

COMPUTERWOCHE

www.computerwoche.de

2013

Was bringt das neue IT-Jahr? Analysten und Redakteure über die wichtigsten Trends 2013.

ERP-Systeme verlieren ihre Sonderstellung

Ein Blick auf die wichtigsten Trends im Markt für Enterprise Resource Planning zeigt: Andere Systeme holen in ihrer Bedeutung auf.

Seite 24

Kempinski in der Amazon-Cloud

Die Hotelkette verzichtet auf eine eigene IT-Infrastruktur und setzt ganz auf Amazon-Services – aus Kosten- und strategischen Gründen.

Seite 32

2013

Wird alles anders?

14

In unserer Prognose 2013 lassen wir Auguren zu Wort kommen: Was ändert sich im neuen Jahr, und was bleibt? Unsere Redakteure wagen ebenfalls den Blick in die Glaskugel.

Sharepoint und die Folgen

12

Christoph Pliete, Gründer und Geschäftsführer des ECM-Spezialisten d.velop, erklärt im CW-Gespräch, warum das klassische Geschäft mit Enterprise-Content-Management an seine Grenzen stößt – und warum Microsofts Sharepoint mehr Chancen als Risiken birgt.



Trends im ERP-Markt

24

Das Segment für Enterprise Resource Planning (ERP) bleibt dynamisch. Eine Marktkonsolidierung findet auch 2013 nicht statt.



Radikaler Schnitt

32

Die Hotel-Gruppe Kempinski verlässt sich komplett auf IT-Infrastruktur aus der Amazon-Cloud. IT-Chef Jeremy Ward will in fünf Jahren mit um 40 Prozent geringeren IT-Kosten auskommen.

COMPUTERWOCHE.de

Highlights der Woche

Tools gegen das Daten-Chaos

Verzeichnisse helfen, Unordnung auf der Festplatte zu vermeiden – mit diesen praktischen Werkzeugen wird die Arbeit mit Dateien und Ordnern noch einfacher.

www.computerwoche.de/2529844

Projekt-Management für Web-Entwickler

„Agiles Projekt-Management“ und „Responsive Webdesign“: Wir zeigen, was es mit diesen Termini auf sich hat, und warum dafür Gewohnheiten aufgegeben werden müssen.

www.computerwoche.de/2528465

In dieser Ausgabe

Trends & Analysen

5 Oracle übernimmt Eloqua

Cloud-Angebot wird um Software für automatisiertes Marketing im Web erweitert.

6 Lockert SAP die Wartungsbedingungen?

Die Walldorfer sollen in Einzelfällen ungewöhnliche Kulanz bei Wartungsverträgen zeigen.

10 Wikimedia löst sich von MySQL

Der eigentlich banale Wechsel auf MariaDB könnte im Markt als Fanal verstanden werden.

Titel: Prognose 2013

14 Was die Analysten sagen

In diesem Jahr ist das Handwerk der Marktforscher nicht besonders schwierig: An den Kernthemen Mobile, Cloud Computing, Big Data und Social Enterprise wird sich nicht viel ändern.

18 Was die COMPUTERWOCHE sagt

CW-Redakteure sagen, welche Trends nachhaltig sind und was im neuen Jahr auf CIOs zukommen wird. Nicht immer stimmen ihre Meinungen mit denen der Analysten überein.

Produkte & Praxis

26 SDN-Strategien der Hersteller

Alle namhaften Anbieter sind auf den SDN-Zug aufgesprungen. Wir analysieren, wie weit sie wirklich sind und was sie konkret anbieten.

28 Qualitätssicherung bei Software

Potsdamer Unternehmen mit neuem Ansatz.

IT-Strategien

33 Chancen durch Gamification

Danone-CIO Michael Kollig über Innovationsimpulse durch Gamification und internen Wettbewerb.

34 Ganz ohne E-Mail? Das Gesetz sagt Nein

Regeln zu Kommunikation und Aufbewahrungspflichten gelten auch für kollaboratives Arbeiten.

