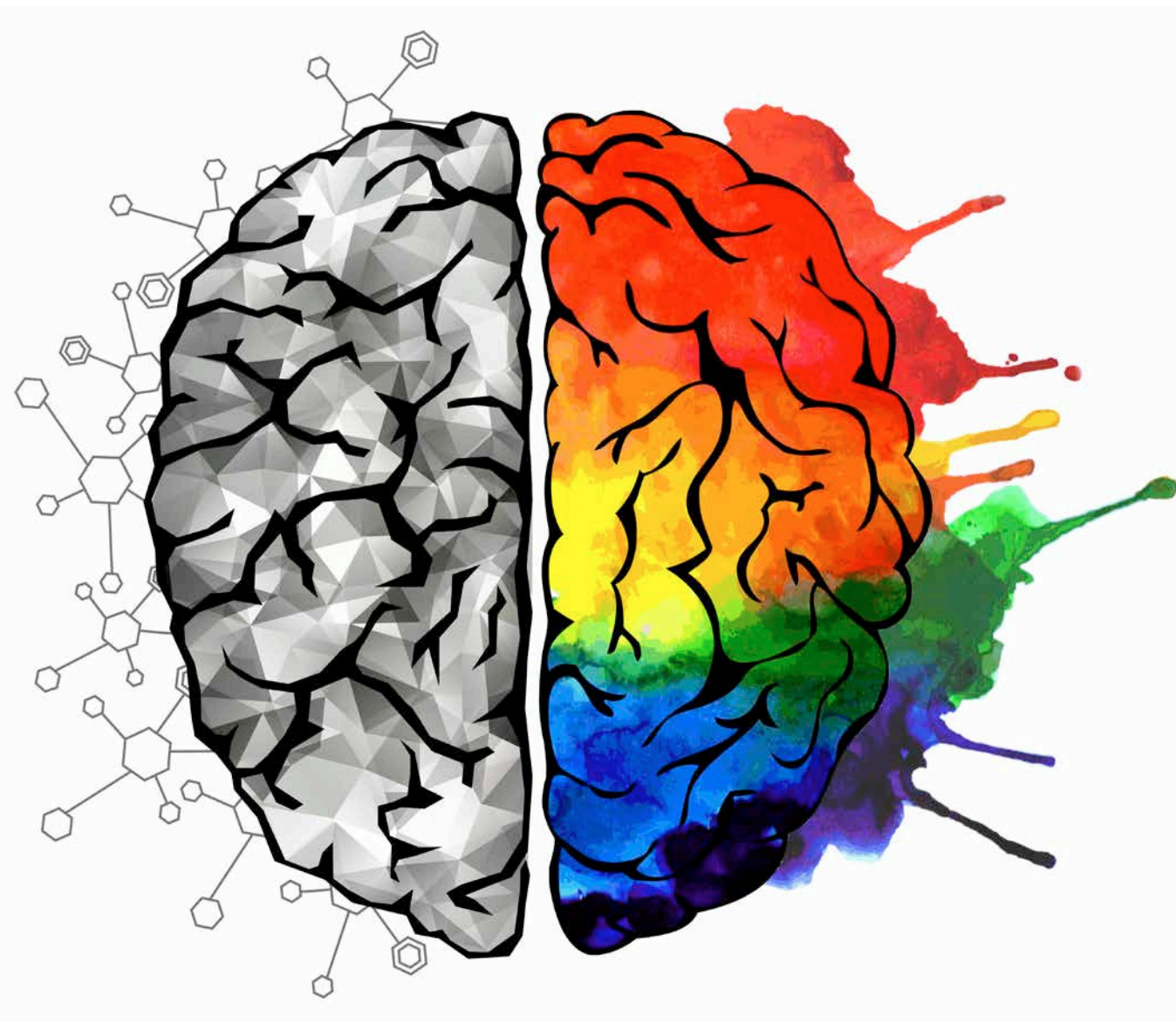


COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2016 – 40-41 10. Oktober 2016 Nur im Abonnement erhältlich

VON IDG



So digitalisieren die Autobauer

Volkswagen, BMW und Daimler haben ihre digitalen Konzepte vorgestellt.

Seite 8

IBM und SAP im IoT-Fieber

Beide IT-Konzerne investieren viel Geld, um den Internet-of-Things-Markt zu erobern.

Seite 14 und 16

KI: Google führt den Assistent ein

Intelligente Sprachschnittstelle für Geräte aller Art öffnet neue Umsatzquellen.

Seite 26

Design Thinking

Wie CIOs als Innovatoren das Business voranbringen.

Seite 28

OpenStack – Spielverderber für Microsoft, Oracle & Co.

