

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2015 – 11 9. März 2015 Nur im Abonnement erhältlich



Alles vom Mobile World Congress

Neben neuen Smartphones und Tablets stand das Internet of Things im Mittelpunkt der Show.

Seite 14

Neue iOS-Apps von IBM

Der Aufwand im Backend ist beträchtlich.

Seite 6

So macht TUIfly die IT salonfähig

CIO Isabelle Droll erfindet die Rolle des „Business-Partners“.

Seite 26

Heiß begehrte Security-Profis

Seit der NSA-Affäre steigt der Bedarf rasant.

Seite 34

Im Mobile-Markt wartet niemand auf Microsoft

Man sollte Microsoft nie abschreiben – doch es fällt schwer, daran zu glauben, dass der Softwaregigant im Smartphone-Markt noch das Ruder herumreißen kann.



Heinrich Vaske,
Chefredakteur

Ein flüchtiger Blick auf die jüngsten Marktzahlen von IDC dürfte auch dem größten Microsoft-Fan Anlass geben, ins Grübeln zu kommen. 2014 hielten Android-Smartphones einen weltweiten Marktanteil von 81,5 Prozent (Vorjahr: 78,7 Prozent). Apples iOS-Plattform brachte es auf 14,8 Prozent (Vorjahr: 15,1 Prozent), und Windows Phone erreichte gerade mal 2,7 Prozent (Vorjahr: 3,3 Prozent). Die Windows-Plattform ist im Mobile-Markt bedeutungslos.

Stephen Elop, Microsofts Chef des Unternehmensbereichs Devices & Services, ließ sich dennoch nicht davon abhalten, auf dem Mobile World Congress schon mal ein neues „Flaggschiff-Produkt“ in Aussicht zu stellen, ein Lumia-Modell, das mit Windows 10 kommen und den Markt aufrollen soll. Kommt Ihnen bekannt vor? Richtig, schon mit Windows Phone 7, Windows Phone 8 und Windows Phone 8.1 sollte alles anders werden. Wurde es aber nicht.

Microsoft hat einen langen Atem. Jetzt setzt der Softwaregigant alles auf die Windows-10-Karte und das Universal-Apps-Konzept: Eine einheitliche Betriebssystem- und Anwendungsplattform für PCs, Tablets und Phones soll Entwicklern und Administratoren das Leben erleichtern; ein homogenes Nutzererlebnis die Anwender überzeugen. Das klingt nach Kompromissen. Entscheidend ist die Frage, wie die mobilen Apps aussehen werden, ob sie die Möglichkeiten der Endgeräte optimal nutzen und innovative Anwendungsszenarien zulassen.

Microsoft sollte die Größe haben, die Niederlage im Mobile-Markt eingestehen und sich nun weiter öffnen. Dazu gehört es, die Plattformen von Apple und Google als Marktstandards anzuerkennen.

Herzlich,
Ihr

Heinrich Vaske, Chefredakteur



Windows 10 im Unternehmen:

Die wichtigsten Business-Funktionen des neuen Betriebssystems finden Sie unter <http://www.cowo.de/a/3093044>

▶▶ 14

Internationales Schaulaufen auf dem Mobile World Congress

In Barcelona haben sich in der vergangenen Woche Mobile-Experten aus aller Welt getroffen, um neue Smartphones, Tablets und Wearables zu bewundern. Doch mindestens ebenso viel Aufmerksamkeit zogen Entwicklungen rund um das Internet of Things auf sich.



Markt

- 6 **IBM stellt neue iOS-Apps vor**
 Fluglinien, der Handel und die Finanzbranche erhalten nützliche Anwendungen für iPhone und iPad. Allerdings zeichnet sich immer mehr ab, dass der Aufwand im Backend beträchtlich ist und IBM gerne selbst Hand anlegen würde.
- 8 **Talent-Management im Kommen**
 Im Wachstumsmarkt Talent- und Bewerber-Management greifen auch deutsche Anwender immer häufiger zu Cloud-Lösungen.
- 11 **HP kauft Aruba Networks**
 Der Milliarden-Deal soll die Netzsparte von Hewlett-Packard im Bereich der WLAN-Lösungen für Unternehmen stärken.



Technik

- 21 **Verzicht auf zweiten Bildschirm**
 Der Philips-Monitor BDM3470UP kann Signale aus zwei Quellen gleichzeitig wiedergeben.
- 22 **Tor: Chancen und Risiken**
 The Onion Router – kurz „Tor“ – ist ein Netz, das Web-Verbindungsdaten und Identitäten verschleiert. Lesen Sie, wie das Anonymisierungswerkzeug funktioniert und ob sich Unternehmen damit beschäftigen müssen.
- 24 **BI-Tools checken BI-Tools**
 Unternehmen legen ihr Schicksal in die Hände von Business-Intelligence-Tools, deren Tauglichkeit sie oft nicht prüfen. Es gibt Werkzeuge, mit denen sich das ändern lässt.



