

COMPUTERWOCHE

www.computerwoche.de



SOCIAL ANALYTICS

Chancen und Grenzen der Analyse von Blogs, Foren und Social-Web-Seiten.

Bei Anwendungen ist Geschwindigkeit alles

Werkzeuge für das Application-Performance-Management sind gefragt. Wir haben die wichtigsten Angebote verglichen.

Seite 24

IT-Karriere in der Automobilbranche

In unserem Themenschwerpunkt steht die Frage im Mittelpunkt, welche Perspektiven IT-Profis bei Autobauern und Zulieferern haben.

Seite 40

Social Analytics

12

Wenn Kundendaten in Blogs, Foren und sozialen Netzwerken breit verfügbar sind, wachsen die Begehrlichkeiten in Marketing-Abteilungen. Doch der Weg zum Erfolg ist holprig und weit.

Anwendungen Beine machen

24

Application-Performance-Management ist ein weites Feld. Unser Autor hat sich mit dem Teilsegment des Deep-Application-Transaction-Managements beschäftigt und die Anbieter klassifiziert.

IT-Jobs in der Autoindustrie

40

IT im Kopf und Benzin im Blut – so wünschen sich Autofirmen ihre Internet- und IT-Fachleute. Möglichkeiten gibt es viele.



COMPUTERWOCHE.de

Highlights der Woche

Chronik eines globalen Skandals

Die NSA-Affäre in der Rückschau: Was geschah wann? Was sagen Anwender und Analysten? www.computerwoche.de/2549664

Deutschland Digital

Politik, Ausbildung, Wirtschaft, Gesellschaft – der Digitalisierungstrend fordert alle Bereiche. www.computerwoche.de/p/3838

Tiefoto: INFINITY/Fotolia.com

In dieser Ausgabe

Trends & Analysen

5 T-Systems steht vor einem Umbau

Die Reorganisation bei der Telekom-Tochter könnte Tausende Arbeitsplätze kosten.

10 Die IT verursacht selbst Schatten-IT

Eine Untersuchung zeigt, dass sich auch IT-Mitarbeiter oft nicht an die Regeln halten.

Produkte & Praxis

27 Apple iOS sicher einsetzen

Das BSI hat Empfehlungen zur Absicherung des iPhone- und iPad-OS herausgegeben.

28 Amazon umwirbt Großunternehmen

Mit seinen AWS-Diensten will der Online-Händler mehr als nur Internet-Startups bedienen.

IT-Strategien

34 Logistik-IT – besser zentral?

Zentrale versus dezentrale IT ist in der Logistikbranche ein heiß diskutiertes Thema.

36 Marketing und IT im Clinch

In dem Maß, wie der Marketing-Erfolg von IT abhängt, nehmen Reibungen und Kompromisse zu.

Job & Karriere

40 Neue Aufgaben in der Automotive IT

Das Spektrum reicht von der Car-IT über Mobilitätskonzepte bis hin zur klassischen Backend-IT.

44 Daimler-CIO Gorritz im CW-Gespräch:

„Unser Bedarf an Informatikern steigt weiter.“

Die Business Cloud „Made in Europe“

Entdecken Sie die Vorteile der europäischen Business Cloud für Enterprise File Sharing und B2B Collaboration: Testen Sie die Fabasoft Cloud!

www.fabasoft.de

Fabasoft[®]
STORE LOCALLY • SHARE GLOBALLY



Was die anderen sagen

Seiten-Spiegel

„Verdächtige aus Bayern und Niedersachsen sollen sich mit gekaperten Rechnern Bitcoins im Wert von 700.000 Euro verschafft haben. Nun wurden sie festgenommen. Das BKA kam in der Nacht, begleitet von einer Spezialeinheit.“

„Spiegel.de“
(<http://w.idg.de/18np6Ll>)



