

1

Mobile

Prozesse, Märkte,
Jobs – nichts
bleibt, wie es war.

Seite 14

Cloud: Marktplätze – das nächste große Ding. Seite 6

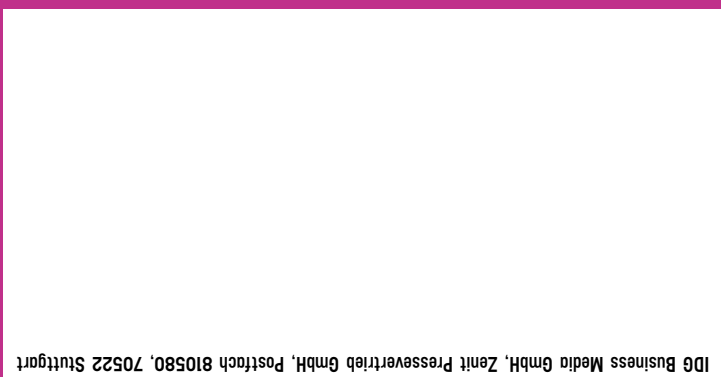
Social: Warum Firmen (noch) nicht teilen wollen. Seite 36

Big Data: Nicht nur eine Frage der Technik. Seite 44



UADRIGA
CLOUD . BIG DATA . MOBILE . SOCIAL

powered by
COMPUTERWOCHE
IDG



Wer die COMPUTERWOCHE-Ausgabe zum Jahreswechsel gelesen hat, dem wird unser Cartoon in der Heftmitte aufgefallen sein: Vier apokalyptische Reiter bringen darin den IT-Chef um den wohlverdienten Schlaf. Es sind dies die vier Trendthemen Mobile, Cloud, Social und Big Data. Wir haben uns mittlerweile entschlossen, das Thema etwas freundlicher zu behandeln – ohne dabei das Pferdemotiv aus den Augen zu verlieren. Wir fassen die vier großen Branchentrends nun unter dem Begriff QUADRIGA zusammen. Eine erste Publikation zum Thema halten Sie, liebe Leser, in Händen. Drei weitere werden im Juni, September und November folgen.

QUADRIGA beschäftigt sich mit den vier zentralen Einflüssen, die nicht nur den ITK-Markt und die Anwenderunternehmen, sondern

die Gesellschaft insgesamt verändern. Sie haben das Potenzial, unser tägliches Leben und Arbeiten, ganze Produktionsprozesse, das Wirtschaften und die Kommunikation der Menschen in einer globalisierten Welt entscheidend zu prägen.

Revolutionäre Wirkung

Jeder der vier großen Trends wird jeweils den Mittelpunkt eines unserer Hefte bilden. In dieser Ausgabe ist es Mobile Computing. Für die Edition im Juni werden wir unser Augenmerk besonders auf das Thema Big Data richten. Cloud Computing steht im Mittelpunkt der September-Ausgabe, und das Social Enterprise wird uns im November beschäftigen. Weil wir wissen, dass unser Vierspänner im Takt galoppieren muss, um ans Ziel zu gelangen, geben wir auch den jeweils anderen Themen in allen vier Heften genügend Raum.

Wir möchten uns an dieser Stelle bei unserer Grafikerin Daniela Petrini und den Layoutern Karin Reitberger sowie Erika und Walter Schönberger bedanken, die die gestalterischen Ideen der Redaktion in überzeugender Weise umgesetzt haben.



Jan-Bernd Meyer
ist Redakteur der
COMPUTERWOCHE.

Die COMPUTERWOCHE-Redaktion sieht die vier QUADRIGA-Ausgaben als eine Einheit, als ein Sammelbecken auch für Ideen, Anstöße, Kritik. Ganz im Sinn der Social Media möchten wir unsere Leser ermuntern, uns Feedback und Anregungen zu geben. Damit sich die Schwarmintelligenz auf die kommenden QUADRIGA-Ausgaben auswirken kann. Schreiben Sie mir unter

jbmeyer@computerwoche.de

Mobile



Google Glass: Ohne Smartphone geht nichts	Seite 14
Reisen nur noch mit Mobiltelefon und Netz	Seite 16
Wer schließt zu Android und iOS auf?	Seite 20
Zahlenspiele: Mobile Trends im Überblick	Seite 24
Wie Ducati mit dem iPad Gas gibt	Seite 28
Ohne Strategie kein Mobile Enterprise	Seite 32
Impressum	Seite 43





