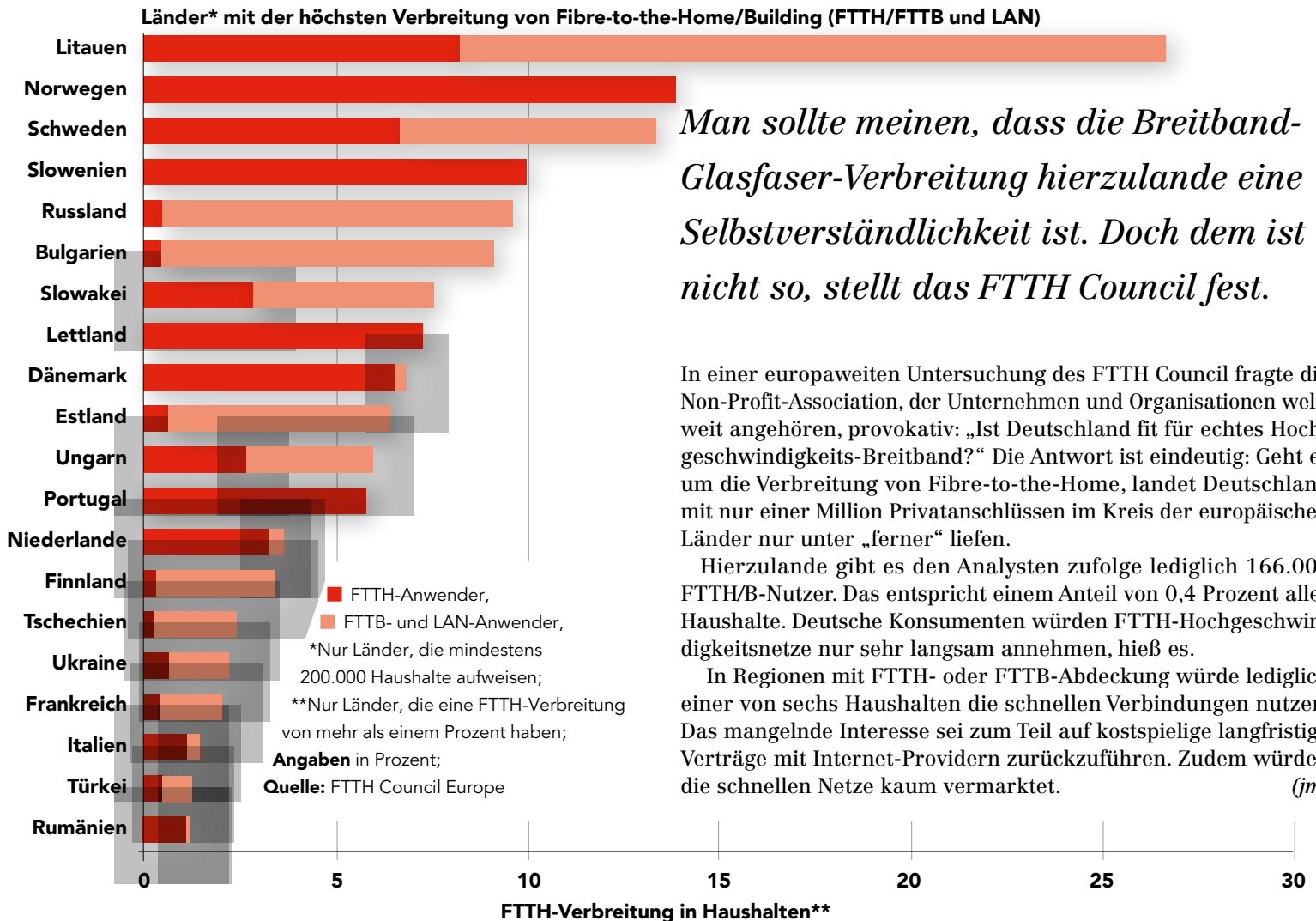
Auch der Lobbyverband Bitkom, dem Facebook im vergangenen Jahr beigetreten war, bescheinigt dem Netzwerk in einer aktuellen Umfrage große Bedeutung insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen (KMU). 38 Prozent der in Social Media aktiven Unternehmen gaben an, dass sie ein „klares Wirtschaftswachstum aufgrund ihrer Facebook-Präsenz“ verzeichnen konnten. 69 Prozent erklärten, ihren „Bekanntheitsgrad durch Facebook signifikant gesteigert“ zu haben.

