

COMPUTERWOCHE

www.computerwoche.de



PAPIERLOSES BÜRO – DIE IDEE LEBT

Unternehmen möchten ihre Dokumente digitalisieren und elektronische Workflows einrichten.

Viele CEOs sehen die IT als Erfolgsbremse

Eine Umfrage von Forrester Research belegt, dass Vorstände von ihren IT-Organisationen mehr erwarten als nur „Alignment“.

Seite 34

Wie Google das Managen entdeckte

Nerds mögen keine Chefs, die ihnen sagen, was zu tun ist. Google brauchte eine Weile, um zu verstehen, dass es ohne doch nicht geht.

Seite 40

Träumen vom papierlosen Büro 14

Klassiker wie Dokumenten-Management, reversionssichere Archivierung und Workflow-Steuerung stehen auf der Agenda der Unternehmen. Cloud Computing weniger.

Bremst die IT das Business? 34

Die Bedürfnisse der Fachabteilungen abzudecken, ist aus Sicht von CEOs selbstverständliche Pflicht der IT-Organisationen. Erwartet wird mehr: Die IT soll der Motor der alles umfassenden Digitalisierung sein.

Warum auch Google Manager braucht 40

Ursprünglich wollten die Nerds des Internet-Pioniers ohne Management auskommen. Doch das wurde zu kompliziert.



COMPUTERWOCHE.de

Highlights der Woche

Die besten Passwort-Manager

Seine Passwörter im Griff zu haben, gelingt am ehesten mit einem guten Management-Tool. Eine Auswahl. www.computerwoche.de/2519783

Die turbulente Apple-Welt

Vor wenigen Tagen feierte der Macintosh seinen 30. Geburtstag. Rückblick auf eine Erfolgsgeschichte. www.computerwoche.de/2513314

Trefffoto: gradt/Fotolia.com

In dieser Ausgabe

Trends & Analysen

- 5 Lenovo nimmt Google die Handys ab**
Die Chinesen landen nach der Übernahme von IBMs Standard-Server-Sparte den zweiten Coup.
- 6 Ellison gibt dem Affen Zucker**
Der Oracle-Boss teilt gegen SAP aus und nennt Internet-Startups als wahre Herausforderer.

Produkte & Praxis

- 26 Cisco setzt aufs „Internet of Everything“**
Auf der Hausmesse Cisco live verkünden die Netzwerker die nächste große IT-Revolution.
- 28 IBM schreibt Messaging noch nicht ab**
„Die E-Mail lebt“, hieß es auf der Connect 2014 in Orlando. IBM arbeitet intensiv an „Mail Next“.

IT-Strategien

- 32 CIOs diskutieren über Innovation**
Im Roundtable der COMPUTERWOCHE zeigt sich, dass IT-Chefs wissen, was von ihnen erwartet wird.
- 36 Cybercrime: Wann zahlt die Versicherung?**
Unternehmen können sich gegen Schäden absichern – zumindest teilweise.

Job & Karriere

- 42 Fahrrad statt Firmenwagen**
Incentive für verdiente Mitarbeiter.
- 44 Wie Chefs ihre Emotionen beherrschen**
Wer sich immer nur auf das berufliche Umfeld konzentriert, wird Schwierigkeiten bekommen.

Die Business Cloud „Made in Europe“

Fabasoft ist die richtige Wahl für den sicheren Dokumentenaustausch und die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern. Testen Sie die Fabasoft Cloud!

www.fabasoft.de

Fabasoft[®]
STORE LOCALLY • SHARE GLOBALLY



Was die anderen sagen

Seiten-Spiegel

„Wie aus verschiedenen Quellen aus dem Microsoft-Umfeld zu hören ist, könnte die Entscheidung für einen neuen CEO in der nächsten Woche fallen. (...) Diejenigen, die den Prozess verfolgt haben, halten Satya Nadella, derzeit für das Enterprise-Business verantwortlich, für den wahrscheinlichsten Kandidaten. Dafür gibt es viele Gründe, unter anderem seine Vertrautheit mit dem Unternehmen, in dem er den Großteil seines Arbeitslebens verbrachte, aber auch sein starker Technologie-Background und seine Karrierestationen bei Microsoft.“

„recode.net“



„Der Trend zum Cloud Computing ist ungebrochen, aber die NSA-

Affäre hat dem Wachstum einen Dämpfer versetzt.“

Bitkom-Präsident **Dieter Kempf**

„Die britische Regierung hat das aus dem Open-Source-Umfeld stammende Open Document Format (ODF) für alle Regierungsdokumente als erste Wahl empfohlen. Der ‚Standards Hub‘ des Kabinetts schreibt: ‚HTML (4.01 oder neuer) ist das Default-Format für Browser-basierte editierbare Texte. Andere bevorzugte Dokumentenformate sind ODF 1.1 (oder neuer), Plain Text (txt) sowie Comma Separated Values (CSV).‘“

