

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2015 – 45-46 9. November 2015 Nur im Abonnement erhältlich



Oracle entdeckt IT-Sicherheit

Auf der Hausmesse OpenWorld sagte CEO Larry Ellison, Oracle wolle ein neues Security-Niveau erreichen.

Seite 6

Wie Analytics den Handel beflügelt

Im Kampf um Kunden setzen Händler auf modernste Werkzeuge zur Datenauswertung.

Seite 34

IT-Gehälter sind stark gestiegen

Durchschnittlich um 6,2 Prozent mehr verdienen IT-Profis 2015, wie unsere aktuelle Gehaltsstudie zeigt.

Seite 38

Kundenfokus beschäftigt die IT

Den Kunden analysieren, verstehen und begeistern – das ist das große Thema 2016. Die IT stellt dafür die nötigen Tools bereit.

Seite 14

Wer seine Kunden kennt, gewinnt

Produktqualität war in Deutschland nie ein Problem, „Made in Germany“ funktioniert immer noch. Genauso wichtig wird es in Zukunft aber, seine Kunden zu kennen – und auf sie zu hören.



Heinrich Vaske,
Chefredakteur

Es ist schon ein Kreuz mit dem Kunden. Seit Jahrzehnten wiederholen Führungskräfte, Berater, Wissenschaftler und sonstige Gurus gebetsmühlenartig das Mantra vom König Kunden. Und seit Jahren kapitulieren Unternehmen, wenn es gilt, diese Vision Wirklichkeit werden zu lassen. Unklare oder umständliche Kundenprozesse, komplexe Hierarchien und Berichtswege, eine üble Datenqualität oder Vertriebler, die zu faul sind, das CRM-System zu füttern – es gibt viele Gründe und Ausreden, um die Vision vom kundenorientierten Unternehmen hintanzustellen.

Doch jetzt ist ein Punkt erreicht, an dem Durchlavieren nicht mehr geht. Unternehmen sind durch eine Vielzahl von digitalen Kontaktpunkten adressierbar geworden. Sie müssen dort schnelle Antworten parat haben, und sie brauchen dafür Kundendaten, Auftragsstände, Lagerinformationen, Lieferstati etc. auf Knopfdruck. Wird der Kunde schlecht bedient, spricht sich das herum, und zwar schnell und mit bösen Folgen – im Social Web, in Foren, auch im hauseigenen Intranet.

Gleichzeitig konnten Unternehmen noch nie so viel über ihre Kunden und Märkte erfahren wie heute – in kürzester Zeit und mit oft bescheidenen Hilfsmitteln. Wie verhalten sich Käufergruppen wann, wo und aus welchen Motiven? Was kritisieren sie an Produkten und Services, welche Verbesserungsvorschläge unterbreiten sie? Warum laufen die Geschäfte in der Region oder Niederlassung x besser als in y? Diese und Hunderte weiterer Fragen lassen sich inzwischen – anders als in der guten alten Zeit – mit hoher Treffsicherheit beantworten. Voraussetzung dafür ist, dass sich Unternehmen durchgängig digital definieren und einen professionellen Umgang mit Daten aneignen. Wer hier hinterherhinkt, wird schon bald den Anschluss verlieren.