Cloud

Vier IT-Trends, die die Welt bewegen
Preiskampf in der Cloud

Seite 6
Seite 10

Social

Social Media betrifft uns alle
Interview: „Teilen wird zum Vergnügen“

Seite 36
Seite 40

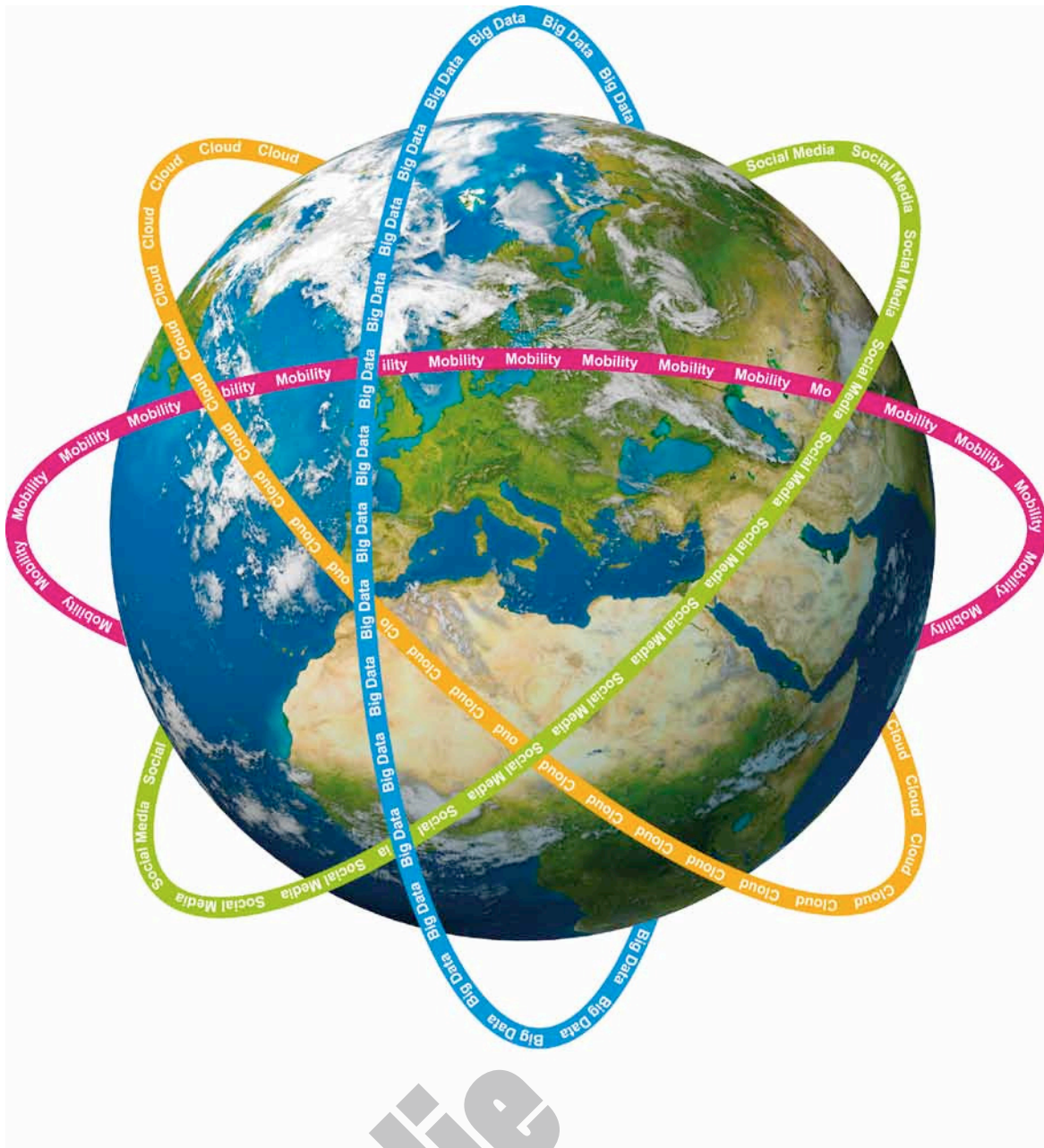


Big Data

Die eine Lösung für alles gibt es nicht
Lernen von den Pionieren

Seite 44
Seite 48





Trends, die die Welt bewegen

Wer Mobility sagt, muss auch Cloud Computing sagen. Und Big Data. Und Social Media. Vier Trends, die die IT und die Welt verändern. Gartner-Analysten diskutieren, wohin uns diese Entwicklungen bringen.

Von Jan-Bernd Meyer*

Über eine Social-Media-App auf einem Smartphone kann man da Produkte via QR-Code bestellen. Kommt man abends heim, ist die Ware schon angeliefert.