Job & Karriere

40 Personalabteilungen unter Druck

Fachkräftemangel, Generation Y, Konjunkturschwankungen – Personaler haben viel zu tun.

43 Arbeitszeugnis im Ausland

Ein Arbeitszeugnis für Jobs im Ausland ist eher selten erhältlich. Hier helfen Referenzen.

44 Karrieretrends 2013

Coaches und Berater sagen, worauf sich Mitarbeiter künftig einzustellen haben.

Was die anderen sagen

Seiten-Spiegel

„Das Gravitationszentrum der Weltwirtschaft bewegt sich vom Westen in Richtung Osten und Süden. Die Entwicklung hat längst begonnen und wird sich beschleunigen, da sich Firmen, Ideen, Gründer und das Kapital immer schneller dorthin bewegen. Die aufstrebenden Wirtschaftsregionen werden von den globalen Konzernen unterstützt, ebenso aber von den chinesischen, indischen und brasilianischen Unternehmen, die sehr schnell internationale Konkurrenzfähigkeit erlangen.“

„Computerworld“ über den Zukunftsreport der US-Regierung „Global Trends 2030“ (<http://w.idg.de/ZXC8yq>)



„Ich freue mich darauf, zusammen mit Google an einigen der schwierigsten Informatikprobleme zu arbeiten.“

Ray Kurzweil hat als Director of Engineering bei Google angeheuert

„Bisher haben Entwickler das Problem der Fragmentierung eher mit Android in Verbindung gebracht. Inzwischen geht es Apple-Entwicklern (durch die zahlreichen Varianten von iPhone und iPad, Anm. d. Red.) nicht anders, berichtet Appcelerator in einer Studie. Deshalb könnten sich neue Chancen für Plattformen wie Windows RT oder RIMs Blackberry 10 ergeben.“

„Infoworld“ (über Developer-Report von Appcelerator: <http://w.idg.de/YsChJL>)

„Natürlich hätte sich manch einer mehr Tempo und noch mehr Nachdruck gewünscht. Aber einen Riesentanker wie die Telekom umzusteuern, ist ein mühsamer Prozess, der mehr Hartnäckigkeit und Geduld erfordert, als Obermann für den Konzern noch aufbringen mag. Er sucht eine neue Herausforderung, was ihm nicht zu verdenken ist. Andere Motive für den vorgezogenen Rücktritt sind nicht erkennbar.“

„FAZ.net“ zum angekündigten Rückzug von Telekom-Chef René Obermann

CW-Kolumne

Es wird ein aufregendes Jahr

Ein neues IT-Jahr hat begonnen, und wahrscheinlich wird es spannender als die meisten davor. Der Hintergrund sind die rasanten Veränderungen, die sich im Markt abspielen. Die viel zitierten neuen Themen Cloud, Mobile, Big Data etc. sind ja nicht nur für Anwender eine Herausforderung, sondern vor allem für IT-Hersteller. Die großen Softwarehäuser, die einen Gutteil ihres Geschäfts mit klassischen Softwarelizenzen machen und dabei vor allem bei den Wartungsgebühren die Hand aufhalten (siehe Seite 6), müssen schnellstens neue Geschäftsmodelle entwickeln.

Ihre Kunden sind im Aufbruch, gibt es nun doch für viele Aufgabenstellungen, die von den großen Produkt-Suiten gar nicht oder nur am Rande berührt werden, einfache, preiswerte und – auch von den Fachabteilungen – schnell einsetzbare Lösungen aus der Cloud. Gleichzeitig machen aufstrebende Firmen, etwa Workday, Plex oder Salesforce.com, mächtig Druck. Sie haben keine On-Premise-Historie und können ihr Cloud-Geschäft ohne Rücksicht auf ein Bestandsgeschäft ausrollen.