Herzlich,
Ihr

Heinrich Vaske, Chefredakteur



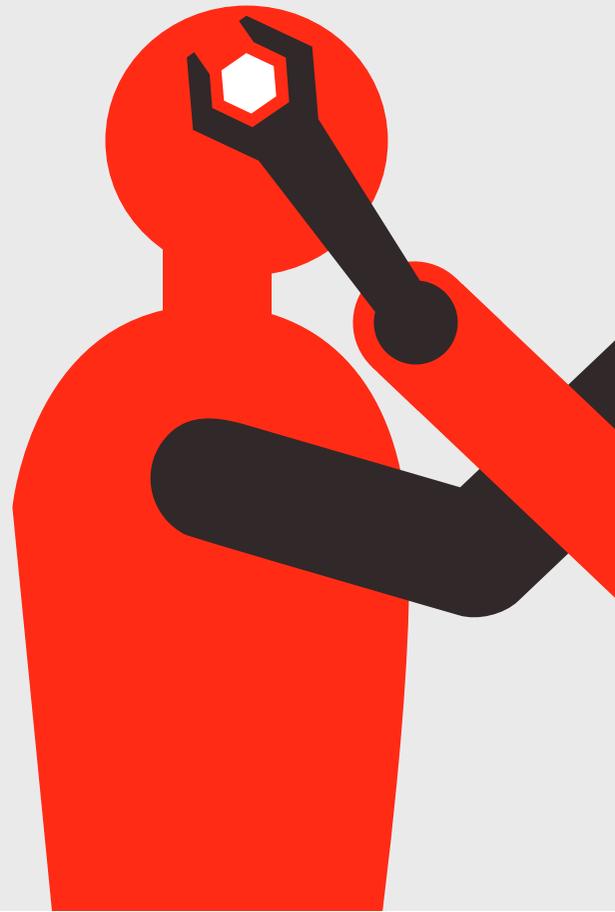
IT für das Marketing

Unser Themenschwerpunkt auf computerwoche.de informiert Sie über neueste Trends rund um E-Commerce und Marketing: www.cowo.de/k/3478

▶ 14

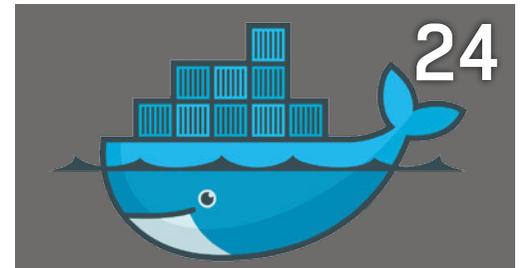
Kundenfokus erhält in der digitalen Ökonomie eine neue Bedeutung

Wir leben im „Zeitalter des Kunden“ – auch wenn Begriffe wie Customer Experience, Customer Engagement oder Customer Journey nicht jedermanns Sache sind. Viele Unternehmen konzentrieren sich jedoch noch auf ihre klassischen CRM- und Marketing-Aktivitäten. Das Ausmaß der anstehenden Veränderungen ist ihnen nicht bewusst – oder sie verschließen ihre Augen davor.



Markt

- 6 Oracle entdeckt Security als Markt**
„Wir brauchen eine komplett neue Generation an Sicherheitslösungen“, sagte Oracle-Gründer Larry Ellison auf der Hausmesse OpenWorld. Im eigenen Produktportfolio sollen Security-Funktionen tief verankert werden.
- 8 IBM beweist Mut zum Umbau**
Auf der Konferenz Insight 2015 in Las Vegas erläuterte CEO Virginia Rometty vor Tausenden Kunden die neue Cognitive-Computing-Strategie des Unternehmens.
- 10 Atos übernimmt Unify**
Der Spezialist für integrierte Kommunikationslösungen soll beim Dienstleister eine Lücke im Angebotsportfolio schließen.



Technik

- 24 Sicherheitsrisiko Docker?**
Container wie Docker und AppC gelten als Allheilmittel, das Standardisierung, Wiederverwendbarkeit und Geschwindigkeitszuwachs ermöglicht. Doch Anwenderunternehmen sollten die Sicherheitsaspekte im Auge behalten.
- 28 Dell baut Gateway für IoT**
Mit dem „Edge Gateway 5000“ hat der Computerbauer eine Lösung für die Automation in Gebäuden und der Industrie konzipiert.
- 30 Duell mit klarem Ausgang**
Microsofts Surface Book hängt im Test Apples Macbook Pro ab.



Die IT-Gehälter steigen kräftig

2015 ging es im Durchschnitt um 6,2 Prozent nach oben, wie unsere aktuelle Gehaltsstudie zeigt.



Praxis

32 Cloud- und Big-Data-Giganten

In den COMPUTERWOCHE-Wettbewerben DATA+ und Best in Cloud haben sich Produkte und Projekte gemessen. Lesen Sie, wer die Jurys am meisten überzeugt hat.

34 IT im Handel: Es geht voran

Wer Produkte verkaufen oder Marken etablieren will, ringt um die Aufmerksamkeit der Kunden. Um sie zu gewinnen, zu binden und immer wieder zu begeistern, setzen Händler auf IT und Datenanalysen.