So emsig wie in diesen Tagen haben die großen IT-Konzerne wohl noch nie um ihre Kunden geworben. Kein Wunder: Es geht darum, die Anwender an die eigene Public Cloud zu fesseln.

Satya Nadella war in Berlin. Seine Botschaft: Microsoft hat Milliarden in die europäische RZ-Infrastruktur investiert und ist bereit, die Kunden in den warmen Schoß der sicheren Public Cloud aufzunehmen (Seite 6). Und weil man um die „German Angst“ weiß, wurde flugs ein Abkommen mit der Telekom geschlossen. Die Datentreuhänderschaft soll die letzten Zweifler überzeugen.

Wenige Tage zuvor hat Oracle-Gründer Larry Ellison die Cloud-Ansprüche seines Unternehmens auf der OpenWorld deutlich gemacht (Seite 10). Seine Botschaft: In Sachen SaaS, PaaS und nun auch IaaS ist der zweitgrößte Software-Player der Konkurrenz weit enteilt. Übrigens auch dem Marktführer Amazon Web Services, dessen „Technologien in allen relevanten Bereichen um zehn Jahre zurückliegen“.

Nicht ganz so lautstark, aber in der Sache ähnlich überzeugt äußerten sich Anbieter wie IBM, Salesforce, SAP und andere. Warum das Getöse, das plötzlich über den Markt hereinbricht? Der Druck der digitalen Transformation hat dazu geführt, dass immer mehr Unternehmen bereit sind, Hybrid-Cloud-Szenarien auszuprobieren oder erste Workloads in die Public Cloud zu verlagern. Die Cloud wird als „Enabling Technology“ anerkannt: Vorteile in Bereichen wie Geschwindigkeit, Collaboration oder Kosten haben Begehrlichkeiten geweckt – vor allem in den Fachabteilungen, die Druck auf ihre IT-Shops ausüben.

Trotzdem kommt der Zug so schnell wohl nicht ins Rollen. Deutschland ist Open-Source-Land, die Kunden bevorzugen traditionell offene Plattformen (Seite 24). Das Interesse an OpenStack wächst unaufhaltsam, viele Betriebe bauen sich ihre eigene Cloud-Infrastruktur auf. Sie schauen sehr genau hin, wo sie sich von wem abhängig machen.

Herzlich,
Ihr



Heinrich Vaske, Editorial Director



Heinrich Vaske,
Editorial Director



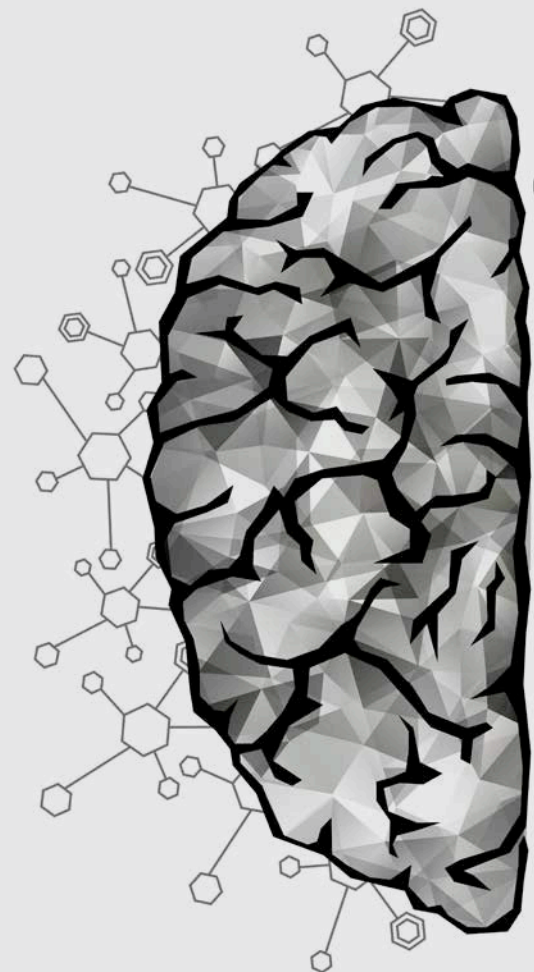
T-Systems-Chef Reinhard Clemens im Interview

Die Telekom hat die Themen Technik, IT und Innovationen in einem neuen Ressort gebündelt. Wir haben nachgefragt. w.idg.de/2cSeeCe

▶▶ 28

Design Thinking – eine Methode macht Karriere

Die Digitalisierung kann für Unternehmen eine Chance oder eine Bedrohung sein – je nachdem, ob es gelingt, den internen Umbau voranzutreiben und marktfähige digitale Produkte und Services aus der Taufe zu heben. Aus dem Blickwinkel der IT-Entwicklung kann die Methode Design Thinking dabei helfen. Mit ihr lassen sich Produkte schnell und flexibel entlang der Kundenwünsche kreieren und entwickeln. Doch dazu müssen Unternehmen erst einmal bereit sein.



