

COMPUTERWOCHE

NACHRICHTEN ♦ ANALYSEN ♦ TRENDS



SUPERCOMPUTER

Petaflops-Dimensionen

Mit dem „Roadrunner“ hat Big Blue einen Supercomputer präsentiert, der eine Spitzenleistung von 1,3 Petaflops bringt. **SEITE 9**

GEBRAUCHTLIZENZEN

BSA verunsichert User

Die Industrievereinigung Business Software Alliance warnt vor dem Einsatz von Gebrauchtssoftware - zum Ärger der Händler. **SEITE 10**

WIRELESS LAN

802.11n und die Tücken

Theoretisch versprechen 802.11n-WLAN-Produkte Datenübertragungsraten von 300 Mbit/s. Die Praxis sieht oft anders aus. **SEITE 12**

Duell: Was ein CIO dem SAP-Chef zu sagen hat

Auf Einladung der COMPUTERWOCHE lieferten sich Rainer Janßen, CIO der Münchener Rück, und SAP-Chef Henning Kagermann ein launiges Streitgespräch.

Wissen die Softwareanbieter eigentlich, was sie den CIOs mit ihren Werbebotschaften antun? Münchener-Rück-CIO und SAP-Kunde Janßen bezweifelt das. In einem von der COMPUTERWOCHE arrangierten Zwiegespräch mit SAP-Vorstand Kagermann klagte er: „Der Marketing-Kommunikation zufolge ist in der IT alles ganz einfach, und wenn es dann doch ein bisschen komplizierter ist, glauben Geschäftsführung und Endanwender, der CIO sei bloß zu dumm dazu.“ Auf diese Weise sei auch das Thema SOA vor der Zeit verschlissen worden: „Die Idee wurde zu früh gehypt - schon als sie noch nicht mehr als eine Marketecture war. Und heute ist das Thema beinahe schon veraltet.“

Kagermann konnte das nicht von der Hand weisen, gab aber zu bedenken, dass die IT immer noch eine junge, wettbewerbsin-

tensive und vor allem „stark aus dem Silicon Valley getriebene“ Industrie sei: „Da wird dann oft einiges überspitzt dargestellt. Und das ist nicht gut. Wir sind vergleichsweise zurückhaltend, aber wir können uns da nicht ganz von den ande-

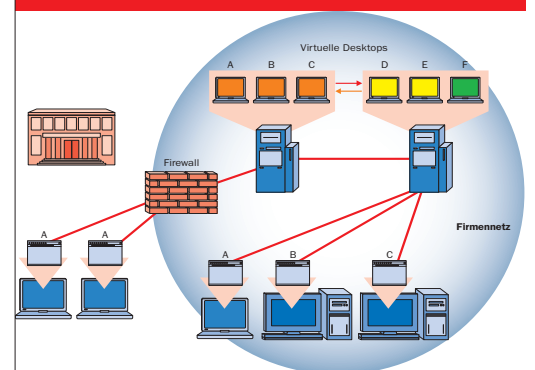


Die Softwareindustrie blendet die Vorstände - und IT-Manager müssen es ausbaden, meint Rainer Janßen (links) im Gespräch mit dem SAP-Vorstandsvorsitzenden Henning Kagermann.

ren absetzen.“ Auch die ständigen Fusionen und Akquisitionen im Softwaremarkt sind laut Janßen ein Unsicherheitsfaktor für die Anwender. Er äußerte die Befürchtung, dass er auf diese Weise Produkte, gegen die er sich seinerzeit entschieden habe, „durch die Hintertür“ doch noch einführen müsse. Konkret sprach er die jüngsten Firmenübernahmen der SAP auf dem Business-Intelligence-Sektor an.

