

# COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2014 - 11 10. März 2014 Nur im Abonnement erhältlich

## Yammern auf hohem Niveau

Microsofts Zukauf Yammer soll den Eintritt in Zukunftsmärkte sichern.

Seite 6 und 14

## Converged Infrastructure

Integrierte Systeme erobern die Rechenzentren.

Seite 20

## Stress im Job muss nicht sein

Was IT-Chefs tun können, damit die Mitarbeiter nicht ausbrennen.

Seite 40



## Trendstudie IT-Kompass 2014

Gemeinsam mit IDC hat die COMPUTERWOCHE IT-Chefs und erstmals auch Business-Manager ausführlich befragt.

Seite 28

## Die besten Arbeitgeber in der ITK

In unserer Sonderbeilage lesen Sie, in welchen Unternehmen IT-Profis gerne arbeiten – und warum.



## Man wird nur einmal 40

**Die COMPUTERWOCHE wird in diesem Jahr 40 Jahre alt – ein Grund zum Feiern. Wir haben die Gelegenheit genutzt und unser Heft von Grund auf neu gestaltet.**



*Heinrich Vaske,  
Chefredakteur*

**P**rint ist tot, es lebe das Internet – mit ermüdender Regelmäßigkeit poppt diese Diskussion hoch, interessanterweise nicht nur in den Online-, sondern auch in den Printmedien. Wir wissen: COMPUTERWOCHE-Leser schätzen beide Welten, doch viel wichtiger als das Medium ist ihnen der Inhalt. Unsere Redakteure konzentrieren sich deshalb vor allem auf ihre Kernaufgaben: Recherchieren, mit unseren Lesern aus dem IT-Management sprechen und Position beziehen, auch wenn diese nicht immer den Beifall aller finden mag.

Wenn Sie diese Ausgabe durchblättern, werden Sie schnell erkennen, worauf wir bei der neuen COMPUTERWOCHE Wert gelegt haben. Wir geben unseren Beiträgen mehr Freiraum durch eine übersichtliche, aufgelockerte Optik und einen etwas reduzierten Bildanteil. Das Layout wurde deutlich modernisiert, längere Texte sind erlaubt. Außerdem – man wird nur einmal 40 – haben wir uns und Ihnen, liebe Leser, ein höherwertiges Papier gegönnt.

An der inhaltlichen Ausrichtung wollen und müssen wir nichts ändern, wie immer folgen wir hier dem hochdynamischen ITK-Markt. Die allgegenwärtige Digitalisierung, die durch Trends wie Mobile und Cloud Computing, Big Data und Analytics, Social Web und Industrie 4.0 immer mehr Fahrt aufnimmt, wird uns ebenso wie Sie, liebe Leser, noch lange in Atem halten.

Ich wünsche Ihnen nun viel Vergnügen mit der neuen COMPUTERWOCHE. Lassen Sie uns wissen, ob wir den richtigen Nerv bei Ihnen getroffen haben. Kontaktieren Sie uns per E-Mail ([redaktion@computerwoche.de](mailto:redaktion@computerwoche.de)) oder auf unseren diversen Social-Web-Kanälen.

Herzlich,  
Ihr

*Heinrich Vaske, Chefredakteur*



### ▶ Besuchen Sie uns!

COMPUTERWOCHE Jobs & Karriere auf der CeBIT (Halle 9, Stand J28), und verfolgen Sie unsere Online-Berichterstattung von der Messe: [www.computerwoche.de/cebit](http://www.computerwoche.de/cebit).

**Große Trendstudie  
CW-Kompass 2014**

IDC und COMPUTERWOCHE haben IT-Verantwortliche und Business-Manager ausführlich nach ihren Plänen und ihrer Zusammenarbeit befragt.



**Markt**

- 6 Sharepoint Conference**  
Unternehmen sind nichts anderes als Netzwerke, heißt es bei Microsoft. Das Unternehmen hat seine neue Vision von Büroarbeit präsentiert.
- 8 Salesforce.com spricht deutsch**  
Unternehmensgründer Marc Benioff (Foto) plant Rechenzentren in Deutschland und Europa, um das hohe Wachstumstempo zu halten.
- 10 Abschied von Dieter Eckbauer**  
Der langjährige Chefredakteur der COMPUTERWOCHE ist am 1. März im Alter von 75 Jahren gestorben.