Disruptiv sind auch die Veränderungen im Hardware-Business: Trends wie Standardisierung und Virtualisierung haben dem Server- und PC-Markt hart zugesetzt,

wie die Zahlen von Gartner und IDC zuletzt zeigten. Bewegung entsteht zudem durch das veränderte Konsumentenverhalten: Manche Hersteller haben es tatsächlich geschafft, die sich geräuschvoll ankündigende Tablet- und Smartphone-Lawine glatt zu überhören.

Derweil schicken sich Software Defined Networks an, auch den Communications-Markt durcheinanderzuwirbeln: Unternehmen können bald Netze programmieren und den Verkehrsfluss einfach kontrollieren, ebenso die Änderungen an Netzanwendungen. Was das für die klassischen Netzwerk-Equipment-Geschäfte von Firmen wie Cisco, Brocade oder Hewlett-Packard bedeutet, vermag heute niemand vorherzusagen. 2013 wird ein Jahr der revolutionären Veränderungen in der IT. Wer jetzt nicht aufpasst, kann den Anschluss verlieren – sowohl Hersteller wie Anwender.

Heinrich Vaske
Chefredakteur
CW



COMPUTERWOCHE auf dem iPad

Neugierige Leser können schon am Freitag einen Blick ins Heft werfen – digital auf dem iPad!

Die beliebte iPad-Ausgabe der COMPUTERWOCHE nutzt in der aktuellen Version alle Möglichkeiten, die das iPad bietet. Sie überzeugt durch hohe Ladegeschwindigkeit und hilft Anwendern, die auf eine neuere iPad-Version wechseln wollen, ihre einmal erworbenen Einzelhefte mit geringem Aufwand in optimierter Qualität wiederherstellen. Hinzu kommen ständig neue Detailverbesserungen in

Grafik und Usability. Die iPad-Ausgabe enthält ferner die von vielen Lesern gewünschte Druckfunktion, mit der sich einzelne Ausgaben der COMPUTERWOCHE problemlos über AirPrint-fähige Druck-Setups zu Papier bringen lassen. Push-Benachrichtigungen informieren unsere iPad-Leser – deren Zustimmung vorausgesetzt – über neu eingestellte Ausgaben. So erfahren Sie sofort, wenn die aktuellste COMPUTERWOCHE am digitalen Kiosk verfügbar ist.



Konkurrenzdruck: Oracle kauft Cloud-Know-how zu

Mit dem Kauf von Eloqua will Oracle sein Cloud-Geschäft weiter auf Touren bringen. Der Konzern muss sich beeilen, um seine starke Marktstellung zu behaupten. Reine Cloud-Anbieter wie Salesforce und Workday sind deutlich agiler.

Oracle hat Nachholbedarf im Cloud-Geschäft. Nachdem Gründer und CEO Lawrence Ellison noch vor wenigen Jahren über die IT-Wolke gelästert und das Ganze als schnell vorübergehenden Hype abgetan hatte, muss er heute zusehen, nicht den Anschluss zu verlieren. Agile Cloud-Anbieter wie Salesforce und Workday, die keine On-Premise-Verpflichtungen haben, bestimmen heute die Dynamik in diesem Wachstumsmarkt.

Unternehmen wie Oracle und SAP müssen sich beeilen, um nicht abgehängt zu werden. Beide Unternehmen haben das erkannt und setzen unter anderem auf Zukäufe. Oracles jüngster Coup: Kurz vor Weihnachten gab der Softwareriese bekannt, den US-Anbieter Eloqua für 871 Millionen Dollar übernehmen zu wollen. Das Unternehmen bietet Lösungen für automatisierte Marketing-Prozesse im Web an – aus der Cloud. Anwender sollen damit in die Lage versetzt werden, das Potenzial ihrer Kunden effizienter zu analysieren und zu nutzen. Beispielsweise ließen sich Kundenverhalten sowie Entscheidungsprozesse besser untersuchen und auf dieser Basis dann Kunden genauer qualifizieren und Verkaufschancen identifizieren.