Kagermann versuchte, Janßens Bedenken zu zerstreuen: „Wir werden Produkte, die wir hoch integriert haben, nicht vom Markt nehmen.“ Er wisse, wie viel Arbeit für den Anwender mit einem Softwarewechsel verbunden sei. Allerdings schickte er gleich hinterher: „Natürlich werden wir versuchen, nach vier oder fünf Jahren auf ein gemeinsames Produkt zu kommen.“ Was die beiden Topmanager sich sonst noch zu sagen hatten, lesen Sie ab Seite 6. (qua)

DIESE WOCHE



Desktop-Virtualisierung

Virtuelle Desktops, die vom Rechenzentrum aus internen und externen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt werden, sind aus Administrationsicht ein verlockendes Szenario. Doch es gibt Nachteile. **CW-Schwerpunkt SEITE 18**

Identity-Management

Die Kopplung verschiedener IT-Systeme in einer SOA verlangt ein durchgängiges Konzept für den Umgang mit Identitäten und Sicherheitsverfahren. **Produkte & Technologien Praxis SEITE 16**

SOA in der Praxis

Anlässlich der SOA-Days stellte eine Reihe großer Anwender konkrete Lösungsansätze vor. **IT-Strategien SEITE 22**

Business Process Outsourcing

Geschäftsprozesse werden eher an Spezialanbieter als an IT-Dienstleister ausgelagert. **IT-Services SEITE 24**

So bewerben sich alte Hasen

Wer sich aus der beruflichen Praxis heraus auf einen neuen Job bewirbt, sollte sich vorher über das Procedere erkundigen. **Job & Karriere SEITE 26**

Olympia gefährdet die TK-Versorgung in China

Für die Zeit der Olympischen Spiele sollten sich Unternehmen in China auf Probleme einstellen.

Für China stellen die Olympischen Spiele eine besondere Gelegenheit dar: Selten erhält ein Land eine solche Chance, sich in der Weltöffentlichkeit als moderner

Wirtschaftsstandort zu präsentieren. Doch hinter den Kulissen brodelt es zum Teil mächtig. So leidet im Vorfeld der Spiele die Kommunikationsinfrastruktur unter Engpässen.

Selbst Unternehmenskunden können, wie Richard Moss, General Manager bei British Telecom, bestätigt, fünf Monate lang nicht mit Neuanschlüssen oder Netzveränderungen rech-

nen. Die beiden Carrier China Telecom und China Netcom - sie spielen dort eine marktbeherrschende Rolle wie die Telekom in Deutschland - wollen ab Ende Mai für diese Zeit eine frozen period ausrufen. Auch andere Quellen gehen davon aus, dass die beiden Carrier dann vor allem damit beschäftigt sein werden, ge-

nügend Netzkapazitäten für die Übertragungen von den Wettkampfstätten bereitzustellen. Allerdings werden wahrscheinlich nicht nur Aufträge liegen bleiben. Unternehmen sollten sich auch

darauf einstellen, dass im Fehlerfall eine Entstörung länger dauert als üblich. Wenn sich in dem Riesenreich die Techniker auf die Olympia-Standorte konzentrieren, um dort einen reibungslosen Netzbetrieb zu gewährleisten, dürften die Fachkräfte in den Provinzen vor Ort fehlen.

Vor diesem Hintergrund sollten Unternehmen, so BT-Mann Moss, die Olympischen Spiele als Risiko betrachten. Auf der Suche nach Notfallplänen stehen professionelle Anwender vor einem Problem.

Fortsetzung auf Seite 4



SOA-Anwender vernetzen sich 11



Das SOA Innovation Lab ist ein von Herstellern und Beratern unabhängiges Netzwerk aus CIOs und Enterprise Architects. Johannes Helbig von der Deutschen Post hat die Plattform zum Erfahrungsaustausch ins Leben gerufen.

NACHRICHTEN UND ANALYSEN

Salesforce und Google kooperieren 5
Kunden des CRM-on-Demand-Anbieters sollen künftig auch die Google Apps nutzen können.

SAP reichert Portalsoftware an 8
Geplant sind Collaboration-Funktionen für das „Netweaver Portal“, die auf „Clearspace“ des Wiki-Entwicklers Jive Software basieren.

PRODUKTE & TECHNOLOGIEN

Turbo-WLAN – worauf zu achten ist 12
Viele Geräte unterstützen bereits 802.11n, obwohl diese Norm noch nicht endgültig verabschiedet ist. Hier einige Aspekte, die man bei der Produktauswahl berücksichtigen sollte.

IBM beherrscht Event Processing 14
Die Websphere-Plattform soll künftig auch komplexe Ereignismuster einer Service-orientierten Architektur erkennen und darauf reagieren können.

