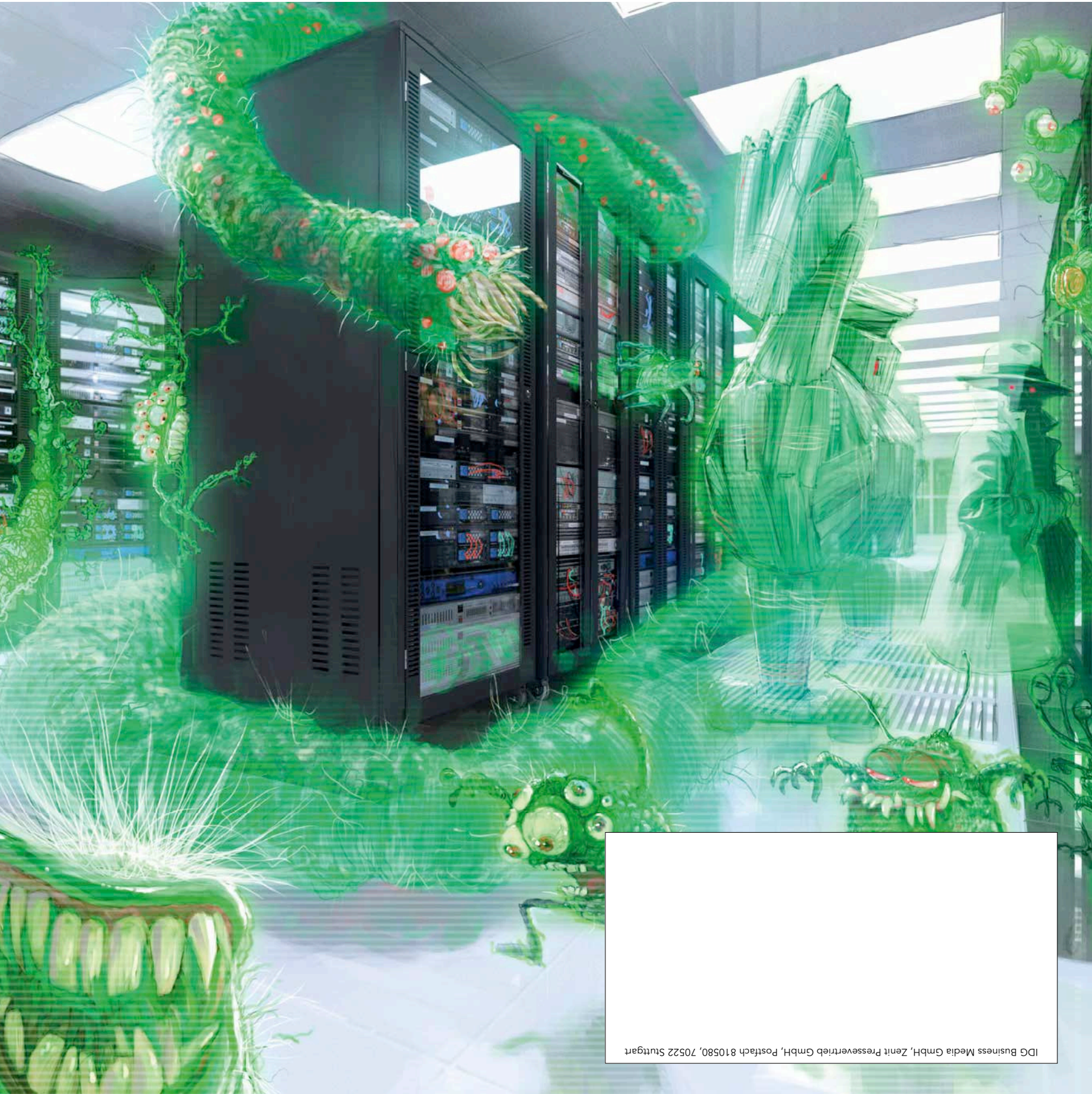


COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2015 – 26-27 22. Juni 2015 Nur im Abonnement erhältlich



COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2015 – 26-27 22. Juni 2015 Nur im Abonnement erhältlich

Digitalisierung fordert den Handel heraus

Retouren-Management, Same-Day-Delivery, E-Commerce:
Im Handel ist der Transformationsdruck immens.

Seite 16

Nutanix auf der Überholspur

Anwender zeigen großes Interesse an Hyperconverged Systems.

Seite 28

Sicherheitsgesetz: IT im Zugzwang

Wer von Melde-, Nachweis- und Abwehrpflichten besonders betroffen ist.

Seite 34

Interim Manager – kein einfacher Job

Qualifiziert ist, wer Brände löschen kann.

Seite 40





IBM SoftLayer:

Steuern Sie Ihre Cloud oder steuert Ihre Cloud Sie?

Es gibt einen neuen Weg, Ihre IT zu managen. Im Unterschied zu vielen anderen Cloud-Anbietern steuern Sie mit IBM SoftLayer Ihre komplette Infrastruktur über ein einziges Tool in einem privaten Netzwerk. Übernehmen Sie die Kontrolle in der IBM Cloud: ibm.com/madewithibm/de

Smarter clouds are made with IBM.