Firmen investieren in Marketing

Mit dem Kauf von Eloqua baut Oracle sein Portfolio von Customer-Relationship-Management-(CRM-)Lösungen aus der Cloud weiter aus. Zuvor hatte der Konzern bereits viel Geld in die Übernahmen von Vitruve und Rightnow gesteckt. Die Modernisierung der Marketing-Aktivitäten sei in vielen Unternehmen derzeit ein kritischer Bereich, in den viel Geld investiert werde, begründete Thomas Kurian, Executive Vice President für Oracles Infrastrukturbereich, die Übernahme. Die Marketing-Automatisierung



Die Attacken, die Oracle-Chef **Lawrence Ellison** gegen die Cloud-Konkurrenz fährt, machen deutlich, in welche Richtung die eigenen Ambitionen zielen.

gen von Eloqua würden künftig das Herzstück von Oracles Marketing-Cloud bilden, kündigte der Manager an.

Härterer Wettbewerb in der Cloud

Die Übernahme zeigt, dass im Cloud-Geschäft derzeit mit harten Bandagen um eine gute Ausgangsposition gekämpft wird. Mit dem Deal gelingt Oracle auch ein Schlag gegen den Konkurrenten Salesforce. Eloqua ist ein wichtiger Partner für das Ökosystem des CRM-Cloud-Spezialisten. Zwar beteuerten die Oracle-Verantwortlichen, die Lösung offen für Drittanwendungen halten zu wollen. Analysten wie Denis Prombriant von der Beagle Research Group rechnen jedoch damit, dass sich das ändern könnte.

Damit dürfte sich der Wettbewerb weiter verschärfen. Auch Salesforce hatte zuletzt sein Cloud-Angebot an Marketing-Lösungen ausgebaut. Die Übernahmen von Radian6 und Buddy Media konzentrierten sich aber hauptsächlich auf Social-Komponenten. Da nun mit dem Kauf von Eloqua ein unabhängiger Partner für die Marketing-Automatisierung wegfällt, könnte Salesforce selbst in

diesem Bereich aktiv werden, glauben Experten.

Derweil versucht Oracle-Chef Ellison, sein Cloud-Geschäft starkzureden. Dabei nimmt er vor allem Konkurrenten wie Salesforce und Workday ins Visier. Man habe zuletzt gute Deals gegen Salesforce gewonnen, ließ er durchblicken. Und Workday sei in Nordamerika schon geschlagen, in Europa ebenfalls beinahe vom Markt gedrängt. Ellisons Salven sind jedoch auch ein Zeichen dafür, an welcher Stelle er offenbar Bedrohungen für das eigene Geschäft sieht. Workday, das im Oktober 2012 an die Börse gegangen war, bietet Finanz- und Personalverwaltungssoftware aus der Cloud an. Das Unternehmen, das von David Duffield 2005 gegründet

worden war, nachdem Oracle dessen Softwarefirma Peoplesoft nach einem harten Übernahmekampf geschluckt hatte, wird derzeit mit rund neun Milliarden Dollar bewertet – bei Quartalsumsätzen von um die 70 Millionen Dollar. Allerdings konnte der Cloud-Spezialist seine Einnahmen zuletzt verdoppeln – und die Investoren erwarten weitere Heldentaten.

Hauptgeschäft bleibt Wartung

Oracles Geschäfte entwickeln sich weniger dynamisch, freilich auf einem ganz anderen Niveau. Allein der Profit erreichte im zweiten Geschäftsquartal 2,6 Milliarden Dollar, ein Plus von 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Einnahmen legten zwar nur um drei Prozent zu, was bei einem Volumen von 9,1 Milliarden Dollar aber verschmerzbar sein dürfte. Die Cloud-Einnahmen bezifferte Finanzchefin Safra Catz auf 230 Millionen Dollar. Das sind 2,5 Prozent des Gesamtumsatzes. Wichtigste Einnahmequelle bleibt das klassische Wartungsgeschäft, das mit rund 4,3 Milliarden Dollar fast die Hälfte zum Umsatz beiträgt. (ba)

Wartungsgebühren – lässt SAP jetzt locker?

