

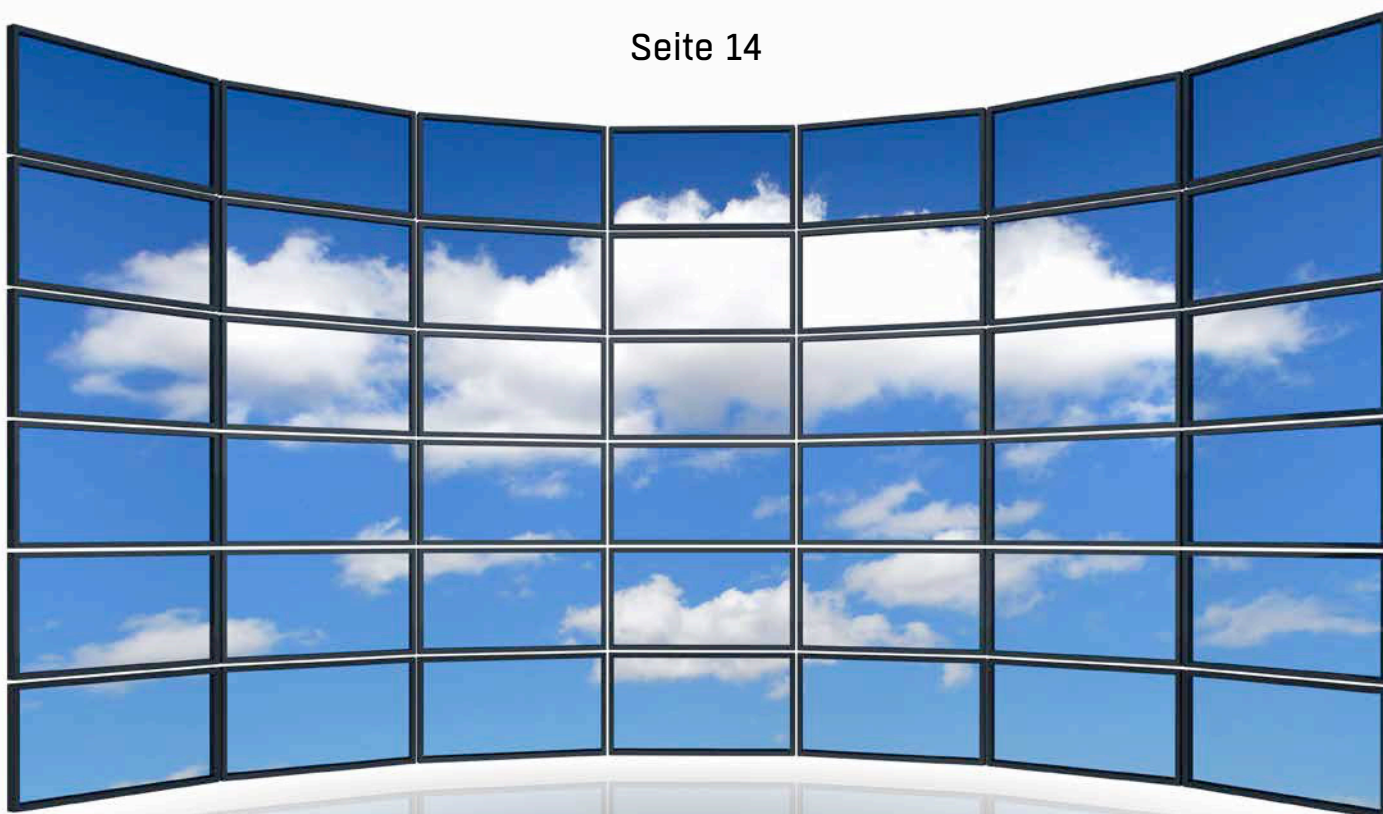
COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2015 – 16 13. April 2015 Nur im Abonnement erhältlich

Microsofts Cloud-Plattform Azure im Praxistest

Der Reifegrad nimmt zu, doch das Cloud-Angebot befindet sich noch im ständigen Wandel.

Seite 14



IBM investiert in IoT

Mit drei Milliarden Dollar will IBM die Geschäfte mit dem Internet of Things ankurbeln.

Seite 8

Bombardier Transportation baut um

Der Hersteller von Bahntechnik setzt auf Offshore-Services aus Indien und RZ-Kapazitäten von einem deutschen Collocation-Anbieter.