„Ich darf aus Sicherheitsgründen kein iPhone benutzen!“

Vor welchen Geheimdiensten fürchtet sich US-Präsident **Barack Obama**?
(<http://w.idg.de/IFxMWp>)

„Die Ankündigung von Jeff Bezos, dass Amazon.com mit Drohnen Pakete zustellen will, ist zunächst vor allem Marketinggetöse (...). Bezos weiß nicht, wann Drohnen wirklich in Betrieb gehen können. Im Wege stehen Regulierungsbehörden sowie ungeklärte technische und ökonomische Fragen. Trotzdem brachte die Nachricht drei wichtige PR-Erfolge für ihn: Erstens redet jetzt, zum Start der Weihnachtssaison, jeder über Amazon und seinen Prime-Service. Zweitens ahnen Investoren nun, in welchem Umfang Amazon weiterhin investieren will und dass große Profite auch künftig nicht zu erwarten sind. Und drittens wurde Bezos' Image als einer der größten technischen Vordenker zementiert, den so unbedeutende Einwände wie ‚illegal‘, ‚unplausibel‘ oder ‚naiv‘ nicht stoppen können, wenn er nach Wegen sucht, Zahnpasta schnell und günstig zuzustellen.“

„Wall Street Journal“ über Amazon.coms Drohnenpläne

„Viele Unternehmen schätzen und nutzen Sharepoint. Microsoft auch, immerhin gehört Sharepoint zu den am schnellsten wachsenden Produktlinien im Konzern. Wenn aber Unternehmen unterschiedliche Versionen in der Cloud- und der On-Premise-Welt nutzen und Sharepoint-App-Entwickler gehalten sind, nicht mit C# und ASP.NET zu arbeiten, könnte die gute Kundenbeziehung Risse bekommen.“

„CIO.com“
(<http://w.idg.de/1ccxPkj>)

CW-Kolumne

Kunden fragen, nicht ausleuchten!

Angewandt ist es so weit: Marketing-Verantwortliche können alles über ihre Kunden in Erfahrung bringen, indem sie Foren, Blogs und Social-Web-Seiten mit den entsprechenden Tools auswerten. Davon können alle profitieren: das Kundenbeziehungs-Management, die Marktforschung, die Personalabteilung, der Vertrieb, der Service (Beschwerde-Management) etc.

So viel zur Theorie, jetzt zu den Realitäten. Social-Analytics-Tools sind teuer und noch wenig ausgereift. Tests zeigen, dass identische Abfragen je nach ausgewähltem Tool zu frappierend unterschiedlichen Ergebnissen kommen (siehe Seite 16). Abenteuerlich wird es erst recht, wenn Stimmungen ermittelt werden sollen. So interessant Sentiment-Analysen sein mögen, so wenig brauchbar sind heute noch die Ergebnisse. Ohne manuelle Unterstützung geht wenig – oder kennen Sie Tools, die souverän ironische oder sarkastische Äußerungen identifizieren?

Hinzu kommt, dass Social Analytics für Unternehmen auch politisch ein Minenfeld sind. Einer aktuellen Allensbach-Studie zufolge haben Web-Nutzer weniger Angst vor staatlicher Kontrolle oder Geheimdiensten als vor zügellosen Unternehmen auf der Jagd nach Kundendaten.

Zwei Drittel der Befragten sehen ihre Freiheit gefährdet, weil Firmen Nutzerdaten auswerten und den Menschen auf sie zugeschnittene Angebote präsentieren. Eine staatliche Überwachung bewerten dagegen nur 49 Prozent als Angriff auf die Freiheit. Die Menschen haben „erstmal ein Problem damit, dass ihre persönlichen Daten als Fundgrube für kommerzielle Interessen gesehen werden“, sagt Allensbach-Direktorin Renate Köcher.