Job & Karriere

42 Hierarchien haben ausgedient

Die Rolle des Managers ändert sich in der digitalen Welt. Anstatt durchzuregieren, muss er viel kommunizieren und moderieren. Er stellt sich in den Dienst des Projekterfolgs. Machtinsignien sind weniger wert. Sie werden oft nicht einmal mehr wahrgenommen.

44 Freiberuflermarkt: Es zählt der Preis

Eigentlich haben die Vermittler von Freiberuflern keinen Grund zur Klage – wenn da nicht die zunehmend kritischen und selbstbewussten Freelancer wären und die Einkäufer in den Konzernen, die nicht auf Qualität achten, sondern nur auf die Kosten.

47 Stellenmarkt

49 Impressum

50 IT in Zahlen

Sparc M7 – Prozessor meets Software

Im neuen M7-Chip haben die Entwickler spezielle Softwarefunktionen direkt in die Hardware der CPU eingebaut. Damit sollen sich die Sicherheit – „Security in Silicon“ – und die Leistungsfähigkeit – „SQL in Silicon“ – des Prozessors verbessern. Security in Silicon besteht aus zwei Erweiterungen des Systemdesigns: „Silicon Secured Memory“ erlaubt es den Anwendern, den Datenzugriff im Hauptspeicher in Echtzeit zu kontrollieren und zu steuern. Anwendungen bekommen speziell abgesicherte Memory-Portionen zugeteilt. Gerade im Umfeld von In-Memory-Datenbanken soll das Feature für mehr Sicherheit sorgen. Oracle zufolge verhindert die im Chip integrierte Schutzsoftware das Eindringen von böartigem Schadcode. Mit „Hardware-Assisted Encryption“ verfügt der M7 über eine Beschleunigungstechnik, mit deren Hilfe sich verschlüsselte Daten in Echtzeit entschlüsseln lassen. Damit könnten Anwenderunternehmen bei-



spielsweise für Analytics-Applikationen selbst komplex verschlüsselte Daten verwenden, ohne Leistungseinbußen befürchten zu müssen. Für mehr Leistung soll auch die Funktion SQL in Silicon sorgen. Sämtliche Rechenkern in den M7-Prozessoren werden durch spezielle Koprozessoren unterstützt, die bestimmte Aufgaben übernehmen. Dazu gehören beispielsweise das Dekomprimieren von Daten, Filter- und Scan-Funktionen sowie die Unterstützung bei Datenbankabfragen.

Der M7 arbeitet mit 32 Rechenkernen. Zum Vergleich: Der Vorgänger M6 hatte zwölf Cores. Die Taktrate des neuen Chips wurde gemessen an der vorherigen Sparc-Generation um 15 Prozent auf 4,1 Gigahertz erhöht. Auch der im Chip integrierte Cache-Speicher und die Bandbreite in der Adressierung des Hauptspeichers wurden weiter ausgebaut. Platz finden sollen die Prozessoren in neuen Servern der „M7-“ und „T7-Reihe“ sowie dem „SuperCluster M7 Engineered System“. Damit vereinheitlicht Oracle die CPU-Bestückung über die verschiedenen Server-Linien hinweg.

OpenWorld 2015: Oracle entdeckt die IT-Sicherheit

„Wir brauchen eine komplett neue Generation an Sicherheitslösungen“, sagte Oracle-Gründer Lawrence Ellison. Auch im eigenen Produktportfolio sollen Security-Funktionen tief verankert werden, versprach der Manager.



Von Martin Bayer,
stellvertretender
Chefredakteur

Oracle-Gründer Larry Ellison hat neben der Cloud ein zweites Lieblingsthema gefunden: IT-Sicherheit. Auf der Kundenkonferenz OpenWorld Ende Oktober in San Francisco kündigte der mittlerweile als Executive Chairman und Chief Technology Officer (CTO) agierende Branchenstar an, dass Sicherheit ein zentraler Bestandteil in der Entwicklungs- und Produktstrategie des Datenbankspezialisten werden soll. „Wir brauchen eine viel bessere Sicherheit“, postulierte Ellison. Es bedürfe einer neuen Generation an Security-Lösungen, „da wir nicht viele der Cyber-Schlachten gewinnen“, wenn auch der „Krieg“ noch nicht verloren sei. Ellison verwies auf die jünger-

ten Cyber-Attacken, in deren Folge Hacker Millionen von persönlichen Daten von Unternehmenskunden und Behördenmitarbeitern erbeutet hatten.