Seite 34

Da waren's nur noch ...

Immer mehr renommierte IT-Anbieter verschwinden von der Börse. Das verschafft zwar zunächst Ruhe. Doch ob der Würgegriff der Investoren, die Rendite sehen wollen, die bessere Wahl ist?



Martin Bayer,
stellvertretender Chefredakteur

Compuware – 2,5 Milliarden Dollar, Riverbed – 3,6 Milliarden Dollar, Tibco – 4,3 Milliarden Dollar, BMC – 6,9 Milliarden Dollar und jetzt Informatica – ein Leveraged Buyout (siehe rechts) von 5,3 Milliarden Dollar. Investoren haben in der jüngeren Vergangenheit Milliarden Dollar in die Hand genommen und etliche etablierte IT-Anbieter von der Börse weggekauft. Die Begründungen hören sich immer gleich an. Nach sorgfältiger Analyse sei man zu dem Schluss gekommen, dass ein Verkauf das Beste für Unternehmen und Anteilseigner sei, heißt es von Seiten der Gekauften. Kunden, Mitarbeitern und Partnern wird versichert, alles für ihren weiteren Erfolg zu tun. Die Käufer loben in höchsten Tönen Perspektiven und Potenzial der übernommenen Firma, die doch an der Börse völlig unterbewertet sei und nun unter den eigenen Fittichen erneut aufblühen könne.

So weit die offizielle Seite. Zwischen den Zeilen liest sich das Ganze anders. Viele IT-Anbieter – vor allem die Softwarehersteller – stecken in einer schwierigen Situation. Trends wie Cloud Computing erfordern mehr Entwicklungsaufwand und ein Umkrempeln des Geschäftsmodells – heißt: mehr Kosten, weniger Gewinn. Das kommt an der Börse gar nicht gut an. So verwundert es nicht, wenn die Hersteller nach Wegen suchen, befreit vom unaufhörlichen Quartalsdruck die unangenehmen Aspekte dieser Transformation in den Griff zu bekommen. Doch neben dem Börsenparkett lauern die Investoren. Die stecken ihr Geld nicht aus purer Nächstenliebe in notleidende IT-Anbieter. Hier geht es knallhart um die Rendite. Die entscheidende Frage dabei ist, wie viel Zeit man dem gekauften Unternehmen lässt, Umsatz und Profit zu steigern. Die Zeche zahlen in aller Regel die Kunden. Da werden gerne einmal Ressourcen gestrichen, Mitarbeiter entlassen oder die Wartungsgebühren erhöht. „Melken“ heißt das im Fachjargon.

Herzlich,
Ihr

Martin Bayer, stellvertretender Chefredakteur

Leveraged Buyout (fremdkapitalfinanzierte Übernahme)

Die fremd(kapital)finanzierte Übernahme (englisch Leveraged Buyout, LBO) ist eine mit hohem Fremdkapitalanteil finanzierte Unternehmensübernahme. Derartige fremdfinanzierte Übernahmen sind typisch für sogenannte Private-Equity-Investoren. Durch den geringen Einsatz von Eigenmitteln lässt sich eine hohe – für den Investor attraktive – Eigenkapitalrentabilität erzielen, solange die Gesamtkapitalrentabilität höher ist als die Fremdkapitalzinsen. Voraussetzung ist, dass das Zielunternehmen einen ausreichend hohen freien Cashflow erwirtschaftet, mit dem die Verbindlichkeiten getilgt werden. Die aus der Kreditfinanzierung resultierenden Zinsen und Tilgungen (also der Kapitaleinsatz) müssen im Regelfall aus dem Cashflow des Targets bestritten werden.

(Quelle: Wikipedia)

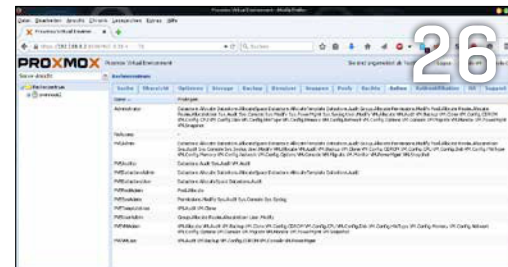
▶ 14

So bewährt sich Microsofts Azure-Plattform im Test

Viele Unternehmen stellen sich die Frage, in welchem Ausmaß und in welchen Ausprägungen sie sich auf Cloud Computing einlassen wollen. Neben Amazon Web Services zählt Microsoft Azure zu den Plattformen, die sich für vielfältige Einsatzszenarien anbieten. Wir haben sie in einem 30-Tage-Test unter die Lupe genommen.