PRODUKTE & TECHNOLOGIEN

PRAXIS

SOA braucht Identity-Management 16
In einer Service-orientierten Architektur sind durchgängige Sicherheitskonzepte ein Muss.

Vista-Tipps 17
Wenn das neue Betriebssystem und XP auf einem Rechner laufen sollen.

SCHWERPUNKT: DESKTOP-VIRTUALISIERUNG

Desktop-Computing vor dem Umbruch 18
Virtuelle Desktops sind das neueste Verkaufsargument vieler Anbieter. Anwender sollten sich trotzdem vorher genau informieren, denn oft bieten solche Infrastrukturen kaum Vorteile.

Thin Clients sind ein guter Beginn 20
Thin Clients waren immer ein Thema. Erst jetzt aber lassen sich die Stärken der schlanken Rechner voll ausnutzen.

IT-STRATEGIEN

Beispiele aus der SOA-Praxis 22
Auf den diesjährigen „SOA Days“ im Bonner Post-Tower sprachen CIOs und Chefarchitekten zahlreicher Unternehmen über ihre SOA- und EAM-Lösungen sowie über Best Practices für den Weg dorthin.



IT-SERVICES

BPO: Anwender wollen Spezialisten 24
Unternehmenslenker lagern ihre Geschäftsprozesse vornehmlich an spezialisierte Anbieter aus. Allenfalls den Betrieb transaktionsbasierender Abläufe übergeben sie IT-Dienstleistern, weil diese über die notwendige System- und Integrationskompetenz verfügen.

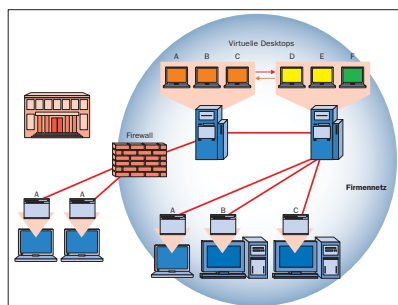
JOB & KARRIERE

Wie sich IT-Profis richtig bewerben 26
Der IT-Arbeitsmarkt eröffnet Perspektiven – auch für Kandidaten mit Berufserfahrung. Um Erfolg zu haben, müssen diese oft wieder lernen, sich gut zu präsentieren.

Linux-Community im Wandel 28
Das Bild vom Linux-Hobbyprogrammierer hat endgültig ausgedient. Die führenden Entwickler für den Linux-Kernel arbeiten inzwischen zum großen Teil in Unternehmen.

STANDARDS

Impressum 28
Stellenmarkt 29



COMPUTERWOCHE.de

Die Highlights der Woche

ERP-Matchmaker

Den Maßanzug für das Enterprise Resource Planning Ihres Unternehmens finden Sie mit dem ERP-Matchmaker der COMPUTERWOCHE. Bedarf bestimmen, matchen, fertig. Sehen Sie selbst.



www.erp-matchmaker.de

BPM Best Practices

BPM-Projekte brauchen einen flexibleren Planungsansatz als andere Projekte, da sich Geschäftsprozesse über den Lebenszyklus hinweg häufig ändern können. Die zugrunde liegenden Technologien sollten diese Flexibilität zulassen. Best Practices in der Planungsphase helfen, bereits gemachte Erfahrungen nutzbringend anzuwenden.

www.computerwoche.de/soa-expertenrat

Web-2.0-Business-Software enttäuscht Anwender

Softwareanbieter versprechen seit langem, Web-2.0-Versionen ihrer Produkte zu liefern. Weil Ajax und Javascript die Ansprüche an Enterprise-Lösungen nicht erfüllen, macht sich unter Anwendern Enttäuschung breit. Stefan Ried von Forrester Research erklärt, warum.



www.computerwoche.de/analysen

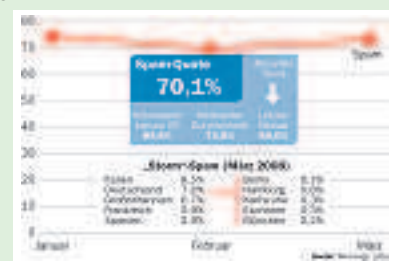
Geschäftsdaten besser auswerten

Mit Data Mining und Business Intelligence gehen Unternehmen ihrem Business auf den Grund, analysieren Informationen und spüren versteckte Potenziale auf. Das Executive Briefing der COMPUTERWOCHE verrät die besten Strategien und Tools.