Was also tun? Ganz auf Social Analytics zu verzichten wäre falsch. Das Wissen über Märkte ist maßgeblich für den Geschäftserfolg. Im Dunkeln nachzuforschen ist riskant; Kunden verzeihen es nicht, wenn sie merken, dass Firmen Detailwissen über ihre Lebensführung horten. Der einzige Weg ist also Offenheit! Teilen Sie mit, wie sie mit Kundendaten umgehen, oder besser noch: Bitten Sie Ihre Klientel um Erlaubnis!

Heinrich Vaske
Chefredakteur CW



COMPUTERWOCHE auf dem iPad

Lesen Sie die neueste Heftausgabe schon am Freitag – digital auf Ihrem 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 wiederherzustellen. 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.



T-Systems vor Umbau

Der Dienstleistungssparte der Deutschen Telekom steht eine Reorganisation bevor – angeblich auch mit einem umfangreichen Stellenabbau. Experton-Group-Analyst Andreas Zilch sieht strukturelle Probleme, die aber auch andere Anbieter hätten.

Kurz bevor René Obermann das Ruder an seinen Nachfolger Timotheus Höttges übergibt, räumt der scheidende Telekom-Chef auf. Dazu gehört offenbar auch ein neues Konzept für die Großkundensparte T-Systems. Am 12. Dezember werde der Telekom-Vorstand dem Aufsichtsrat seine Umbaupläne für T-Systems vorstellen, hatte das „Handelsblatt“ im Vorfeld berichtet. Dabei drohe ein Abbau von 4000 bis 6000 Arbeitsplätzen. Aktuell beschäftigt die Dienstleistungssparte des ehemaligen Staatskonzerns rund 29.000 Menschen. Die Deutsche Telekom wollte die Zahlen zwar nicht kommentieren, bestätigte aber grundsätzlich die Umbaupläne.

Unruhige Weihnachten

Auf viele T-Systems-Beschäftigte dürften damit über Weihnachten unruhige Wochen zukommen. Arbeitnehmervertreter befürchten, dass der Personalabbau nicht sozialverträglich abzuwickeln sei. Nach Angaben der Gewerkschaft Verdi kursieren bereits Gerüchte über betriebsbedingte Kündigungen. Der Konzern selbst verweist darauf, dass man sich in der Vergangenheit stets mit Milliardenaufwand um sozialverträgliche Lösungen bemüht habe. Dennoch kündigten die Gewerkschaften schon prophylaktisch Widerstand gegen den Stellenabbau an.

Der Umbau selbst dürfte aber nicht abzuwenden sein. Die Sparte gilt seit Jahren als Sorgenkind des Konzerns. Das liegt unter anderem daran, dass der Wettbewerb immer härter wird und das Geschäft nur geringe Gewinne abwirft. Auf T-Systems entfällt zwar rund ein Sechstel des Umsatzes des Konzerns, aber der Servicebereich steuert nur jeden 26. Euro zum operativen Ergebnis bei. Den Ex-Finanzchef Höttges störe die „katastrophal niedrige“ Rendite, hieß es in den Berichten zum Umbau.

Besserung verspricht sich der Konzern durch die Konzentration auf vielversprechende digitale

Andreas Zilch,
Experton Group:



„Auch die Mitarbeiter müssen ihren Teil zur Weiterbildung beitragen.“

Zukunftstechnologien für Firmenkunden – wie etwa Cloud-Services. Gleichzeitig sollen die vorhandenen Geschäfte noch stärker auf Profitabilität getrimmt werden. Aus Analystensicht der richtige Weg: „Insgesamt bewegt T-Systems ihr Geschäftsmodell in Richtung höherwertiger, zumeist Cloud-basierender Services“, sagt Andreas Zilch, Vorstandsmitglied der Experton Group. „Dass dabei geringwertigere Services zurückgefahren oder teilweise abgestoßen werden, versteht sich von selbst.“

Zilch sieht allerdings auch die Probleme, denen sich der Konzern stellen müsse: „Die Marge von T-Systems ist seit Jahren nicht zufriedenstellend.“ Ein bis zwei Prozent seien ungenügend, fünf bis acht Prozent könnten für einen ICT-Service Provider als angemessen gelten. Im letzten Quartal hatte T-Systems 3,8 Prozent erreicht – „eine positive Entwicklung, die aber nachhaltig fortgesetzt werden muss“.