Markt

- 6 Microsoft nähert sich Adobe an**
Auf der Entwicklerkonferenz Ignite hat Microsoft-CEO Satya Nadella angekündigt, verschiedene Adobe-Produkte aus der Azure-Cloud anzubieten. Wenig später rührte er auch in Berlin die Werbetrommel für die Microsoft-Cloud.
- 8 Germanys „Digital Car Companies“**
Auf der IAA Nutzfahrzeuge haben Volkswagen, BMW und Daimler ihre digitalen Visionen präsentiert.
- 10 AWS ist Ellisons neuer Lieblingsfeind**
Oracle-Gründer Larry Ellison ließ auf der OpenWorld kein gutes Haar am Cloud-Datenbank-Angebot von Amazon Web Services. Langsam, veraltet und proprietär, schimpfte der CTO.



Technik

- 16 SAP auf IoT-Kurs**
SAP steckt zwei Milliarden Euro in den Ausbau seiner IoT-Plattform. Executive Vice President Tanja Rückert (Foto) hat den Auftrag, das Geschäftssegment weiter auszubauen.
- 18 Splunk nutzt Machine Learning**
Ab sofort nutzen alle Splunk-Produkte maschinelles Lernen, hieß es auf der User-Konferenz.
- 22 Teradata will näher ans Business**
Der Data-Warehouse-Spezialist stellt den geschäftlichen Nutzen der Datenanalyse stärker in den Fokus. Teradata möchte dafür die Budgetverantwortlichen in den Fachabteilungen ansprechen, also zum Beispiel Marketing- und Finanzchefs.



Praxis

34 DSAG mahnt zu Pragmatismus

Der Vorsitzende des SAP-Anwendervereins, Marco Lenck (Foto), sieht den Spagat zwischen gewachsenen, heterogenen und zunehmend komplexeren Systemlandschaften sowie der für die Digitalisierung notwendigen Agilität und Flexibilität als große Herausforderung.

36 Erst nachdenken, dann digitalisieren

Viele Firmen nehmen sich in der Hektik des betrieblichen Alltags nicht ausreichend Zeit, um die Weichen für den Weg in die digitale Zukunft zu stellen. Doch wer hier keine echte Strategie entwickelt, handelt sich schwerste Probleme ein.



Job & Karriere

38 Standardisiertes Lernen

Firmen setzen aus wirtschaftlichen Gründen auf standardisierte Inhalte, die auch mobil abrufbar sind. Konzerne lagern die Bildung oft komplett an Dritte aus.

40 Starke Persönlichkeiten gefragt

Worauf eine Investment-Gesellschaft achtet, ehe sie sich bei einem Startup engagiert, erklärt Sven Oleownik (Foto) im CW-Gespräch.

42 Herausforderungen für Personaler

In einem Bus machten sich Personaler auf den Weg, um in Unternehmen aus München und Umgebung Antworten auf Fragen rund um das Thema Digitalisierung zu finden.

47 Stellenmarkt

49 Impressum

50 IT in Zahlen

Satya Nadella in Deutschland

Microsoft-CEO Satya Nadella (Foto) hat vergangene Woche bei einem Deutschland-Besuch in Berlin erklärt, sein Unternehmen habe im vergangenen Jahr mehr als drei Milliarden Dollar in europäische Rechenzentren gesteckt. Man wolle zukunftsweisende Public-Cloud-Lösungen anbieten und dabei die strengen Anforderungen an Datensouveränität und Compliance in Deutschland und Europa genauestens beachten.

Nadella wies in diesem Zusammenhang auf die Partnerschaft mit T-Systems als Datentreuhänder hin. Dort können Kunden seit dem 21. September Microsoft-Dienste aus einem deutschen Rechenzentrum beziehen, auf das US-Behörden nach Angaben der Partner unter keinen Umständen Zugriff haben. Timotheus Höttges, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom AG, sagte: „Die neuen Wahlmöglichkeiten der Microsoft Cloud Deutschland mit der Telekom als Datentreuhänder befähigen Geschäftskunden aller Größen und Branchen, ihre digitalen Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln und damit zu wachsen“.



Microsoft gewinnt Adobe für Azure und zeigt innovative Server-Technik

Auf seiner Kundenkonferenz Ignite präsentierte Microsoft mit Adobe einen prominenten Kunden für die Azure-Cloud. Außerdem konnten die Teilnehmer eine neue Server-Technik bestaunen.