www.computerwoche.de/executive-briefings

Die größten Gefahren

Altbekannte Schädlinge feiern ihr Comeback, während Spam-Versender und Phisher nach einer Ruhephase offenbar neue Energie getankt haben. Spitzenreiter im aktuellen COMPUTERWOCHE-Schädlings-Ranking ist der bereits bekannte Wurm „NetSky.q“.



www.computerwoche.de/cwriskboard

COMPUTERWOCHE

11. Juni 2008, Köln · 17. Juni 2008, Frankfurt · 18. Juni 2008, München

POWERSEMINAR

Exklusivpartner: **sd&m**
A Company of **Capgemini**

SAP Enterprise SOA: Der Aufbruch der SAP in eine neue Welt

Industrialisierung der IT · Individualisierung der Prozesse · Enterprise Architecture Management · Praxisbeispiele
Flexibler und agiler: Wie Unternehmen mit SAP Enterprise SOA individuelle Anforderungen kostengünstig umsetzen und dennoch die Vorteile von Standardsoftware nutzen können, zeigen die SAP-Experten Dr. Christoph Windheuser, Geschäftsbereichsleiter sd&m AG, und Thomas Heimann, Projektmanager sd&m AG.

Jetzt anmelden: www.computerwoche.de/powerseminar-soa08; Telefon-Hotline: 089-360 86 879

MENSCHEN

Was macht eigentlich ... Alex Röder?



Nach seinem Weggang von O₂, Germany verstärkt Alex Röder die Unternehmensberatung Scientific Consulting Partners (Scopar) als Consultant. Der frühere CIO/CTO des Münchner Mobilfunkanbieters lässt dabei seine Erfahrungen aus Bereichen wie Konsolidierung, Kostenoptimierung, In-/Outsourcing, Risiko-Management und Security in die Projekte einfließen. Röder übt diese Nebentätigkeit zusätzlich zu seinen Aktivitäten als Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der Arit Management GmbH aus, die ähnliche Beratungsschwerpunkte betreut.

Marketing-Chef verlässt T-Systems

Nach zwei Jahren im Amt nimmt der Chief Marketing & Communication Officer von T-Systems, Udo Freialdenhofen, seinen Hut. Als Grund für die Trennung nannte der ITK-Dienstleister „unterschiedliche Ansichten über die strategische Ausrichtung von Kommunikation und Marketing“. An den Spannungen dürfte auch der seit Ende 2007 amtierende Chef Reinhard Clemens nicht ganz unschuldig sein, der die Zügel bei T-Systems straffen will. Freialdenhofen war 2006 zu der Telekom-Tochter gestoßen. Vor T-Systems war der 48-Jährige als Kommunikationschef bei Toll Collect tätig.

Machtwechsel bei BT

Nach über sechs Jahren Amtszeit legt der gebürtige Niederländer Ben Verwaayen (rechts) Ende Mai den Posten als CEO der BT Group nieder. Die Nachfolge des 56-Jährigen übernimmt der aktuelle Leiter der Vertriebspartie BT Retail, Ian Livingston (links). In seiner sechsjährigen Amtszeit als CEO hatte Verwaayen wichtige Schritte eingeleitet, um den ehemaligen Staatsmonopolisten in ein global agierendes Unternehmen umzuwandeln, das einen Großteil seiner Umsätze mit IT- und Beratungsdiensten erwirtschaftet.



Neuer Webtrends-CEO kommt von Google

Der Anbieter von Web-Analyse- und Online-Marketing-Lösungen Webtrends hat Daniel Stickel zum Firmenchef berufen. An der Spitze von Webtrends soll Stickel den Wandel zum Anbieter von integrierten Enterprise-Marketing-Lösungen vorantreiben. Stickel war zuvor bei Google beschäftigt und dort für so genannte Syndication-Lösungen verantwortlich, bei denen Dritte Inhalte oder Dienstleistungen von Google im Rahmen einer Partnerschaft auf ihrer Website einbinden können. Davor war der Manager unter anderem bei Macrovision und beim Suchmaschinenpionier Altavista tätig. Seine Karriere begann der Harvard-Abgänger bei Bell Labs.