**Technik**

- 18 Mobile Wertschöpfung**  
IBM und die britische Einzelhandelskette Tesco arbeiten an einem innovativen Augmented-Reality-Projekt. Mitarbeiter erhalten mobile Unterstützung bei der Regalbefüllung.
- 20 Converged Infrastructure**  
Eine Reihe von Herstellern schnüren derzeit integrierte Pakete aus Server-, Speicher- und Netzwerktechnologie, um die Rechenzentren zu erobern. Wir haben verglichen.
- 26 VMware hilft Google ins Enterprise**  
Eine Kooperation im Bereich Desktop as a Service (DaaS) könnte Chromebooks den Weg ins Unternehmen ebnet.



**Interview**

Adam Pisoni ist Mitbegründer von Yammer, dem Unternehmen, das Microsoft sich 2012 einverleibt hat. Jetzt hat Pisoni den Auftrag, Microsoft zu „sozialisieren“.



## Praxis

- 34 Der CIO – ein Venture Capitalist?**  
Mit Werten, Talenten, Risiken und Resultaten jonglieren – das sind die Aufgaben eines IT-Chefs moderner Prägung. Darin ähnelt er einem Risikokapitalgeber, meint das Beratungsunternehmen Deloitte.
- 36 Touchpoints im Griff**  
Vorhandene und potenzielle Kunden zu erreichen, ist kompliziert geworden: Es gibt zu viele Berührungspunkte. Wer hier erfolgreich ist, kann den Kunden zu seinem Markenbotschafter machen.



## Job & Karriere

- 40 Was tun gegen Überlastung?**  
IT-Manager brauchen eine gesunde Mannschaft. Ein CIO, eine Coachin und ein Personalchef sagen, wie der Arbeitsdruck erträglich bleibt.
- 44 Die IT-Manager von morgen**  
Eine Initiative aus Wirtschaft, Hochschulen und Politik bildet 120 junge Leute für Führungsaufgaben aus.
- 48 Durchwachsene Bilanz**  
Der Geco-Freiberufler-Index stagniert auf dem Niveau des Vorjahres. Technikerstundensätze steigen zwar, aber der Projektindex, also das Verhältnis von Angeboten und daraus entstehenden Projekten, geht zurück.

- 49 Stellenmarkt
- 65 Impressum
- 66 IT in Zahlen

## Die Fabasoft Cloud Qualität mit Siegel

Der TÜV Rheinland bestätigt mit der Zertifizierung „Certified Cloud Service“ die hohe Qualität der Fabasoft Cloud „Made in Europe“.

Arbeiten Sie sicher mit Geschäftspartnern zusammen.  
Mit der Gewissheit, wo Ihre Daten sind.



**Fabasoft**<sup>®</sup>

[www.fabasoft.de/tuev](http://www.fabasoft.de/tuev)

## Microsoft will Unternehmen in Netzwerke verwandeln

Die ganze Welt ist ein gigantisches Netzwerk – Firmen sollten sich auch so aufstellen. Auf seiner Sharepoint Conference kündigte der weltgrößte Softwareanbieter an, die Welt der Büroarbeit gehörig durcheinanderwirbeln zu wollen.



Von Thomas Cloer,  
leitender Redakteur  
Nachrichten

Die schon seit Jahren beschworene „Konsumerisierung der IT“ hält mit Macht jetzt auch in Microsofts Office Einzug, genauer in dessen Abonnement-Variante Office 365. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Ende 2012 zugekaufte Enterprise-Social-Plattform Yammer (siehe dazu auch unser Interview mit Yammer-CTO Adam Pisoni auf Seite 14). Mit neuen und integrierten Technologien aus den Bereichen Social, Collaboration und Kommunikation soll in Unternehmen die gleiche Vernetzung Einzug halten, die Anwender durch Facebook, Twitter, LinkedIn und Co. im Privatleben längst gewohnt sind, schreibt Microsofts General Manager für Enterprise Social, Jared Spataro, in einem Blogpost. Es gehe darum, Unternehmen agiler und produktiver zu machen.