Das sei jedoch insgesamt keine leichte Aufgabe, wie auch Zilch einräumt. Eine Belegschaft von 29.000 Mitarbeitern zu managen und die Skills in der sehr dynamischen

Timotheus Höttges: Der künftige Chef der Telekom ist mit der Rendite von T-Systems unzufrieden.

ICT-Branche aktuell zu halten sei sehr anspruchsvoll. In den zurückliegenden Jahren habe das Unternehmen allerdings deutliche Fortschritte gemacht. „Aus unserer Analystensicht zwar viel zu langsam – aber die externe Bewertung ist immer einfacher als die interne Umsetzung.“

T-Systems als Sorgenkind der Deutschen Telekom abzustempeln greift aus Zilchs Sicht zu kurz. Die Sparte sei ein strategischer Kernbestandteil des Telekom-Konzerns: Die Mehrwert-Leistungen von T-Systems würden für Unternehmen potenziell immer wichtiger. Die Rolle von T-Systems im Konzern werde also eher bedeutender.

Die T-Systems-Kunden sind dem Analysten zufolge zunächst nur insoweit betroffen, als eine gewisse Unruhe entsteht. Der Dienstleister werde – wenn überhaupt – sicher keine Mitarbeiter entlassen, die für die Kunden wertvoll sind. Ein geordneter Verkauf von bestimmten Unternehmensteilen sei bei Unternehmen dieser Größenordnung normal und habe nicht unbedingt negative Effekte auf Kunden.

Mitarbeiter stehen in der Pflicht

Gedanken müssten sich indes die IT-Mitarbeiter machen, stellt Zilch fest. Das gelte aber nicht nur für T-Systems, sondern für alle IT-Profis. Die müssten sich fragen, welchen Wert sie für ihr Unternehmen darstellen, ob sie die richtigen Skills haben und ob sie genug in die eigene Weiterbildung investieren.

Der Experton-Analyst spricht von strukturellen (Personal-)Problemen des deutschen ITK-Marktes, die heute noch wenig thematisiert würden. Nach Schätzungen der Experton Group weisen mindestens 50.000 der derzeit Beschäftigten nicht die richtige Qualifikation auf. Dies betreffe sowohl Anbieter als auch – und insbesondere – interne IT-Abteilungen. Um dieses Problem zu lösen, müssten die Arbeitgeber fortlaufend Zusatzqualifikationen und Weiterbildung fördern und fordern. Aber auch die Mitarbeiter ständen in der Pflicht, ihren Teil beizutragen. Zilch sagt: „Wer dazu nicht bereit ist, hat in der sehr dynamischen ICT-Branche keine Zukunft.“ (ba)



Google tritt mit Compute Engine gegen AWS an

Die Google Compute Engine, bislang nur für einen ausgewählten Anwenderkreis verfügbar, steht jetzt für alle Nutzer bereit. Google unterstützt nun mehr Betriebssysteme und senkt die Preise – ein Angriff auf Amazon.com.