Im Handel geht es um Differenzierung

Cross Channel Commerce, Same Day Delivery, Click & Collect – wenn es schwierig wird, greifen wir gerne mal zu Anglizismen. Und im Einzelhandel ist es schwierig geworden.



Heinrich Vaske,
Chefredakteur

Die Digitalisierung zwingt alle Branchen zu gravierenden Veränderungen in ihren Geschäftsmodellen. Besonders stark betroffen ist aber der Handel. Hier steigt der Investitionsbedarf schier unaufhörlich, die Kosten können aber nur zu einem Bruchteil an die Kunden weitergegeben werden. Längst hat eine gnadenlose Auslese begonnen, die Schlagzeilen um Warenhäuser wie Karstadt und Kaufhof sprechen für sich.

Ein Kernproblem des Handels ist die Transparenz, die durch das Internet möglich wurde. Preisvergleichsseiten, Meinungsportale und Verbraucherkommentare verschieben das Kräfteverhältnis vom Anbieter zum Kunden. Wer sich informieren will, zückt das Smartphone und weiß schon im Warenhaus, was er von einem Angebot zu halten hat. Kaufen kann er im Zweifel rund um den Globus: Die Welt des Kommerzes ist ein Dorf geworden. Der Kunde ist König – der Spruch, den wir alle längst nicht mehr hören können, scheint nun doch noch Realität zu werden. Für Händler bedeutet das eine gewaltige Herausforderung. Das Risiko, auf allen Hochzeiten tanzen zu wollen und sich mit Omni-Channel-Konzepten, vielfältigen Liefermodellen und neuen Showroom- und Beratungsansätzen zu verzetteln, ist groß (siehe Seite 16).

Händler werden sich entscheiden müssen, wie sie ihre Kunden ansprechen und bedienen wollen. Und sie werden klar definieren müssen, wofür sie mit ihrer Marke stehen wollen. Im digitalen Zeitalter gilt es, aus der Masse der Anbieter herauszuragen und die eigene Marke mit einem besonderen Versprechen zu verknüpfen. Das kann ein hochkompetenter Service sein, Nachhaltigkeit, das etwas andere Sortiment, ein besonderes Einkaufserlebnis und vieles mehr. Gelingt das nicht, ist der Weg vorgezeichnet.

Herzlich,
Ihr

Heinrich Vaske, Chefredakteur



IT für das Marketing:

Auf computerwoche.de finden Leser jede Menge Informationen zu Marketing, Handel und E-Commerce.
www.cowo.de/k/3478

▶▶ 16

Die Digitalisierung fordert den Handel heraus

Viele Handelsunternehmen tun sich schwer, die richtige Balance zwischen stationärem und Online-Handel zu finden, um ihre Kunden in der neuen Multi-Channel-Welt optimal ansprechen zu können. Eine aktuelle Umfrage zeigt, wie groß die Sorgen der Händler sind.



Markt

8 Hewlett-Packard vor der Spaltung

In wenigen Wochen ist es so weit: HP teilt sich auf in HP Enterprise und HP Inc. – Letztere mit klarem Fokus auf PCs und Druckern. Noch sind allerdings viele Fragen ungeklärt.

10 Who is who im Cloud-Markt?

Experton Research hat seinen Cloud Vendor Benchmark herausgegeben. Nicht immer liegen die großen Namen vorn.

13 Oracle mit mäßigen Geschäftszahlen

Der starke Dollar machte dem Datenbankprimus im jüngsten Geschäftsquartal zu schaffen. Das hält Gründer Larry Ellison nicht davon ab, sich über SAP und Salesforce.com lustig zu machen.



Technik

24 Best in E-Commerce

Die CW-Schwesterpublikation „ChannelPartner“ hat in ihrem aktuellen E-Commerce-Wettbewerb spannende Projekte vorgestellt. Wir geben einen Einblick.

28 Nutanix präsentiert sich

Der Spezialist für Hyperconverged Systems bat seine Kunden zur ersten Hausmesse in Miami. Bei der Gelegenheit stellte das Startup neue Produkte vor.

32 IBM setzt auf Apache Spark

Das aus dem Hadoop-Umfeld stammende Werkzeug „Spark“ könnte die Verarbeitung und Analyse von großen Datenmengen deutlich vereinfachen und beschleunigen. IBM will viel Geld in die neue Technik investieren.

Aus eins mach zwei – HPs Aufspaltung nimmt konkrete Züge an

Hewlett-Packard in seiner heutigen Form ist bald Geschichte. Ab dem 1. November gehen die Konzernteile HP Inc. und HP Enterprise getrennte Wege. Auf der Kundenkonferenz Discover hat der IT-Konzern die weitere Marschroute erklärt.