*„Unsere Investitionen in Social werden auf Yammer und Office 365 fokussiert sein.“*

Jared Spataro,  
General Manager für Social  
Enterprise bei Microsoft

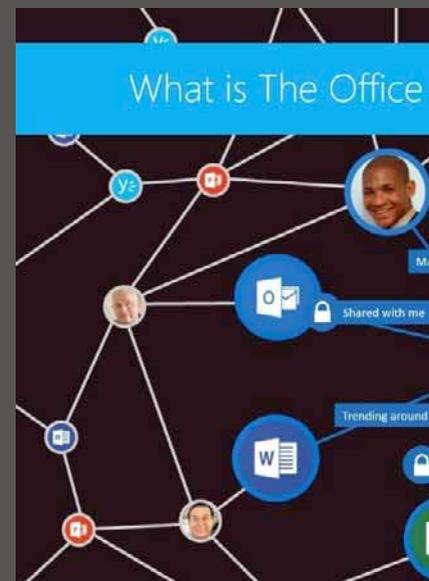
Die Grundlagen dafür habe Microsoft in den vergangenen zwei Jahren gelegt, sagt der Manager – unter anderem mit der Integration von Yammer in Microsoft Dynamics CRM, der Aufnahme von Yammer Enterprise in alle Enterprise-Abos von Office 365 im vergangenen November sowie dem vereinfachten Yammer-Login aus Office 365 heraus – vice versa soll das dann auch ab Sommer dieses Jahres möglich sein. Ende Februar wurde außerdem das Service Pack 1 für Sharepoint 2013 veröffentlicht, bei dem sich ein Yammer-Netzwerk in der Cloud einfach in ein Sharepoint on Premise integrieren lässt.

Die eher simplen Social-Möglichkeiten, die Microsoft in seinen Sharepoint Server 2013 eingebaut hatte, werden nicht mehr weiterentwickelt. „Unsere Investitionen in Social werden sich auf Yammer und Office 365 konzentrieren“, kündigte Spataro an. Nur mit den Cloud-Plattformen seien schnelle Innovationen und

virale Verbreitung möglich. Natürlich wisse man sehr wohl, dass viele Sharepoint-Kunden noch auf viele Jahre hinaus große On-Premise-Deployments betreiben würden; diese werde Microsoft dabei unterstützen, durch hybride Umgebungen ebenfalls von der Weiterentwicklung in der Cloud zu profitieren. Microsofts Enterprise-Social-Strategie gehe sehr viel weiter als das Hinzufügen von Yammer-Feeds zu Sharepoint oder das Zusammenführen von Identitäten und Profilen über beide Plattformen. Die ganze Welt sei ein gigantisches Netzwerk, Firmen sollten nun auch anfangen, entsprechend zu arbeiten.

### Microsoft baut an Social-Video-Portal

Jeff Teper, Corporate Vice President der Sparte Office Service and Servers, vervollständigt das Bild in einem weiteren Blogpost. Darin verspricht er unter anderem für den weiteren Jahresverlauf größere Neuerungen im Bereich dy-



# Salesforce.com kündigt Rechenzentrum in Deutschland an

**Der Software-as-a-Service-(SaaS-)Pionier will in Europa investieren und drei neue Rechenzentren bauen – eines davon in Deutschland. Nach den Spähskandalen muss sich Salesforce.com um seine hiesigen Kunden kümmern.**



Von Martin Bayer,  
stellvertretender  
Chefredakteur



Von Thomas Cloer,  
leitender Redakteur  
Nachrichten

Salesforce.com will einer Mitteilung zufolge im Fiskaljahr 2015 europaweit mehr als 500 neue Arbeitsplätze schaffen. Außerdem baut das Unternehmen drei neue Rechenzentren auf dem alten Kontinent – den Anfang macht im August 2014 ein Data Center in Großbritannien, zwei weitere in Deutschland und Frankreich sollen im darauffolgenden Jahr in Betrieb gehen.