IT-Veteran wird Mr. Henkel

Nachdem er die Höhen und Tiefen einer IT-Karriere kennen gelernt hat, ist Kasper Rosted nun zum neuen Chef des Henkel-Konzerns ernannt worden. Der 46-Jährige war nach ersten Stationen bei DEC und Oracle 1995 bei Compaq gelandet. Nach der Übernahme durch Hewlett-Packard wurde der Däne 2002 dann zum Emea-Chef von HP befördert – und im Sommer 2004 von der damaligen Firmenchefin Carleton Fiorina vor die Tür gesetzt. Nach diesem Karriereknick ging es mit Rosted aber bald wieder bergauf: Im April 2005 fing er als Mitglied der Geschäftsführung bei Henkel an. 2007 stieg er dann zum Stellvertreter des bisherigen Geschäftsführers Ulrich Lehner auf, den er nun ersetzt.



Personalmitteilungen bitte an Menschen@Computerwoche.de

Kolumne

Von wegen Industrialisierung ...

Wenn wir in ein Auto einsteigen, vertrauen wir darauf, dass es sicher ist. Dafür hat normalerweise der Hersteller mit ausgefeilten Maßnahmen zur Qualitätssicherung gesorgt. Ähnliches gilt für den Bau: Architekt, Statiker und Bauleiter sorgen dort gemeinsam für ein fachübergreifendes Qualitäts-Management.

Setzt man voraus, dass in den meisten Unternehmen die IT das zentrale Nervensystem ist, ohne das gar nichts läuft, dann ist es schon verwunderlich, dass die Qualitätssicherung in der Softwareentwicklung nur sehr langsam professioneller wird. Alle reden von Industrialisierung und Qualitäts-Management, doch Umfrageergebnisse belegen, dass bei der Software nicht viel vorangeht. Zuletzt zeigte eine Erhebung von Pierre Audoin Consultants (PAC) vor wenigen Wochen: In gut 50 Prozent der Unternehmen ist neu in Betrieb genommene Software zumindest manchmal fehlerhaft.

„Software-Engineering ist schon eine seltsame Disziplin“, sagt Rainer Janßen, CIO der Münchener Rück (siehe Seite 6). „Obwohl der Begriff schon vor 40 Jahren geprägt wurde, gibt es in unserer Profession bis heute kein echtes Bemühen um Qualitätssicherung.“ Alles nicht so schlimm, werden andere IT-Manager entgegen, Softwareingenieure waren schon immer eigensinnig, und eigentlich hat uns das kaum geschadet. Die IT-Verantwortlichen vergessen dabei, dass sich Unternehmen heute mehr auf ihre IT verlassen als je zuvor. Sie entwerfen Enterprise-Architekturen



Heinrich Vaske
Chefredakteur

und definieren Geschäftsprozesse, die sie in dieser Software abbilden. Immer mehr Firmen organisieren sich in weltweiten Netzwerken und steuern so die übergreifende Zusammenarbeit.

Größere Softwaremängel können die Geschäftsabwicklung ernsthaft behindern oder sogar zu einem temporären Stillstand führen. Die finanziellen Folgen, die aufgrund eines IT-bedingten Produktionsausfalls für ein Unternehmen entstehen können, sind dramatisch. Mindestens ebenso schlimm kann der Imageschaden sein – man

denke etwa an den Londoner Flughafen Heathrow, wo eine fehlerhafte Steuerungssoftware für Chaos an den Gepäckbändern sorgte.

Offiziell sind für Software-Engineers Tests und Qualitäts-Management feste Größen im Entwicklungsprozess. Aber Hand aufs Herz: Mit Sanktionen muss zunächst mal vor allem derjenige rechnen, der zeitliche Vorgaben verpasst oder den Kostenrahmen nicht einhält. Wer aber fehlerhaft oder funktional unzureichend programmiert, hat reelle Chancen, ungeschoren davonzukommen. Das ungeschriebene Gesetz, wonach Software beim Kunden reift, gilt noch immer. Im nächsten Release lassen sich die nötigen Anpassungen schon nachziehen.

Es wird Zeit, dass die Methoden und Verfahren der Softwareentwicklung der Bedeutung gerecht werden, die das Endprodukt schließlich für den Kunden hat. Unternehmen können erwarten, dass sie für ihr Geld – wie in jeder anderen Branche auch – das versprochene Produkt bekommen.