„The Register“

„Amazon.com plant, Einzelhändlern ab dem Sommer Kassensysteme anzubieten, die auf Kindle-Tablets basieren, heißt es aus Insiderkreisen. So gebe es ein Szenario, in dem das Unternehmen aus Seattle Händlern Kindle-Tablets zusammen mit Kreditkarten-Lesegeräten zur Verfügung stellen will. Amazon könnte den Händlern auch weitere Services offerieren, etwa im Bereich Website-Entwicklung oder Datenanalyse. Um das Projekt voranzutreiben, hatte Amazon im vergangenen Jahr bestimmte Techniken und Mitarbeiter des Startups GoPago übernommen.“

„Wall Street Journal“

CW-Kolumne

Spreu und Weizen

Dokumenten-Management-Systeme (DMS) erfreuen sich hierzulande besonderer Beliebtheit (siehe Seite 14). Ein Gang über die CeBIT wird auch in diesem Jahr ausreichen, um sich ein Bild von der Bedeutung dieser Softwaregattung zu machen. Zusammen mit den ERP-Anbietern haben die DMS-Spezialisten den hiesigen Markt sicher im Griff.

Nachvollziehbar und revisionssicher abgelegt sollen Akten, Rechnungen und E-Mails sein. Sofort haben wir das Bild des Ärmelschoner-bewehrten Buchhalters vor Augen, der stempelt, heftet und keine Fragen stellt. Ehrliches Handwerk, sogar geschäftskritisch – vor allem, wenn es nicht funktioniert.

Doch das ist nur die eine Seite der Medaille. Die deutsche DMS- und ECM-Branche marschiert seit ein paar Jahren in entgegengesetzte Richtungen: Es gibt diejenigen, die Document Sharing und Collaboration, auch Cloud Computing, fest im Blick haben und sich intensiv mit den Prozessen ihrer Kunden beschäftigen. Und die anderen, die sich eher zurücklehnen. Sie vertrauen darauf, dass die deutsche und europäische Bürokratie nicht aufhört, neue Verordnungen, Vorschriften und Auflagen zu schaffen. Diese führen zu ständigen Anpassungen der installierten

Systeme – so bleibt man im Geschäft. Schließlich ist der Kunde fest am Haken und kann sich so schnell nicht lösen.

Doch diese aus Anbietersicht herrlichen Zeiten gehen zu Ende. Die Kunden nutzen heute Tools wie Sharepoint und Connections, Yammer und Jive. Sie wissen, wie Zusammenarbeit im Team geht. Und sie ärgern sich über DMS, die technisch von vorgestern sind. Diese Unternehmen erwarten von ihrem Softwarepartner, dass sie dokumentenbasiert in einem sicheren Prozess mit ihren Partnern und Kunden zusammenarbeiten können.

Und warum können diese Dokumente dann nicht gleich in der sicheren (deutschen) Cloud beim langjährigen DMS-Anbieter der Wahl liegen? Die Anforderungen sind da, und gute Anbieter haben Antworten. Andere werden sich aus dem Markt verabschieden.

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.



Google beendet Ausflug ins Smartphone-Business

Nach IBMs x86-Server-Sparte kauft Lenovo für 2,9 Milliarden Dollar jetzt auch Motorola, den Smartphone-Bereich von Google. Der Suchmaschinen-Primus will sich nun ganz auf die Android-Plattform konzentrieren.

Der weltgrößte PC-Hersteller Lenovo nimmt viel Geld in die Hand und erweitert mit Zukäufen sein Portfolio. Nachdem die Chinesen erst vor Kurzem angekündigt hatten, für etwa 2,3 Milliarden Dollar das x86-Server-Geschäft von IBM zu übernehmen, folgte wenige Tage später der zweite Milliarden-Deal: Google gibt seine Handy-Sparte Motorola für 2,9 Milliarden Dollar an die Chinesen ab. Davon werden 660 Millionen Dollar in bar beglichen. 750 Millionen Dollar erhält der Suchmaschinen-spezialist in Form von Lenovo-Aktien, die restlichen 1,5 Milliarden Dollar werden über Papiere mit einer Laufzeit von drei Jahren geregelt.

Bei Lenovo besser aufgehoben

„Wir wollen ein Global Player im Smartphone-Markt werden“, kommentierte Lenovo-Chef Yang Yuanqing den Übernahme-Coup. Als Ziel gibt er vor, im Jahr nach der Übernahme weltweit 100 Millionen Mobiltelefone verkaufen zu wollen. Mit Hilfe der Marke Motorola vereinfache sich zudem das USA-Geschäft, sagte der chinesische Manager. Google-Chef Larry Page begründete den Verkauf damit, dass die Handy-Sparte bei einem Gerätehersteller wie Lenovo besser aufgehoben sei. Der Internet-Konzern könne sich außerdem in der Zukunft ganz auf die Entwicklung seiner Smartphone-Plattform Android konzentrieren.