Von Joachim Hackmann*

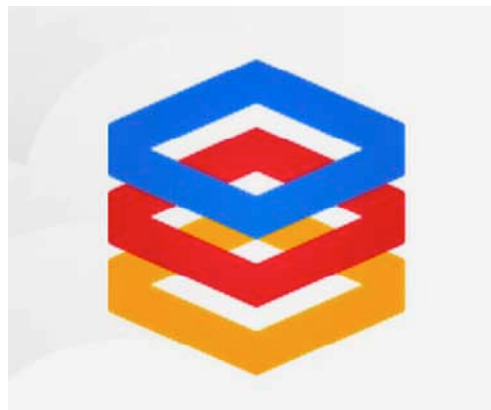
Googles Compute Engine war bereits im Juni 2012 auf der Entwicklerkonferenz I/O vorgestellt worden. Sie konkurriert mit den Angeboten von Amazon Web Services (AWS), insbesondere mit der Elastic Compute Cloud (EC2). Die Compute Engine bildet einen Baustein in der „Google Cloud Platform“. Darin bietet der Internet-Gigant Entwicklern auf Basis der eigenen weltweit verteilten Data-Center-Infrastruktur Zugang zu Ressourcen wie Speicher, App-Entwicklungs-Tools, SQL- und NoSQL-Datenbanken sowie Big-Data-Analysediensten. In dieses Cloud-Umfeld fügt sich die Compute Engine ein. Bis dato gab es den IaaS-Dienst nur als Preview mit einigen Einschränkungen, die nun nach und nach fallen sollen.

Transparente Wartung

In der bislang angebotenen Betaversion standen Entwicklern nur die beiden Linux-Distributionen Debian und CentOS mit einem von Google angepassten Kernel zur Verfügung. Jetzt lässt sich darauf jede Standard-Linux-Distribution (auch SELinux oder CoreOS) mit beliebigem Kernel oder Software ausführen. Google hat insbesondere Support für Suse und Red Hat Enterprise Linux sowie FreeBSD angekündigt.

Zudem baut Google den Support aus. Dazu stellt der Provider die eigenen Neuerungen im Data-Center-Betrieb automatisch auch den Kunden der Compute Engine bereit. „Wir erneuern unsere eigene Infrastruktur ohnehin regelmäßig und updaten dazu den Software- und Hardware-Stack“, sagte Barak Regev, Europa-Chef für den Bereich Cloud Platform bei Google. „Unsere Live Maintenance garantiert unseren Kunden einen nahtlosen Betrieb ihrer virtuellen Maschinen.“

Die dahinterstehende Technik gewährleistet zudem, dass die virtuellen Server automatisch wieder hochgefahren werden,



sollte sich einmal ein Hardwarefehler einschleichen. „Das ist ein einzigartiges Feature“, warb Regev für den Dienst, der bislang allerdings nur aus der US-Region bezogen werden kann. In den kommenden Monaten will Google dieses Feature auch in den anderen Rechenzentren ausrollen. Google verspricht den Nutzern außerdem verlässliche SLAs mit 24/7-Support sowie eine Verfügbarkeit von 99,95 Prozent.

Mehr Rechenpower

Erste Erfahrungen haben gezeigt, dass es durchaus Bedarf an Hochleistungsdiensten aus der Cloud gibt. Um dem gerecht zu werden, lassen sich nun Instanzen mit bis zu 16 CPU-Kernen und bis zu 104 GB RAM buchen. Typische Anwendungsfelder wären beispielsweise NoSQL-Datenbanken. Ergänzend gibt es weitere HPC-Instanztypen (High Performance Computing) mit vier oder acht virtuellen CPUs. Um die Cloud-Rechenleistungen weiter aufzuwerten, reduziert der Betreiber die Preise für den persistenten Plattenspeicher um bis zu 60 Prozent je GB, zudem wurden sämtliche I/O-Gebühren (Input/Output) gestrichen. Auch die Preise für Standardinstanzen wurden um bis zu zehn Prozent gesenkt.

Sämtliche Neuerungen zielen nicht zuletzt darauf ab, den in diesem Segment weit

entteilten Konkurrenten Amazon wieder einzufangen. AWS liefert Computing-, Speicher-, Datenbank-, Entwicklungs- und Analytics-Dienste aus der Cloud. Erste Angebote gibt es schon seit 2006 für Anwender und Entwickler, Amazon hat also einen Vorsprung hinsichtlich Erfahrung und Portfoliogestaltung. Zuletzt kündigte Amazon auf der Hausmesse Re:invent neue Big-Data-Dienste an. Zudem bemüht sich der Online-Händler vermehrt, große internationale Konzerne von seinen Cloud-Services zu überzeugen.