Von Wolfgang Herrmann,
Deputy Editorial Director

Zur Ignite-Konferenz in Orlando kündigte Microsoft-CEO Satya Nadella eine weitreichende Partnerschaft mit Adobe an. Demnach wird der Softwarehersteller drei seiner wichtigsten SaaS-Anwendungen über Microsofts Azure-Cloud anbieten. Für „Adobe Marketing Cloud“, „Adobe Creative Cloud“ und „Adobe Document Cloud“ soll Azure IaaS künftig die bevorzugte Plattform sein.

Im Gegenzug will Microsoft Adobes Marketing-Cloud als „bevorzugten Marketing-Service“ für seine Suite „Dynamics 365“ nutzen. Im Rah-

men des Abkommens wollen die Unternehmen unter anderem im Bereich Datenintegration zusammenarbeiten. Damit werde sichergestellt, dass Kunden besonders einfach mit Dynamics-365-Anwendungen in Verbindung mit der Adobe Marketing Cloud arbeiten können.

Mit dem Abkommen kann Microsoft im Wettbewerb mit dem Cloud-Rivalen Amazon Web Services (AWS) punkten. Allerdings dürfte die Freude in Redmond nicht ganz ungetrübt sein. Wie ein Adobe-Sprecher bestätigte, wird der

Connected Car – es geht um die Plattform

Die großen Automobilhersteller wollen digitale Kundenerlebnisse rund um ihre Fahrzeuge ermöglichen. Im Mittelpunkt steht dabei die Plattform, auf der die Hersteller selbst, aber auch Partner Lösungen entwickeln sollen. Letztendlich brauchen BMW, Daimler, Volkswagen und Co. funktionierende Ökosysteme für ihre Digitalisierungsstrategien.



Wie BMW, Daimler und VW zu digitalen Champions werden wollen

Deutschen Automobilkonzernen fällt es nicht leicht, sich zu „Digital Car Companies“ umzubauen. Dennoch ziehen die Verantwortlichen für die digitale Transformation alle Register.



Von Wolfgang Herrmann,
Deputy Editorial Director

Der Abgasskandal ist für Volkswagen noch längst nicht ausgestanden. Doch hinter den Kulissen arbeitet der Konzern bereits an ganz anderen Baustellen. In den vergangenen zwölf Monaten stellten die Wolfsburger viele Weichen Richtung Digitalisierung. An drei Standorten sollen sogenannte Future Center an Digitalisierungsthemen arbeiten; eine Kooperation mit dem amerikanisch-israelischen Uber-Konkurrenten Gett soll helfen, aus VW einen Mobilitätskonzern zu machen. Erste Veränderungen gibt es auch bei den IT-Budgets. Etwa 200 Millionen Euro schichtet das Management aus den Etats für die klassischen IT-Abteilungen in die Entwicklung neuer digitaler Technologien um. Seit November 2015 hat Volkswagen mit Johann Jungwirth auch einen Chief Digital Officer (CDO).

Auf dem carIT-Kongress im Rahmen der Messe IAA Nutzfahrzeuge in Hannover erklärte Jungwirth, ein ehemaliger Apple-Manager, wie er sich die digitale Zukunft der Branche vorstellt. Die wichtigsten Treiber der Digitalisierung in der Automotive-Branche sind für Jungwirth Connectivity und Autonomie. Hinter letzterem

Begriff verbirgt sich das große Thema autonomes Fahren. Der CDO ist sich sicher: Das „Self Driving System“ (SDS), das autonome Fahrzeug künftig nutzen, werde „das nächste große Ding, die nächste große Kernerfindung“. 90 Prozent der Verkehrsunfälle ließen sich damit künftig verhindern. Im Rennen um das SDS und neue digitale Services sieht der Manager die Volkswagen-Gruppe gut aufgestellt und verweist auf die breite Produktpalette, die alle wichtigen Automobilsegmente abdecke. Er sehe Volkswagen künftig nicht mehr als Autobauer, sondern als ein „integriertes Hardware-, Software- und Services-Unternehmen“.

Kritiker wie der Wirtschaftsjournalist und Automobilexperte Mark C. Schneider sind allerdings skeptisch, wie ernst es der Konzernführung mit der Digitalisierung ist. In seinem Buch „Volkswagen – Eine deutsche Geschichte“, schreibt er über Jungwirth: „Mit seinen Visionen einer schönen neuen Mobilitätswelt, in der alle Menschen unfallfrei autonom unterwegs sind (...), überfordert er die Beweglichkeit des Unternehmens, dessen Kernmannschaft eben noch in Spaltmaßen dachte.“

BMW mit eigener „Internet-Firma“

Bei BMW hat Vorstand Peter Schwarzenbauer im Juni das neue Geschäftsfeld „Digitale Services und Geschäftsmodelle“ angekündigt. Ein Team mit mehr als 150 Mitarbeitern soll sich künftig parallel zur Fahrzeugentwicklung ausschließlich um die Entwicklung und den Betrieb