Olympia gefährdet die TK-Versorgung in China

Fortsetzung von Seite 1

Laut Ingo Wupper, Solutions Manager beim virtuellen Netzbetreiber Vanco, fallen etwa Satellitensysteme wegen ihrer großen Latenzzeiten als Backup-Systeme zur Steuerung von Produktivanlagen aus. Und die Mobilfunknetze taugen in China als Notlösung auch nicht, denn anders als in Europa sind UMTS oder das schnellere HSDPA praktisch nicht vorhanden.

Neben der frozen period droht Unternehmen eventuell weiteres Ungemach: Angesichts der weltweiten Proteste gegen das chinesische Regime zensiert China Protestbilder rigoros und kontrolliert das Internet in erschreckendem Ausmaß. Experten werfen deshalb die Frage auf, inwieweit die elektronischen Kommunikationsmittel während der Olympischen Spiele reibungslos funktionieren werden. Bereits im Vorfeld der Spiele ständen Unternehmen – chinesische ebenso wie ausländische Firmen – unter genauer Beobachtung. Mehr als 30 000 chinesische Internet-Polizisten würden das Netz überwachen.

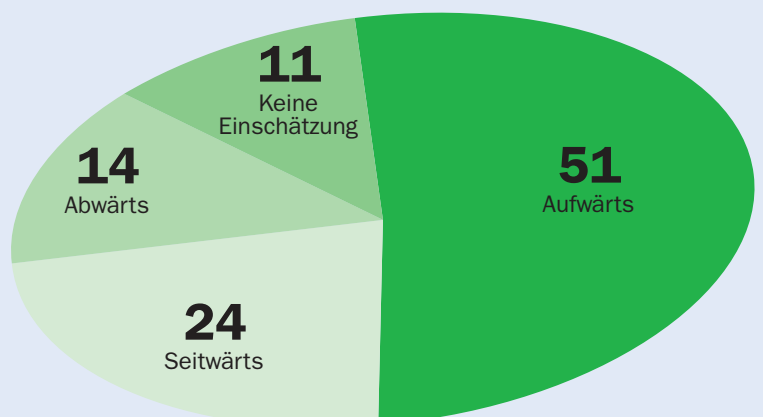
Westliche Firmen mit Produktionsstandorten in Fernost, die mangels Infrastrukturalternativen über das Internet kommunizieren, befürchten deshalb, dass sie unter dem Deckmantel der „nationalen Sicherheit“ mas-

siven Lauschangriffen ausgesetzt sind. Laut BT-Manager Moss unterliegt in China zudem die Übertragung von verschlüsselten Daten via Internet nicht näher bezeichneten Restriktionen, so dass davon ausgegangen werden könne, dass die Regierung auf diese Informationen Zugriff habe. Unisono empfehlen BT und Vanco Unternehmen deshalb Alterna-

tiven wie VPNs. Vanco-Manager Wupper warnt in diesem Kontext jedoch vor einem Trugschluss: „Nicht jedes VPN ist automatisch sicher, hier spielt die Schlüssellänge eine entscheidende Rolle.“ Experten gehen davon aus, dass sich verschlüsselte Daten durchaus knacken lassen, wenn genügend Rechen-Power zur Verfügung steht. (hi)

Frage der Woche

In welche Richtung entwickelt sich SAP unter Léo Apotheker?



Angesichts der Ernennung von Léo Apotheker als Co-Vorstandschef blickt die Mehrheit unserer Online-Leser optimistisch in die SAP-Zukunft.

Quelle: Computerwoche.de; Angaben in Prozent; Basis: 435

Salesforce.com und Google ärgern Microsoft

On-Demand-CRM-Anbieter integriert Online-Office des Suchmaschinenbetreibers.

VON FRANK NIEMANN*

Mit der Kombination aus Office- und CRM-Funktionen („Salesforce for Google Apps“) will Salesforce.com seinen Kunden eine erweiterte Softwareplattform liefern, die sie komplett autark von lokal installierter Software machen soll. Da Programmfunktionen, Kundendaten sowie Dokumente auf Servern im Internet liegen, benötigt der Nutzer lediglich einen Web-Browser.