Um solche Übergriffe zu verhindern, will Oracle Sicherheits-Features tief in den Systemen verankern, schon in der Hardware. Das gilt beispielsweise für die jüngste Generation der Sparc-Prozessoren (siehe oben: „Sparc M7 – Prozessor meets Software“). Die Botschaft, die Oracle sandte, ist allerdings heikel. Viele Anwender, in deren Datenbanken hochsensiblen und geschäftskritische Informationen lagern, dürften sich nun fragen, ob die eingesetzten Softwareprodukte überhaupt sicher genug sind. Offenbar nicht, wie Ellison einräumen muss. Sicherheit sei zwar schon immer ein Ziel gewesen, „wir bieten mehr Security-Features und haben mehr für die Sicherheit getan als viele andere Anbieter“, warb der Oracle Gründer. „Aber bei all den Dingen, die wir schon getan haben – es ist noch nicht genug.“



Auf ihrer Konferenz Insight 2015 in Las Vegas erläuterte die IBM vor Tausenden Kunden ihre neue Cognitive-Computing-Strategie.

IBM verwettet seine Zukunft auf Cognitive Computing

IBM muss sich etwas einfallen lassen, um den seit 14 Quartalen anhaltenden Abwärtstrend im Geschäft aufzuhalten. CEO Virginia Rometty setzt nun alles auf eine Karte: Cognitive Computing mit Watson-Technik im Zentrum.

Von Harald Weiss,
Fachjournalist in New York

► **Mehr zum Thema Watson und Analytics von IBM lesen Sie auf der Website der COMPUTERWOCHE unter:**
www.cowo.de/a/3217241
www.cowo.de/a/3218080

Es ist noch gar nicht so lange her, da diskutierte man auf IBM-Veranstaltungen über Converged Infrastructure, Softwareentwicklung oder Rechenzentrums-Management-Tools. Diese Zeiten sind vorbei. Jetzt dreht sich bei Big Blue alles nur noch um Big Data und Analytics, künstliche Intelligenz, Deep Learning und Cloud Computing.

„Wir haben im Wert von rund acht Milliarden Dollar Bestandteile unseres Business verkauft, um uns ganz auf neue Geschäftsfelder umzustellen“, sagte IBM-Chefin Virginia Rometty auf der Kundenkonferenz Insight Ende Oktober in Las Vegas. Doch dort weht IBM ein scharfer Wettbewerbswind ins Gesicht. Gerade im Bereich Analytics ist es schwierig, sich gegenüber der Konkurrenz zu behaupten. Viele Hersteller

– etablierte wie Newcomer – arbeiten an neuen Techniken und versuchen, sich damit in diesem Geschäftsfeld in Stellung zu bringen.

IBM teilte auf der Insight mit, dass man inzwischen über 15 Analytics-Produkte mit Hilfe der Open-Source-Technik Spark in Richtung Real-time getrimmt habe. „IBM wird Spark zur Basis seiner gesamten Analytics-Plattform machen“, sagte Bob Picciano, IBMs Vice President für den Bereich Analytics, in seiner Keynote. Real-time Analytics steht jedoch derzeit auch bei anderen großen Anbietern im Mittelpunkt des Interesses. Microsoft hat hierzu im April das Startup Revolution Analytics aufgekauft, und Michael Dell stellte jüngst auf der Dell World in Austin die Appliance „Edge Gateway 5000“ vor (siehe Seite 28), die im Umfeld von Internet-of-Things-(IoT-)Netzen Auswertungen in Echtzeit vornimmt.

Cognitive Computing macht den Unterschied

Im IBM-Management hofft man, sich mit komplexeren Analysen vom Wettbewerb abheben zu können. „Cognitive Computing macht in Zukunft den Unterschied aus“, lautet Romettys