Wenig Relevanz für Firmenkunden

Google versucht nun, mit günstigen Preisen dagegenzuhalten. „Die Wettbewerber liefern sich einen dauerhaften Preiswettbewerb“, beobachtet Steve Janata, Managing Director von Crisp Research in Kassel. „Die Neuerungen von Google sind auch wenig revolutionär.“ Vor allem sei kein Fortschritt erkennbar, der die Dienste für Unternehmenskunden interessant mache, bemängelt der Analyst. Sowohl Amazon als auch Google sprechen laut Janata vor allem Entwickler von mobilen Apps, Spielen und Hadoop-Anwendungen an. Für den Betrieb und die Entwicklung geschäftskritischer Anwendungen, die für die Digitalisierung der Firmen wichtig seien, eigneten sich die Cloud-Dienste aber noch nicht.

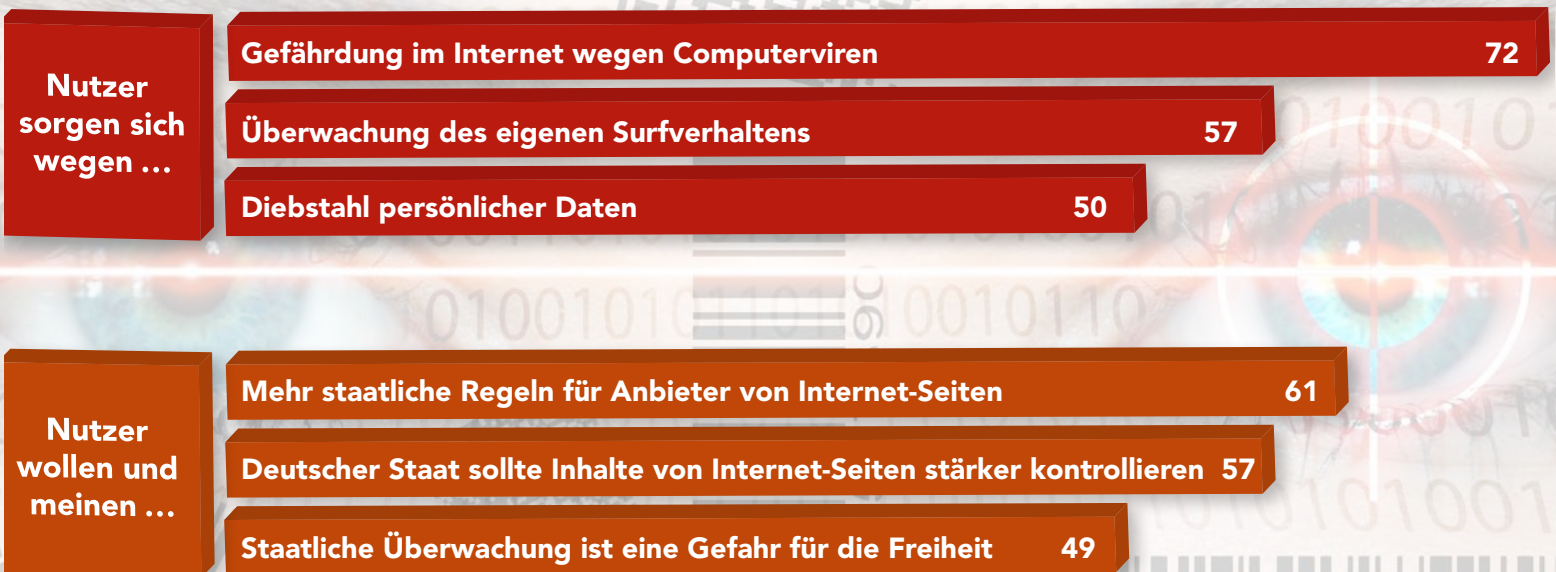
Auch vom vermeintlichen Preisvorteil könnten Unternehmen bislang kaum profitieren. „Keiner kann genau beziffern, welche Auswirkungen die Preisstrukturen von Amazon und Google genau auf die Kosten im Betrieb von Anwendungen haben“, warnt Janata. „Kaum einem Unternehmen ist wirklich klar, wie viel Computing-Leistung eine Anwendung tatsächlich verbraucht.“