Während Softwarehersteller beim Lizenzpreis hohe Rabatte einräumen, zeigen sie sich bei der Wartung meist wenig verhandlungsbereit. Analysten berichten nun, dass selbst SAP mittlerweile auch an dieser Stelle Nachlässe gewährt.

Von Martin Bayer*

Wir haben mit einer Handvoll großer SAP-Kunden gesprochen, die im Zuge der Erneuerung ihrer Wartungsverträge Nachlässe von bis zu 50 Prozent erhalten haben“, berichtete jüngst Peter Goldmacher, Analyst von Cowen and Company, in einem Report. Die Anwenderunternehmen suchten nach Mitteln und Wegen, ihre IT-Ausgaben zu senken, schildert der Marktbeobachter die Hintergründe. Dabei kämen immer mehr Verantwortliche zu dem Ergebnis, dass die SAP-Wartung den hohen Preis nicht wert sei, den ihre Unternehmen zahlen müssten.

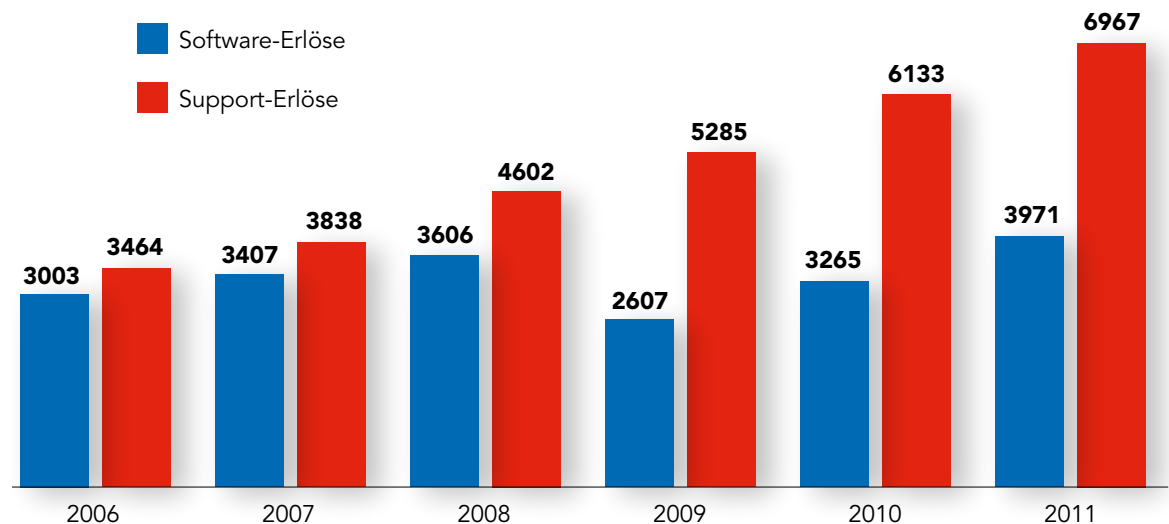
Drittanbieter lauern

In der Folge hielten die Firmen Ausschau nach kostengünstigeren Alternativen, wie sie beispielsweise Anbieter von Drittwartung wie Rimini Street bieten. Äußerten die Anwender ihre Absicht, die Wartung zu kündigen, biete der Softwarekonzern zunächst einen moderaten Rabatt auf die Wartung. Wiesen die Kunden diese Angebote zurück, landeten durchaus ansehnliche Rabatte auf dem Verhandlungstisch, berichtet Goldmacher. Die Tatsache, dass hochrangige SAP-Manager in diese Verhandlungen involviert seien, zeige dass das Management das Wartungsthema offenbar sehr ernst nehme.