Praxis

- 26 TUIfly macht IT salonfähig**
In der IT der Airline TUIfly sind unterschiedliche Rollen definiert. Eine davon schlägt die Brücke zwischen Technik und Fachbereich. CIO Isabelle Droll hat sie vor anderthalb Jahren geschaffen – die Rede ist von den „Business-Partnern“.
- 30 E-Commerce bei der Otto Group**
Seit 1999 treibt der stellvertretende Vorstandsvorsitzende der Otto Group, Rainer Hillebrand, das Thema E-Commerce im Konzern voran. Innovationen sind im Online-Handel entscheidend, und Hillebrand weiß, dass sie oft von Startups kommen.



Job & Karriere

- 34 Konjunktur für IT-Sicherheitsprofis**
Seit den Enthüllungen rund um die Schnüffeleien der Geheimdienste NSA und GCHQ investieren Unternehmen massiv in Technik und stellen IT-Security-Experten ein.
- 36 Firmenkultur ist kein Sozialgedöns**
Manager unterschätzen nach wie vor, welchen großen Einfluß Soft Facts auf die Firmenkultur haben. Dabei geht es keineswegs nur um Programme zur Mitarbeiterförderung.
- 40 Kostenlose Zertifizierungstests**
Mit den drei Berufsbildern Penetration Testing Professional, IT-Forensik-Professional und IT Project Manager geht die Initiative „Certified by Professionals“ (CeLS) in die nächste Runde.
- 41 Firmenporträts**
- 47 Stellenmarkt**
- 49 Impressum**
- 50 IT in Zahlen**

IBMs iOS-Apps sind vor allem für große Bestandskunden interessant

Mit Neugier und Argwohn beobachten Konkurrenten, wie IBMs Business-Apps aussehen, die das Unternehmen gemeinsam mit Apple entwickelt. Auf dem Mobile World Congress in Barcelona gab es nun Ergebnisse.



Von Manfred Bremmer,
Redakteur

Big Blue zeigte drei Business-Anwendungen für iPad und iPhone, mit denen wichtige Aufgaben bei Banken und Finanzdienstleistern, Flughäfen und im Handel bearbeitet werden können. Wie schon bei den ersten Apps, die IBM im Dezember 2014 präsentiert hatte, wurden Big-Data- und Analytics-Funktionen von Big Blue mit Apples viel gepriesener Usability verquickt, um mobile Mitarbeiter im Geschäftsprozess zu unterstützen.

So soll die App „Passenger Care“ es Servicemitarbeitern von Fluglinien ermöglichen, Passagieren mit Problemen verschiedener Art direkt am Gate in möglichst allen Belangen Hilfestellung zu bieten. Unterstützt wird die komplette Servicepalette, darunter Upgrades, Umbuchungen, bargeldloses Bezahlen von Tickets und vieles mehr.

Die zweite App „Dynamic Buy“ folgt der Idee, Einzelhändlern im Einkaufsprozess einen Echtzeit-Einblick in den eigenen Warenbestand beziehungsweise den aktuellen Abverkauf zu geben. Gleichzeitig gibt die App datengestützte Empfehlungen für den Einkauf, die sich beispielsweise auf saisonale Erfahrungen oder die gegenwärtige Nachfrage stützen.

„Advisor Alerts“ schließlich hilft Finanzberatern, die oft viele Kunden betreuen, unterwegs ihre kundenbezogenen Aufgaben zu priorisieren. Sie sollen anhand relevanter Informationen aus dem Backend schnell die richtigen Entscheidungen treffen. Auf einem personalisierten Dashboard kann der Berater bestimmte Szenarien einblenden und sich anzeigen lassen, welche Schritte je nach den Umständen



Die iOS-App Passenger Care soll dem Personal von

sinnvoll sind. Über eine Kommunikationsplattform kann er zudem schnell Kontakt zum Team im Back Office aufnehmen, um etwa bestimmte Aufgaben zu delegieren.

Eigentlich war die Ankündigung dieser neuen „MobileFirst-for-iOS-Apps“ schon auf der IBM-Hausmesse Interconnect erwartet worden, die Ende Februar stattfand. Marktbeobachter orakelten bereits, in die Beziehung zwischen IBM und Apple habe sich ein Spaltpilz eingemischt. Mit den jetzt gezeigten Business-Lösungen für iPad und iPhone machte IBM nun aber deutlich, dass die gemeinsame Entwicklung weitergeht. Bis zum Jahresende sollen über hundert solche Branchenanwendungen vorliegen – bis dato sind es allerdings erst 14.