Von Martin Bayer,
stellvertretender
Chefredakteur

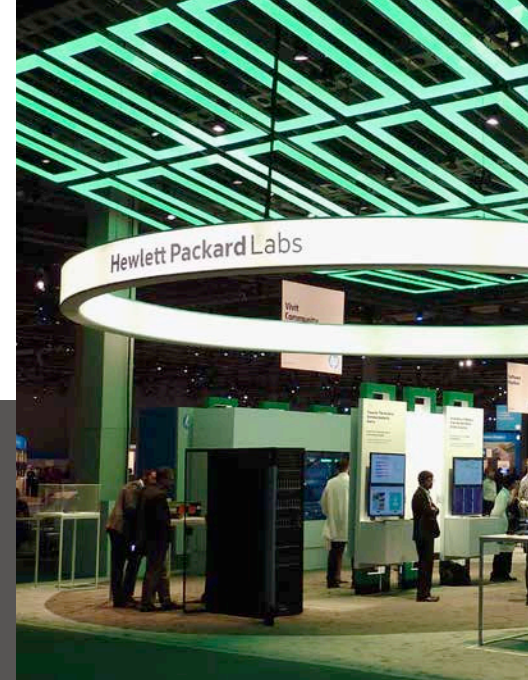
Wir glauben, das ist die größte Aufspaltung ihrer Art, die es je gab“, sagte John Hinshaw, Leiter des Bereichs Technology and Operations bei HP, Anfang Juni auf der Kundenkonferenz Discover in Las Vegas. Der Countdown dafür läuft: Ab dem 1. August sollen die beiden Firmenteile intern bereits getrennt operieren. In den darauf folgenden drei Monaten will HP testen, ob alles plangemäß funktioniert, bevor die Spaltung vollzogen wird. Klappt alles, soll diese am 1. November über die Bühne gehen. Bis dahin ist noch viel zu tun.

Im Zuge der Aufteilung müssten 50.000 Server in sechs Rechenzentren, 75.000 Schnittstellen und 2800 Anwendungen getrennt und aufgeteilt werden, sagte Hinshaw. Dafür habe HP in den vergangenen Jahren bereits seine IT-Infrastruktur konsolidiert. Die Kosten des Firmensplits wollte der HP-Manager nicht nennen. Insider sprechen von rund zwei Milliarden Dollar. Dieser Aufwand könnte sich jedoch an anderer Stelle lohnen. Alles, was im Zuge dieses Projekts geschieht, werde genau dokumentiert, berichtete Hinshaw. Daraus entstehe eine Art Template für Firmenaufteilungen. Mit diesem Know-how könne HP anderen Unternehmen, die den gleichen Weg gehen wollen, Dienstleistungen anbieten.

Mit der Teilung werden HPs Probleme nicht auf einen Schlag gelöst sein, räumte CEO Meg Whitman ein. Sie kündigte fortgesetzte Restrukturierungen an. HP müsse effizient arbeiten, um sich im globalen Wettbewerb behaupten zu können. Wir sind zuversichtlich, dass es gelingt, sagte Whitman vor den Kunden – „doch ich weiß, wenn wir unsere Kosten nicht in den Griff bekommen, wird es kein glückliches Ende geben.“



Für John Hinshaw, verantwortlich für Operations and Technology bei HP, beginnt die heiße Phase. Ab Anfang August sollen die beiden künftigen HP-Firmen intern bereits getrennt arbeiten.



Unter dem Zeichen des grünen Rechtecks

Auf Hewlett-Packards Kundenkonferenz Discover Anfang Juni in Las Vegas schwebte das neue Logo von HP Enter-

Der Umbau wird nach der Aufspaltung also weitergehen. „Ich gehe davon aus, dass es in den kommenden Jahren noch einiges an Feintuning braucht“, sagte Whitman. Was das für die Mitarbeiter bedeutet, ist noch nicht klar. Der Konzern hatte in den zurückliegenden Jahren rund 55.000 Stellen gestrichen, wobei der Umfang des Jobabbaus sukzessive immer wieder erweitert worden war. Aktuell arbeiten weltweit knapp 300.000 Menschen für HP.

Zukäufe geplant, verhandelt, abgebrochen

Um das Standing im internationalen Wettbewerb zu stärken, plant Whitman auch in Zukunft mit Akquisitionen. „HP ist zurück im Mergers-and-Acquisitions-Spiel“, sagte die Managerin, ohne jedoch konkrete Ziele zu verraten. Man wolle selbst innovativ sein, sich dabei aber durch Zukäufe auch Impulse von außen sichern. HP hat auch in der jüngeren Vergangenheit laufend kleinere Betriebe zugekauft, mit größeren Akquisitionen jedoch kein glückliches Händchen bewiesen. Im Zuge der noch von Whitmans Vorgänger Léo Apotheker eingefädelt Übernahm des britischen Softwareherstellers Autonomy für gut zehn Milliarden Dollar musste HP fast 8,8 Milliarden Dollar abschreiben und streitet sich bis heute mit den Autonomy-Verantwortlichen, ob diese die Zahlen ihrer Firma