CW: Ist dieses Projekt denn erfolgreich?

Ridder: Ja. Tesco hat ein Online-Sales-Wachstum von 130 Prozent. Das ist schon eine Hausnummer. Oder nehmen Sie das Beispiel Soapbox.com. Da haben zwei Harvard-Studenten die Idee gehabt, online Seife zu verkaufen. Für jedes Stück Seife, das jemand kauft, wird ein weiteres in eine Gegend versandt, in der sich Menschen so etwas nicht leisten können – es dient also einem karitativen Zweck. Die Studenten arbeiten mit ungefähr 30 Geschäftspartnern wie etwa Google oder Paypal zusammen. Hier läuft alles ausschließlich über eine App, via Cloud-Dienste und gesteuert von Mobilgeräten ab.

CW: All die Firmen, die Sie hier nennen, sind keine deutschen. Verschlafen wir hierzulande einen Trend?

Ridder: Nein. Unternehmen wie die Lufthansa arbeiten auch an entsprechenden Konzepten. Ich denke allerdings, dass das Risikobewusstsein der Deutschen ein anderes ist als das der Amerikaner.

Casper: Die Beispiele, die Frank, genannt hat, sind sehr öffentlichkeitswirksam...

Zimmermann: ...und sehr Consumer-orientiert...

Casper: ...wogegen die deutsche Kultur eher für Risikobewusstsein steht. Dafür auch, etwas länger über einen Sachverhalt nachzudenken und auf der sicheren Seite zu stehen. Nicht umsonst hat das BSI 400 Angestellte. In Deutschland sehe ich eher

den Nährboden für Leute mit Ideen aus der Sicherheitsbranche. Die machen sich Gedanken darüber, wie man die Cloud sicher gestalten kann, wie man trotzdem die Lösungen ausländischer Cloud-Anbieter auf mobilen Geräten nutzen kann. Nehmen Sie ein Unternehmen wie Teamdrive. Die bieten sichere Verschlüsselungen an. Oder die Berliner Firma Trustedsafe. Beides deutsche Betriebe, die ein ähnliches Konzept entworfen haben. Es geht jeweils um Safety made in Germany, die Schlüssel bleiben im Land, die Verschlüsselungsverfahren sind getestet.

Ridder: In Deutschland veredelt man viele Consumer-Modelle. Centerdevice etwa wurde von einem Ex-IBMer ins Leben gerufen. Er hat etwas Ähnliches wie die Dropbox für Unternehmen entwickelt. Erfunden hat er das Konzept nicht. Aber er hat es sicherer gemacht und auf die Bedürfnisse von Enterprises zugeschnitten.

Zimmermann: Ein sehr schönes Beispiel aus Deutschland ist die App „MyTaxi“. Auch diese Leute mögen vielleicht nicht das Konzept erfunden haben. Aber sie haben es im besten Sinn veredelt. Und mittlerweile expandiert dieses Startup in die USA und andere europäische Länder. Sie haben im Prinzip den Taxi-Markt aufgemischt.

Ridder: Noch ein Beispiel: Xing. Das Unternehmen ist älter als LinkedIn oder Facebook.

CW: Lassen Sie uns über einen weiteren Nexus-Trend reden: Big Data. Im Moment werden teure Appliances beworben, damit Unternehmen Geld ausgeben, um bestimmte Prozesse zu verkürzen oder im Sinne eines Realtime-Enterprise Abläufe zu verändern. Das Versprechen scheint nicht so neu wie der Name...

Ridder: Die Diskussion um Big Data und Analytics kreist im Wesentlichen darum, dass und wie man Trendanalysen verwirklicht beziehungsweise in die Zukunft sieht. Hierbei sollen Daten aus verschiedenen Segmenten wie beispielsweise der Pharma- oder der Airline-Branche mit IT-Daten verknüpft werden, um dann eventuell neue Muster zu erkennen. Das ist spannend, aber deshalb noch nicht im Grundsatz neu. Sicher ist, zurzeit gibt es kaum Experten für diese neue Art der Analytics. Auch die Qualität der Tools ist noch ausbaufähig. Meines Erachtens muss man, will man in die Zukunft blicken, viel mehr mit künstlicher Intelligenz arbeiten. Wenn man hier mit Templates arbeitet, ist das eigentlich schon kalter Kaffee...

Casper: ...mit Templates arbeiten ist so, als ob man in einem Textverarbeitungsprogramm Textbausteine nutzt.



Carsten Casper,
Gartner Research VP
(Security & Privacy)