Google hatte Motorola erst vor knapp zwei Jahren für 12,5 Milliarden Dollar gekauft. Nachdem das Angebot im August 2011 auf dem Tisch lag, ließen sich die Regulierungsbehörden viel Zeit mit der Prüfung. Erst im Mai 2012 meldeten die Beteiligten Vollzug. Experten zufolge hatten die Google-Verantwortlichen schon damals ihr Auge hauptsächlich auf die Patente von Motorola geworfen und waren weniger an dem Hardwaregeschäft interessiert. Auf rund 5,5 Milliarden Dollar wurde damals dieser Patentschatz taxiert. Tatsächlich be-



Motorola-Geräte wie das **Moto G** werden künftig das Label des chinesischen Herstellers Lenovo tragen.

hält Google nach dem Deal den Großteil von Motorolas Intellectual Property. Damit werde man das Android-Ökosystem verteidigen und ausbauen, kündigte Page an.

Insider hatten schon kurz nach dem Kauf von Motorola gemutmaßt, Google werde sich schon bald vom Hardware-Business wieder verabschieden. Motorolas Geschäft mit Set-Top-Boxen hatte der Internet-Konzern schon vor einiger Zeit für 2,3 Milliarden abgestoßen. Nun folgt die Handy-Sparte, mit der es Google nie richtig gelungen war, im umkämpften Markt Fuß zu fassen. Die Sparte hatte immer wieder rote Zahlen geschrieben.

Lenovo forciert Handy-Geschäft

Doch das hat Lenovo offenkundig nicht abgeschreckt. Mit der Akquisition untermauert der Anbieter seine Ambitionen im boomenden Smartphone-Geschäft. Die Chinesen bauen bereits eigene Geräte, adressieren damit aber vornehmlich den heimischen Markt. Erst auf der diesjährigen

Consumer Electronics Show (CES) Anfang Januar in Las Vegas hatte Lenovo neue Smartphone-Modelle vorgestellt.

Immerhin hat es der Hersteller damit aus eigener Kraft geschafft, unter die Top Five der weltgrößten Smartphone-Hersteller zu kommen. IDC zählte im vergangenen Jahr 45,5 Millionen verkaufte Lenovo-Geräte. Das reichte im Analysten-Ranking für Platz fünf mit einem Marktanteil von 4,5 Prozent. Mit der Übernahme Motorolas bekommt das Business nun eine neue Dynamik. Die Marktforscher von Strategy Analytics schätzen, dass sich Lenovo mit dem Deal auf Platz drei und einen Marktanteil von etwa sechs Prozent verbessern, aber immer noch mit deutlichem Abstand hinter Marktführer Samsung (33 Prozent) und Apple (15 Prozent) zurückbleiben werde. In den vergangenen Monaten hatte es immer wieder Gerüchte gegeben, Lenovo sei am Kauf des angeschlagenen Smartphone-Pioniers BlackBerry interessiert. Das scheiterte allerdings daran, dass die kanadische Regierung kategorisch erklärte, einen solchen Deal nicht zu genehmigen.

Googles Friedensangebot

Mit dem Verkauf entschärft Google Konflikte in seinem Android-Ökosystem. Den Kauf von Motorola hatten viele Hardware-partner skeptisch gesehen. Sie argwöhnten, Google könnte die eigenen Mobilgeräte bevorzugt behandeln und schneller mit aktuellsten Android-Versionen ausstatten. Samsung hatte deshalb wiederholt eigene Anpassungen des quelloffenen Android-Systems vorgenommen. Doch das scheint nun vom Tisch. Kurz bevor der Motorola-Verkauf bekannt wurde, gaben Google und Samsung bekannt, enger kooperieren zu wollen. Die Koreaner erklärten, ihre eigenen Arbeiten an Android zurückzufahren. Zudem schlossen die Unternehmen ein Abkommen, das den Austausch bisheriger und künftiger Patente vorsieht. Es ist auf zehn Jahre ausgelegt. (ba)

Oracle-Boss Ellison teilt gegen SAP und IBM aus

Sein Unternehmen habe keine großen Gegner mehr, provozierte der CEO. Die bedeutendsten Wettbewerber seien heute klein und agil. Sie hießen Salesforce.com oder Workday. IBM und SAP habe man von der Liste der Konkurrenten gestrichen.