Salesforce begründet das verstärkte Engagement in Europa unter anderem mit einem starken Umsatzwachstum im Finanzjahr 2014, das Ende Januar abgeschlossen wurde. Die Nachfrage nach den CRM-Angeboten des US-Anbieters steige stetig. Beispielhaft nennt der SaaS-Spezialist Unternehmen wie BMW, Pernod Ricard und Carl Zeiss Vision. Was Salesforce.com nicht erwähnt, aber ebenfalls hinter dem verstärkten Europa-Engagement stecken dürfte: Im Zuge der nicht enden wollenden NSA-Affäre misstrauen europäische Anwender amerikanischen Cloud-Angeboten und pochen vehement darauf, dass ihre Daten Europa nicht verlassen.

Salesforce ist keine Ausnahme: Alle großen US-Cloud-Companies arbeiteten daran, Rechenzentren in Europa und Asien einzurichten, beobachtet Ray Wang, Gründer von Constellation Research. Der Analyst führt das auf die Enthüllungen von Edward Snowden zurück: „Das ist der Katalysator gewesen.“ Im August hatte die US-Industrievereinigung Information Technology and Innovation Foundation in einer Studie davor gewarnt, die amerikanischen Cloud-Anbieter könnten durch die dubiosen Aktivitäten der US-Geheimdienste in den kommenden drei Jahren Umsatzeinbußen in Höhe von bis zu 35 Milliarden Dollar erleiden.

Salesforce.com erwirtschaftet zwar den Großteil seiner Einnahmen in Amerika – 71 Prozent im abgelaufenen Geschäftsjahr, Europa kam auf einen Umsatzanteil von 18 Prozent –, allerdings kann es sich der SaaS-Anbieter nicht leisten, seine europäischen Kunden links liegen zu lassen. Das Geschäftsmodell ist auf schnelles, weltweites Wachstum ausgelegt.

## Wachstum, aber tiefrote Zahlen

In den vergangenen Jahren präsentierte das Unternehmen aus San Francisco, das sich auf Lösungen für das Kunden- (CRM) und Beziehungs-Management (xRM) aus der Cloud spezialisiert hat, Wachstumsraten, von denen andere Softwareanbieter nur träumen können. Stand 2007 ein Jahresumsatz von 750 Millionen Dollar zu Buche, waren es 2014 bereits über vier Milliarden Dollar. Für das gerade begonnene Fiskaljahr 2015 hat CEO und Chairman Marc Benioff erst kürzlich seine Umsatzerwartung um 100 Millionen auf 5,3 Milliarden Dollar angehoben. Bewahrheitet sich die Vorhersage, würde das wie bereits im vorherigen Geschäftsjahr ein Plus von über 30 Prozent bedeuten. „Kein anderes Softwareunternehmen unserer Größe entwickelt sich mit so einer Geschwindigkeit“, prahlte Benioff anlässlich der jüngsten Bilanzpräsentation.

Doch während die Umsatzkurve von Salesforce.com steil nach oben zeigt, stehen unter dem Strich rote Zahlen. Zuletzt belief sich das Jahresdefizit auf gut 232 Millionen Dollar, im Geschäftsjahr 2013 stand ein Fehlbetrag von über 270 Millionen Dollar zu Buche. Grund für das Minus sind die hohen Ausgaben. So muss der Cloud-Anbieter viel Geld in die Hand nehmen, um für seine SaaS-Lösungen und das neue Software-Bezugsmodell Cloud zu trommeln. Den Aufwand für Marketing und Vertrieb bezifferte Salesforce im abgelaufenen Geschäftsjahr auf fast 2,2 Milliarden Dollar – das ist deutlich mehr als die Hälfte der gesamten Jahreseinnahmen.

## Berlin, Berlin ...

Am 1. April eröffnet Salesforce.com seine neue Niederlassung in Berlin. „Wir sehen einen großen Bedarf an Cloud-basierten Services unter anderem in der Startup-Szene“, sagt Joachim Schreiner, als Senior Vice President von Salesforce.com für den Bereich DACH Enterprise Sales zuständig. „Wir freuen uns, dass unsere Vision des Internet of Customers in wachsenden deutschen Unternehmen wie Lieferheld, Sum up, Simpleshow oder MyMüsli gelebt wird.“ Zuvor war das Unternehmen bereits in München, Frankfurt am Main und Düsseldorf präsent, wo eher klassische „Blue Chips“ zu bedienen sind.