## Droht dem Geldbeutel das Aus?

Facebook-Managerin Sandberg betonte, dass Soziale Netzwerke ihren Höhepunkt noch längst nicht erreicht hätten. Sie kündigte an, 50.000 kleineren Unternehmen einen Gutschein über 100 Euro für Werbung auf Facebook zur Verfügung zu stellen, damit sich die Firmen von der Reichweite des Netzwerks überzeugen könnten. Auch Google hatte zuvor ähnliche Gutscheine an Unternehmen verteilt.

Ebay-Chef John Donahoe sagte, er gehe davon aus, dass sich der Einzelhandel in den nächsten drei Jahren mehr verändern werde als in den zurückliegenden 20 Jahren. Allein der Siegeszug Internet-fähiger Smartphones habe die Grenzen zwischen dem Einkaufen im Web und dem klassischen Shopping-Erlebnis verwischt. Nach Einschätzung von Donahoe werden digitale

## Fibre-to-the-Home spielt in Deutschland keine Rolle



*Man sollte meinen, dass die Breitband-Glasfaser-Verbreitung hierzulande eine Selbstverständlichkeit ist. Doch dem ist nicht so, stellt das FTTH Council fest.*

In einer europaweiten Untersuchung des FTTH Council fragte die Non-Profit-Association, der Unternehmen und Organisationen weltweit angehören, provokativ: „Ist Deutschland fit für echtes Hochgeschwindigkeits-Breitband?“ Die Antwort ist eindeutig: Geht es um die Verbreitung von Fibre-to-the-Home, landet Deutschland mit nur einer Million Privatanschlüssen im Kreis der europäischen Länder nur unter „ferner“ liefern.

Hierzulande gibt es den Analysten zufolge lediglich 166.000 FTTH/B-Nutzer. Das entspricht einem Anteil von 0,4 Prozent aller Haushalte. Deutsche Konsumenten würden FTTH-Hochgeschwindigkeitsnetze nur sehr langsam annehmen, hieß es.

In Regionen mit FTTH- oder FTTB-Abdeckung würde lediglich einer von sechs Haushalten die schnellen Verbindungen nutzen. Das mangelnde Interesse sei zum Teil auf kostspielige langfristige Verträge mit Internet-Providern zurückzuführen. Zudem würden die schnellen Netze kaum vermarktet. (jm)

## Sicherheit beschränkt sich auf Firewall und AV-Software

*Deutsche Unternehmen achten zwar mehr auf Datensicherheit. Aber es gibt Lücken.*

**F**irewalls und Antivirensoftware setzt heute nahezu jedes mittelständische und große Unternehmen ein. Doch bei vielen Unternehmen hört das Sicherheitsdenken hier auch auf. Je größer ein Unternehmen allerdings ist, desto besser rüstet man sich gegen digitale Angriffe von außen.

### Viele verschlüsseln ...

Zu diesen Ergebnissen kommt die Dell-Studie „Safer Data Management“, durchgeführt von TNS Infratest. Die Mehrzahl der Unternehmen (69 Prozent) schützt seine Daten auf mobilen Geräten durch Verschlüsselung.

### ... mehr aber auch nicht

Ein weitergehender Schutz der Daten vor unerlaubter Weitergabe oder Datendiebstahl (DLP = Data Loss Prevention) ist jedoch nur bei rund jedem zweiten Unternehmen (53 Prozent) gewährleistet.

### Kleiner = unvorsichtiger

Hier besteht vor allem bei mittelständischen Unternehmen (100 bis 249 Mitarbeiter) Nachholbedarf: Lediglich 45 Prozent nutzen eine DLP-Lösung. Das ändert sich jedoch mit der Größe des Unternehmen. Von den Anfang Januar 2012 Befragten nutzen bei großen Unterneh-



men mit 500 und mehr Mitarbeitern bereits vier Fünftel solch eine DLP-Lösung.

### Security-Audit unbekannt

Weniger als ein Drittel der Unternehmen (29 Prozent) führt regelmäßig Security-Audits durch. Dabei gab es bei mehr

als jedem dritten Unternehmen (37 Prozent) schon einmal Probleme mit der IT-Sicherheit. „Noch immer gehen viele Unternehmen zu leichtsinnig mit dem Thema Datensicherheit um. Zu viele glauben, wenn sie Firewalls und Virenschutz hätten, sei dies ausreichend, um die wichtigsten Gefahren abzuwenden“, sagt Petra Wolf, Marketing Director CSMB bei Dell. Das ist auch insofern interessant, als das Bundesinnenministerium die Schäden, die etwa durch digitale Wirtschaftsspionage pro Jahr entstehen, auf 20 bis 50 Milliarden Euro schätzt. (jm)