**Markt**

- 6 Gefährliche Analytics-Tools**
Wenn Laien die falschen Schlüsse aus komplexen Analysen ziehen, kann das fatale Folgen haben. Immer mehr Unternehmen setzen Analytics-Werkzeuge ein und treffen mit deren Ergebnissen wichtige Entscheidungen.
- 7 Unisys feilt an seinem Comeback**
Der einst große IBM-Rivale backt heute als internationaler IT-Servicekonzern kleinere Brötchen. Kernthemen sind die Backend- und Frontend-Betreuung von Infrastrukturen.
- 8 IBM konsolidiert IoT-Angebot**
Drei Milliarden steckt Big Blue in eine Cloud-Plattform für das Internet of Things. Gemeinsam mit Partnern sollen Realtime-Analytics-Services erbracht werden.

**Technik**

- 24 Intel und Micron bringen SSD voran**
Neue 3D-NAND-Technik soll bald zu neuen SSD-Laufwerken führen, die der heutigen Technik um Klassen überlegen sind.
- 25 Live-Streaming via Smartphone**
Nachdem die App „Meerkat“ ein Verkaufsschlager wurde, nimmt sich nun Twitter mit der übernommenen „Periscope“-App des Themas Live-Videoübertragungen mit dem Smartphone an.
- 26 Virtualisierung mit Proxmox**
Die quelloffene Virtualisierungs-Management-Plattform „Proxmox Virtual Environment 3.4“ bringt Features wie die Live-Migration von Virtual Machines und eine ausgereifte Snapshots-Funktion mit.



Praxis

30 Der Weg in die digitale Zukunft

Wer Digitalisierung ernst nehmen und sich auf die Zukunft vorbereiten will, kann sich an drei Dimensionen orientieren: der Organisation, der Geschäftsstrategie und natürlich der Technik.

34 Bombardier Transportation baut um

Der Bahntechnik-Hersteller Bombardier Transportation setzt im Bereich der IT-Infrastruktur auf einen Multi-Supplier-Ansatz. Offshore-Services aus Indien und sichere Rechenzentrumskapazitäten von einem deutschen Collocation-Anbieter sorgen für signifikante Einsparungen.



Job & Karriere

38 Es fehlt an Data Scientists

Mit ihren gewaltigen Datenmengen wollen Unternehmen endlich Geld verdienen. Allerdings gibt es noch zu wenige Experten, die das richtig gut können.

40 Die Dinosaurier wollen nicht sterben

Da Universitäten kaum noch Mainframe-Spezialisten ausbilden, die Boliden aber nach wie vor im Einsatz sind, fehlt es an allen Ecken und Enden am Personal. Private Institutionen bieten nun Lehrgänge an.

44 Sorgen wegen Scheinselbständigkeit

Die Bundesregierung arbeitet an einem „Gesetz zur Verhinderung des Missbrauchs von Werkverträgen“. IT-Freiberufler und ihre Auftraggeber sollten sich wappnen.

47 Stellenmarkt

49 Impressum

50 IT in Zahlen

Analytics-Tools – in falschen Händen sind sie gefährlich

Analytics breitet sich aus. Jeder Mitarbeiter könne auf eine Fülle von Daten zugreifen, diese analysieren und damit bessere Entscheidungen treffen, so das Versprechen. Das setzt aber voraus, dass die Tools richtig bedient werden.

Von Katherine Noyes,
US-Korrespondentin des
IDG News Service in Boston

Der richtige Umgang

Auch der Branchenverband Bitkom mahnt in seinem Leitfaden „Big-Data-Technologien – Wissen für Entscheider“ den richtigen Umgang mit Analytics-Tools an. Selbst wenn Annahmen korrekt sind, das Modell zutreffend ausgewählt, entwickelt und angewendet wird, können sich innerhalb der Auswertung und Auslegung der Ergebnisse neue Probleme und Fehler offenbaren, heißt es hier. Viele Modelle eignen sich zwar, um komplexe Zusammenhänge fachgemäß und fehlerlos zu ermitteln, lassen aber eine verständliche Darstellung der Resultate vermissen. Derartige Modelle seien anfällig für Fehlinterpretationen durch Laien.