Von Joachim Hackmann*

Die andauernden Sticheleien zwischen Oracle und SAP wurden dieser Tage um ein neues Kapitel erweitert. Auf der hauseigenen Veranstaltung „CloudWorld“ in San Francisco hat sich Oracle-CEO Lawrence „Larry“ Ellison den Fragen von Journalisten gestellt, unter anderem denen der Kollegen der COMPUTERWOCHE-Schwesterpublikation „Techworld“. In dem Gespräch definierte Ellison die aktuelle Wettbewerbssituation neu: „Wir haben soeben einen Schwung großer Kerle – IBM und SAP – durch ganz andere Typen ausgetauscht, die klein, aber agil sind“, analysierte der Oracle-Chef. „Unsere Konkurrenten kommen aus der neuen Generation von Cloud Companies.“ Dennoch scheint ihn der Wettbewerb mit dem deutschen Softwarekonzern weiter intensiv zu beschäftigen, mehrmals stichelte er im Verlauf des Gesprächs gegen die derzeitigen SAP-Aktivitäten.

Man beobachte Infrastrukturanbieter wie Amazon.com und SaaS-Provider wie Salesforce.com genau, betonte der Manager. Erwähnung am Rande fand in diesem Zusammenhang auch Workday, das aktuelle Unternehmen von Peoplesoft-Mitgründer Dave Duffield, das ähnlich wie die Oracle-Tochter Netsuite Cloud-basierende Business-Management-Software anbietet. Mit vielen ehemaligen Peoplesoft-Mitarbeitern liegt Ellison über Kreuz, seit er den CRM-Anbieter 2005 erst nach einer zähen Übernahmeschlacht feindlich akquirieren konnte und wenig später weite Teile der Mannschaft feuerte.

„Oracle ist früh ins Cloud-Geschäft gestartet“

Befragt nach Oracles Einstieg ins Cloud-Geschäft überraschte der Manager mit dem Hinweis, er habe mit Netsuite die erste Cloud-Company überhaupt gestartet. Das erstaunt, weil der Oracle-Gründer sich in



Ein sichtlich gut gelaunter **Larry Ellison** stichelte auf der Hausmesse CloudWorld gegen SAP und IBM.

der Vergangenheit durchaus auch abfällig über das Cloud-Geschäft geäußert hatte. In Erinnerung ist etwa sein Zitat von der OpenWorld 2008: „Das ist kompletter Kokolores. Es ist irre.“

Auf der aktuellen Hausmesse hat sich Ellison allerdings nüchterner und dezidiert mit der Cloud-Entwicklung bei Oracle auseinandergesetzt. Warum der Konzern so lange gebraucht habe, seine Applikationen auch als Cloud-Services bereit-zustellen, begründete Ellison mit der Fülle der Angebote. „Wenn ich nur eine Applikation habe, die ich in die Cloud stecke, dann ist der Aufwand überschaubar“, sagte Ellison. „Oracle ist ein Unternehmen, das nicht nur ein Produkt herstellt, sondern viele.“ Sicher könne man meinen, dass

Oracle spät dran sei, doch das liege nicht daran, dass man zu spät begonnen habe. Schon vor zehn Jahren seien erste Projekte gestartet worden. „Es war eine enorme Aufgabe, die vielen Applikationen Cloud-fähig zu machen“, nannte Ellison die Herausforderung. Nun seien die Arbeiten mit den „Fusion“-Applikationen erfolgreich angegangen, nicht aber abgeschlossen worden.

Fokus liegt auf Tools für die soziale Vernetzung

Künftige Entwicklungsanstrengungen im Business-Software-Umfeld konzentriert Oracle darauf, die Applikationen um Funktionen für die soziale Vernetzung zu ergänzen. Jede moderne Geschäftsanwendung braucht nach Ansicht des Firmengründers zwingend eine Social-Network-Komponente in ihrem Kern, die zum einen die Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitern und Partnern fördert, zum anderen die Nutzung so einfach macht, dass selbst ein CEO die Software bedienen kann.

„Unsere Benutzerschnittstelle ist nach dem Facebook-Vorbild gestaltet. Niemand muss sie erlernen“, warb Ellison für die neueste Cloud-Software von Oracle. „Die Schnittstellen, die Oracle und SAP vor zehn Jahren entworfen haben, passen einfach nicht mehr ins Facebook- und Twitter-Zeitalter.“

Bedenken, Geheimdienste könnten auch in Oracles Daten-Cloud schnüffeln, wischte Ellison beiseite. „Nach bestem Wissen ist seit Jahrzehnten keine Oracle-Datenbank mehr geknackt worden – von niemandem“, beteuerte der Manager. Oracles erster Kunde sei die CIA gewesen. Auch Edward Snowden als NSA-Mitarbeiter wäre nicht in der Lage gewesen, unberechtigt in eine Oracle-Datenbank einzudringen. ▶

*Joachim Hackmann
jhackmann@computerwoche.de