Auf SAP-Seite will man von den Wartungsrabatten nichts wissen. „Als wir den Report gesehen haben, waren wir ziem-

SAP verdient immer besser an der Wartung

Die Einnahmen für Support und Wartung machen in der SAP-Bilanz einen immer wichtigeren Posten aus. Selbst als in der Krise die Lizenzeinnahmen einbrachen, stiegen die Support-Erlöse weiter an.



Angaben in Millionen Euro, Quelle: Geschäftsberichte SAP

lich geschockt“, zitiert der „IDG News Service“ Augusto Abbarchi, Senior Executive von SAP. Es gebe bei SAP keine Nachlass-Policy dieser Art. Man wisse nicht, woher diese Annahmen herrührten. „Wir haben immer gesagt, wenn es darum geht, den Preis auszuhandeln, ist die Wartung kein Teil dieser Diskussionen.“ Allerdings, so muss der SAP-Manager einräumen, verstärkte sich der Druck der Kunden auf den Softwarekonzern. Diese suchten nach allen Möglichkeiten, Kosten zu reduzieren. Daher gebe es heute mehr Diskussionen als in der Vergangenheit.

Für die Softwarekonzerne ist die Wartung ein sensibles The-

ma. Im gesamten Lebenszyklus einer Software bescheren die Maintenance-Gebühren den Anbietern deutlich mehr Einnahmen als der einmalig gezahlte Lizenzpreis. Auf diesen gewähren die Hersteller gerne einen Rabatt, um den Kunden zum Kauf zu bewegen. Dagegen lassen sie in Sachen Wartung meist nicht mit sich reden.

Wartungspanne bei SAP

Speziell für SAP ist das Thema Wartung noch aus einem anderen Grund besonders heikel. Vor ein paar Jahren erhöhte der Konzern über Nacht den Wartungssatz, was unter den Anwendern einen Sturm der Empörung auslöste. Aufgrund des

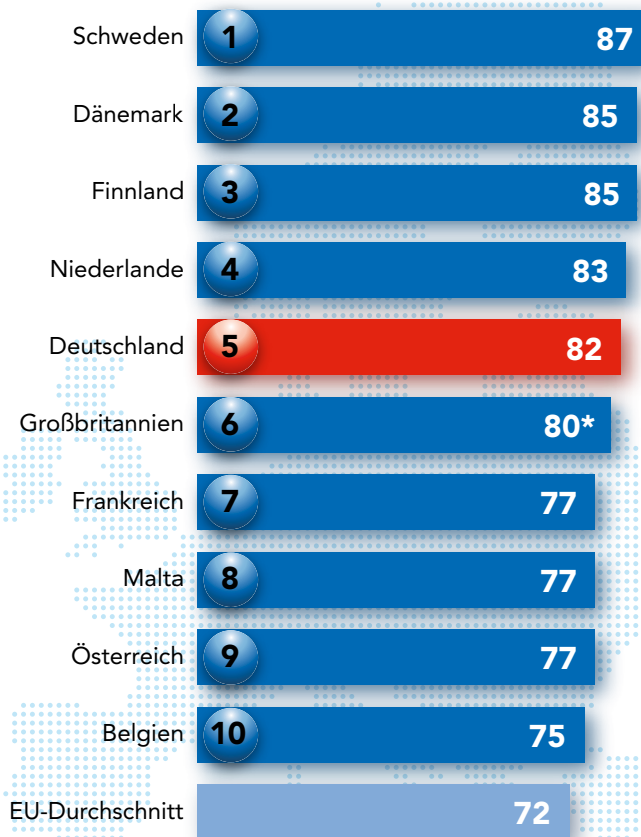
hartnäckigen Widerstands seiner Kunden musste SAP schließlich zurückrudern und den Firmen die Wahlmöglichkeit zwischen dem klassischen Standard-Support oder dem höherpreisigen Enterprise-Support einräumen.