IBMs Großkunden fahren auf die Apps ab

Immerhin scheint das Anbieterduo den richtigen Nerv bei den Business-Kunden getroffen zu haben. Mehr als 50 Großkunden von IBM sollen Apps aus dem MobileFirst-Programm gekauft haben, darunter die Fluggesellschaft Air Canada, American Eagle Outfitters, das mexikanische Kreditinstitut Banorte und der TK-Konzern Sprint. Die Apps sind dabei nur Teil eines Gesamtpakets, denn ohne eine tiefe Integration in die vorhandenen Backend-Systeme

Talent-Management entwickelt sich zum Türöffner für Cloud Computing

In Zeiten knapper Personalressourcen setzen immer mehr Firmen Software für das Recruiting und Talent-Management ein. Das große SaaS-Angebot in diesem Umfeld könnte den Durchbruch für die Cloud bedeuten, sagt Softselect.



Von Martin Bayer,
stellvertretender
Chefredakteur

Viele Unternehmen legen einen immer größeren Wert auf eine strategische Personalarbeit. Anbieter von Human-Resource-(HR-)Lösungen reagieren auf die steigenden Anforderungen und versprechen ihren Kunden mit dem Einsatz entsprechender Software eine Reihe von Vorteilen, etwa einen geringeren administrativen Aufwand, eine höhere Mitarbeiterzufriedenheit und -motivation, mehr Produktivität und reduzierte Personalkosten. Die Experten von Softselect haben sich im Rahmen ihrer jüngsten Studie „HR-Software 2015“ den Markt mit 120 Lösungen genauer angesehen. Ihr Fazit: HR-Anbieter gestalten ihre Systeme zunehmend funktionaler und umfangreicher. Mit Modulen für das Bewerber-Management oder das Skill- und Kompetenz-Management sowie zahlreichen Auswertungsmöglichkeiten sei das Angebot der Personal-Management-Systeme in den zurückliegenden Jahren deutlich gewachsen.

Diese Entwicklung ist längst noch nicht abgeschlossen, konstatiert Michael Gottwald, Geschäftsführer von Softselect. Viele Anbieter nutzten die derzeit gute Auftragslage, um in den Ausbau ihres Softwareportfolios zu investieren und weitere Module und Funktionen zu integrieren. Die Softwarehersteller täten auch gut daran, ihr Angebot zu erweitern, stellt Gottwald fest, denn „die Zeit der Insellösungen ist auch im HR-Bereich vorbei“. Unternehmen setzten in Auswahlprojekten stark auf durchgängige und nach Möglichkeit tief integrierte Anwendungen unter einer einheitlichen Oberfläche, um die Personalarbeit effizienter zu gestalten. Insbesondere Funktionen für das Talent-Management, die Personalentwicklung und das Recruiting würden stark nachgefragt. Auch in der Anbieterlandschaft gibt es Softselect zufolge einige Bewegung. Der steigende

Bedarf und die wachsende Nachfrage im deutschsprachigen Raum weckten Begehrlichkeiten. HR-Software-Anbieter aus den europäischen Nachbarstaaten wie auch aus Nordamerika drängten verstärkt auf die lukrativen Märkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz und machten dort den etablierten mittelständischen Anbietern Konkurrenz.

Viele HR-Lösungen kommen aus der Cloud

Mit den neuen Anbietern kommt auch frischer Wind in den Markt, vor allem was das Bezugsmodell der Software anbelangt. Gerade im HR-Bereich gibt es eine Reihe von Lösungen, die als Software as a Service (SaaS) aus der Cloud angeboten werden. Die Anbieter werben mit innovativen Konzepten, einfacher Benutzerschnittführung und besserer mobiler Nutzbarkeit. Aber gerade in Deutschland haben immer noch viele IT-Entscheider Bedenken hinsichtlich des Cloud-Einsatzes. Rund um HR-Lösungen scheinen diese Widerstände nun zu bröckeln, so die Bilanz von Softselect.

Viele Personal- und IT-Verantwortliche argumentierten noch immer mit Sicherheits- und Datenschutzargumenten gegen die Nutzung von Cloud-Anwendungen, doch gelinge es den Softwareanbietern auch im Verbund mit den Rechenzentrumsbetreibern immer häufiger, diese Bedenken zu zerstreuen – zum Beispiel mit eigenen Rechenzentren in der EU und höheren Sicherheitsstandards. Zudem tragen Gütesiegel und Zertifikate von unabhängigen Stellen wie dem TÜV zur Vertrauensbildung bei den Interessenten bei. Es sieht danach aus, als könnte Talent-Management- und Recruiting-Software zu einem Wegbereiter für das Cloud Computing bei Business-Anwendungen in Deutschland werden.

Das bieten die HR-Lösungen

Neben der klassischen Personalverwaltung haben immer mehr Anbieter auch Recruiting und Talent-Management im Programm.