Big Data könne zunächst nur für diejenigen einen Nutzen und ein verwertbares Ergebnis erzeugen, der die Regeln der Interpretation kennt. Bei regelmäßigen Analysen müssten also Definitionen für die Verwertung und Interpretation des Ergebnisses erstellt werden. Existierende Definitionen seien zu überprüfen. Unabhängig von unbewussten Fehlern bei der Analyse und Interpretation könnten Ergebnisse und Aussagen auch bewusst verfälscht werden. Derartige Missbrauch sei besonders kritisch, da er nur schwer zu erkennen sei.

Business Intelligence (BI) macht sich daran, die klassische Business-Software zu übernehmen. In den vergangenen Wochen haben SAP, Salesforce.com, Tibco und Oracle neue Analytics-Tools angekündigt. IBM will vier Milliarden Dollar unter anderem in die Entwicklung von Business Intelligence stecken. Einfach zu bedienende Analytics-Werkzeuge werden damit immer gebräuchlicher und legen Business-Intelligence-Fähigkeiten in immer mehr Hände. „In der Vergangenheit haben Analytics nur wenige Auserwählte genutzt, um smarte Business-Entscheidungen zu treffen“, so Brad Peters, Mitbegründer, Chairman und Chief Product Officer von Birst, einem Anbieter von BI aus der Cloud. Unternehmen geben immer mehr Daten und Werkzeuge für deren Analyse an Mitarbeiter aus. Damit demokratisieren sie die Macht über die Daten und fällen so mehr und bessere Entscheidungen, so das Versprechen der BI-Anbieter.

Unterm Strich findet sich heute Analytics in allen Bereichen der Business-Software. Bleibt die Frage, ob das wirklich eine gute Sache ist. „Wenn man die Daten in die Hände derer legt, die damit auch umgehen können, dann kann sich die IT auf ihre ureigenen Aufgaben wie Data Governance, Security und Infrastruktur, Datensammlung, Wartung und Support konzentrieren, statt ständig irgendwelche Reports zu generieren“, sagt Francois Ajenstat, Vice President of Product Management bei Tableau Software. „Die besten Einsichten gewinnt man durch von den Mitarbeitern erstellte Dashboards auf Basis einer gepflegten Infrastruktur.“ Jedoch sind diese Werkzeuge oft mit vielen komplizierten Funktionen ausgestattet, von denen nicht sicher ist, ob sie von den Anwendern korrekt angewendet werden. „Ich mache mir echte Sorgen, ob die richtigen Tools in

den falschen Händen nicht zu ernsthaften Schwierigkeiten führen können“, meint Kirk Borne, Informatiker und Professor an der George Mason University. „Bestenfalls führt das zu unverständlichen Ergebnissen, schlechtestenfalls zu absolut falschen Resultaten.“

Falsche Daten – falsche Entscheidungen

Es ist höchst unwahrscheinlich, dass „Out-of-the-Box“-Analytics von untrainierten Anwendern regelkonform und erfolgreich eingesetzt wird, so Borne. „Ich denke, dass eine Person ohne Informatikstudium, aber mit einem gewissen Verständnis für Daten und deren Strukturen mit diesen Werkzeugen zurecht kommen könnte, allerdings sicher nicht ohne irgendeine Ausbildung.“ Experten betonen in diesem Zusammenhang die Bedeutung von Fortbildungen und Vorgaben durch das Unternehmen, um wirklich Wertvolles aus den Werkzeugen herauszuholen. Auch Tableau-Manager Ajenstat ist überzeugt: „Es kann immer mal sein, dass jemand auf Basis falscher Daten falsche Geschäftsentscheidungen trifft.“

Der Trend zu Analytics wird aber anhalten, zumal sich Analytics-APIs und vorgefertigte Toolkits gut verkaufen, so Borne. Zudem sei zu beobachten, dass sich Unternehmen immer mehr mit automatisierten High-Level-Analytics ausstatten, die von immer weniger Mitarbeitern bedient werden. Gregory Piatetsky-Shapiro, Redakteur des Analytics-Portals KDnuggets.com, sieht das ähnlich. Automatisierte und eingebettete Analytics-Tools werden sich seiner Meinung nach immer mehr durchsetzen, wahrscheinlich gefolgt von einer Welle der künstlichen Intelligenz und selbstlernender Maschinen. Als Folge wird sich der Mensch immer weiter zurückziehen müssen. (ba)

IBM investiert drei Milliarden Dollar in das Internet der Dinge

In den nächsten vier Jahren will IBM sein Cloud-basiertes Geschäftsmodell kräftig ausbauen. Die Softwarepartner sind eingeladen mitzumachen. Einträgliche Kunden haben sich schon gefunden.