Entsprechend dünnhäutig reagiert man auf alles, was die Wartungseinnahmen in irgendeiner Form gefährden könnte. Vielleicht habe Goldmacher in seinen Gesprächen etwas missverstanden, spekuliert SAP-Manager Abbarchi. Eventuell habe der Analyst Lizenzrabatte, die sich auch auf die Wartung auswirken könnten, als Nachlass auf die Maintenance-Gebühren interpretiert.

82 Prozent der deutschen Haushalte nutzen Breitband-Internet

EU-Ländervergleich 2012

Breitbandanschlüsse (DSL, VDSL, Kabel, Satellit, UMTS und sonstige) je 100 Haushalte



*Daten von 2011, Quelle: Bitkom

Deutschland ist gut mit Breitband versorgt? Stimmt – wenn man Breitband entsprechend niedrig definiert.

15 Jahre Liberalisierung des deutschen TK-Markts – für den ITK-Brancheverband Bitkom ist das eine „einzigartige Erfolgsgeschichte“. So würden beispielsweise die Kunden heute für Inlandstelefonate weniger als drei Prozent des Preises von vor der Liberalisierung bezahlen. Und die Netzbetreiber hätten mehr als 100 Milliarden Euro in den Netzausbau investiert.

Mittlerweile, so die Berechnungen des Bitkom auf Basis von Eurostat-Zahlen, nutzen hierzulande 82 Prozent aller Haushalte einen schnellen Internet-Zugang. Vor einem Jahr waren es 78 Prozent, 2003 erst neun Prozent. Damit liegt Deutschland nach Darstellung des Verbands in der EU-Spitzengruppe. Allerdings sind die Zahlen mit Vorsicht zu genießen: Bei der Erhebung wurden bereits Internet-Zugänge mit einer Bandbreite von 1 Mbit/s als schnell bewertet. So kommt der Bitkom denn auch zu dem Ergebnis, für mehr als 99 Prozent der deutschen Haushalte stehe ein schneller Internet-Zugang zur Verfügung. (hi)

Der Streit um DSL-Vectoring geht in die nächste Runde

Konkurrenten werfen der Telekom Remonopolisierung des Netzes vor.

Das Potenzial der Technik klingt super: Per Vectoring sollen über das alte Kupferkabel des Telefonnetzes Bandbreiten bis zu 100 Mbit/s realisiert werden. Die Sache hat jedoch einen Haken: Damit Vectoring die wechselseitigen Störungen der einzelnen Leitungen in einem Kabelbündel unterdrücken kann, müssen diese koordiniert bearbeitet werden – also alle Nutzer der Telefonkabel zusammenarbeiten.

Vor diesem Hintergrund hatte die Telekom im Herbst angekündigt, dass sie DSL-Vectoring exklusiv auf der letzten Meile zum Kunden verwenden wolle. Entsprechend lautstark war der Aufschrei der Konkurrenten,

die auf den letzten Metern zum Kunden auf die Telekom-Telefonleitung angewiesen sind.

Die Bonner reagierten daraufhin mit einem Kompromissvorschlag, den sie als Antrag bei der Bundesnetzagentur einreichten: Anbieter, die Vectoring

ab dem Kabelverzweiger (graue Kästen am Straßenrand) nutzen wollen, sollen verpflichtet werden, entsprechende Produkte auch für die Konkurrenz bereitzustellen.

Die Antwort der Konkurrenten folgte prompt. Einig wie sel-

ten kritisierten die sonst oft zerstrittenen Lobby-Vereinigungen VATM, Breko und Buglas den neuen Telekom-Antrag. So erzürnt sich beispielsweise der VATM darüber, dass bereits die Telekom-Ankündigung ein künftiges Zugangsverbot für die Konkurrenz zur Folge habe. Der Breko sieht darin eine massive Attacke auf den Breitbandausbau der City- und Regional-Carrier in Deutschland. Und der Buglas wirft der Telekom gar vor, eine Remonopolisierung anzustreben.

Das letzte Wort in dem Streit hat am 24. Januar die Bundesnetzagentur: Dann findet die mündliche Verhandlung über den Telekom-Antrag statt. (hi)