*Joachim Hackmann

jhackmann@computerwoche.de



Der Bürger, das unverstandene Wesen



Angaben in Prozent; Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach

Es vergeht kein Tag, an dem nicht neue Informationen über die Umtriebigkeit der US-Sicherheitsbehörde NSA aufkommen. Trotzdem will die Mehrheit der vom Institut für Demoskopie Allensbach befragten Deutschen mehr staatliche Kontrolle des Internets.

Gleichzeitig glauben die meisten Befragten allerdings nicht, dass einzelne Länder im Netz effektiv durchgreifen können. Eine wirkungsvolle Überwachung des Internets und seiner Inhalte hält fast die Hälfte für unmöglich. „Was daraus spricht, ist ein gewisser Fatalismus“, sagt Renate Köcher vom Allensbach-Institut. Viele Menschen forderten zwar staatliches Handeln, bezweifelten aber dessen Wirkung: „Man muss sich im Klaren sein, dass Menschen widersprüchlich sind.“ Der Studie zufolge gehen für die meisten Befragten die Gefahren im Netz eher von Unternehmen als vom Staat aus. So sehen zwei Drittel ihre Freiheit dadurch gefährdet, dass Firmen Nutzerdaten auswerten und möglichen Kunden auf sie zugeschnittene Angebote präsentieren. (sh/jm)

Telekom will mit Twitter gemeinsame Sache machen

Der Kurzmitteilungsdienst und die Deutsche Telekom sind „strategische Partner“.

Die Telekom und Twitter haben am vergangenen Donnerstag eine Kooperation vereinbart. Sie soll dafür sorgen, dass Kunden der Telekom sich Inhalte von Twitter leichter erschließen können.

Teilen wird leichter

Twitter-Chef Dick Costolo erklärte die Zusammenarbeit so: „Wann immer wichtige Dinge in Europa stattfinden, werden sie umgehend live auf Twitter diskutiert.“ Für die Kunden der Telekom werde es nun noch einfacher, „solche Momente zu teilen“.

Die Deutsche Telekom wird deshalb auf bestimmten Smart-

phone-Modellen, die mit dem Betriebssystem Android von Google arbeiten, im Frühjahr 2014 ein sogenanntes Widget anbieten. Mit diesem Software-Tool haben Kunden „einen direkten Blick auf das aktuelle Geschehen“.

Ansprechen wollen die beiden Unternehmen insbesondere Novizen in Sachen Twitter-Nutzung. Thematisch sind die Partner auf die Bereiche Politik, Wirtschaft, Sport und Entertainment fixiert. Die konkrete Mischung der Themenauswahl ist allerdings noch nicht klar. Hier wollten beide Seiten noch nicht zu viel verraten. „Wer wissen



Noch-Telekom-Chef René Obermann will mehr Kundennähe.

will, welche Themen angesagt sind, findet sie bei Twitter“, sagte Telekom-Chef René Obermann.

Nicht in den USA

Die Kooperation wird zunächst in Deutschland, den Niederlanden, Griechenland, Rumänien und Kroatien realisiert. Die US-Tochter der Telekom, T-Mobile USA, ist außen vor.

Hierzulande nutzt die Deutsche Telekom den Kurzmitteilungsdienst via Twitter-Konto „Telekom_hilft“ für die Kundenbetreuung.

Obermann, noch Chef des deutschen Kommunikationsdienstleisters, verspricht sich von der Zusammenarbeit, „künftig noch mehr Menschen noch besser erreichen“ zu können. (tc/jm)