Von Thomas Cloer,
leitender Redakteur

Das Geschäftsmodell, das IBM rund um das Internet of Things (IoT) verfolgt, ist Cloud-basiert. Auf einer zentralen Plattform sollen Kunden branchenspezifische Datendienste und Entwickler-Tools vorfinden, mit denen sie unstrukturierte Daten, wie sie etwa Sensoren aussenden, mit traditionellen Datenquellen integrieren und in Echtzeit verarbeiten können. Laut IBM können Kunden damit Produkte, Services, Preise und Geschäftsabläufe optimieren.

Der Konzern ist in Sachen IoT nicht unerfahren. Im Rahmen seiner „Smarter-Cities“-Initiative hat IBM bereits eine Plattform zur Auswertung großer Datenmengen eingerichtet, auf die unter anderem Städte wie Montpellier oder Dublin zurückgreifen. Zudem entwickelt der deutsche Autozulieferer Continental zusammen mit IBM eine Plattform für die Autovernetzung.

Realtime-Daten sind flüchtig

Bei IBM hat man ausgerechnet, dass 90 Prozent der in Unternehmen anfallenden Daten derzeit nicht ausgewertet werden. 60 Prozent dieser Daten verflöhen schon „Millisekunden nach ihrer Erzeugung“ an Wert, wenn sie nicht direkt verwertet würden. Mit drei Angeboten möchte Big Blue dieser Herausforderung begegnen:

„IBM IoT Cloud Open Platform for Industries“ enthält Analyseangebote, mit denen Kunden IoT-Branchenlösungen in der IBM-Cloud entwickeln und bereitstellen können. Als Beispiel nennt IBM Versicherungsunternehmen, die dynamische Preismodelle – angepasst an das Fahrverhalten von Autofahrern – entwickeln wollen.

Das zweite Angebot, „IBM Bluemix IoT Zone“, bietet IoT-Dienste im Rahmen der eigenen Bluemix-as-a-Service-Plattform. Kunden sollen ihre Anwendungen, etwa in Bereichen wie Enterprise-Asset-Management oder Facility-Management, mit Echtzeit-Daten-Verarbeitung und Realtime Analytics anreichern und so weiter automatisieren können.

Zusammenarbeit mit Wetterdienst

„IBM to IoT Ecosystem“ schließlich soll Partner – beispielsweise Gerätehersteller oder auch branchenorientierte Lösungsanbieter – von der Integration ihrer Datendienste und Lösungen in IBMs IoT-Cloud-Plattform überzeugen. Als Beispiele nennt IBM neben AT&T, ARM und Semtech auch den brandneuen Partner The Weather Company. Die Unternehmen wollen gemeinsam Daten über die Wetterentwicklung auswerten und darauf basierende Lösungen für Dritte bereitstellen. So können die Kunden besser verstehen, wie sich das Wetter auf ihre Geschäftsergebnisse auswirkt.

The Weather Company will ihre Dienstplattform für Wetterdaten in die SoftLayer-Cloud von IBM übertragen und dort mit Services und Analytics von IBM verzahnen. Das Unternehmen mit Sitz in Atlanta stellt nach eigenen Angaben bereits heute 700.000 Vorhersagen pro Sekunde bereit – zusammengeführt aus Daten von mehr als 100.000 Wettersensoren. Gemeinsam entwickelte Anwendungen auf Basis von Wetterdaten sollen Kunden aus Bereichen wie Versicherungen, Energie, Handel und Logistik angedient werden. Dabei geht es nicht darum, diesen nur eine Lizenz für Daten, sondern „eine wetterbasierende Lösung“ zu verkaufen, sagte CEO David Kenny. ■



Das Wetter hat Einfluss auf milliardenschwere Geschäftsentscheidungen. IBM-Chefin Virginia Rometty und David Kenny, CEO von The Weather Company, wollen gemeinsam ein Geschäft aus intelligenten Wetteranalysen machen.