Nutzer können mit Kunden über das CRM-Frontend per E-Mail kommunizieren, eingehende E-Mails einem Kundendatensatz zuweisen sowie Anschrei-



Die Office-Funktionen von Google sind mit der CRM-Oberfläche von Salesforce.com verwoben.

ben und Angebote über die integrierte Textverarbeitung erstellen. Ferner lassen sich Kontakt- und Kalenderdaten zwischen beiden Systemen abgleichen, um Termine innerhalb von Vertriebsteams sowie mit dem Kunden abzustimmen.

Die Google-Features sind eng in die CRM-Oberfläche eingebunden. Der Nutzer kann beispielsweise eine E-Mail im Google-Postfach über einen Button einem Datensatz im CRM-System zuweisen. In der Ansicht der Kundendaten stehen zusätzliche Funktionen bereit, um mit Googles Office-Werkzeugen Dokumente zu erzeugen. Zudem können Online-Nutzer gemeinsam an Schriftstücken arbeiten.

Die Google Apps bestehen aus Online-Programmfunktionen für Textverarbeitung, Präsentation, Tabellenkalkulation, Kalender, E-Mail und Instant Messaging (Google Talk). Damit umfasst das Angebot zumindest die Grundfunktionen von Microsofts Office-Paket. Als Vorteil der Offerte hebt Salesforce.com auch hervor, dass beide Produkte bereits integriert sind, so dass hier für den Endanwender keine Arbeit anfällt. Zudem spare er sich Programm-Updates, da sowohl Google als auch Salesforce.com ihre Softwareplattform an zentraler Stelle für alle Nutzer pflegen.

Offline-Funktionen fehlen noch

Was noch fehlt, ist eine Offline-Variante, die es dem Nutzer gestattet, die CRM-Daten sowie seine Google-Dokumente auch ohne Internet-Verbindung zu

nutzen. Derzeit verfügen beide Online-Produkte zwar über Offline-Features, diese lassen sich jedoch nicht kombinieren. Im Gegensatz dazu liefern heute

praktisch alle Anbieter von CRM-Software auch Offline-Funktionen für mobile Nutzer.

Sowohl Google als auch Salesforce.com greifen mit ihren je-

weiligen Angeboten die etablierten Softwarehersteller an, allen voran Microsoft. Der Softwarekonzern sucht händeringend nach Wegen, im Online-Geschäft besser zum Zuge zu kommen. Es geht dabei unter anderem um werbefinanzierte Dienste und Applikationen zur Miete, die auf PCs installierte Microsoft-Pro-

gramme ergänzen sollen („Software plus Service“). Alle bisherigen Bemühungen reichen offenbar nicht: Microsoft versucht seit einigen Wochen, den Online-Portalanbieter Yahoo zu kaufen. ♦



*FRANK NIEMANN ist Redakteur bei der COMPUTERWOCHE.



UMDENKEN BEIM THEMA QUALITY MANAGEMENT-SOFTWARE:

Schärfen Sie Ihren Blick.

Denken Sie um. Beugen Sie vor. Wappnen Sie sich für die Zukunft. Ihre Wettbewerber werden vor Neid erblassen.

Erwarten Sie eine Software, die die Qualität Ihrer Applikationen proaktiv erhöht. Damit Sie Ihre Geschäftsziele erreichen.

Verstehen und definieren Sie Anforderungen im Vorfeld. Denn „Tja, da hätten wir mal besser ...“ im Nachhinein bringt Sie nicht weiter.

Bestehen Sie auf Quality Management-Software, die Unsicherheiten und Risiken von Deployments und Upgrades eliminiert. Und Ihnen den Freiraum gibt, sich um wesentliche Dinge zu kümmern.

Beilagenhinweis

Teilbeilagen: Sigs Datacom GmbH, Troisdorf; Serview GmbH, Bad Homburg.

Technologien für Ihren Geschäftserfolg. www.hp.com/de/QM



Gipfeltreffen: Münchener Rück und SAP

Was haben sich Softwareanbieter und -anwender zu sagen? Die COMPUTERWOCHE machte die Probe aufs Exempel. Sie brachte Rainer Janßen, CIO der Münchener Rück, und SAP-Chef Henning Kagermann ins Gespräch.

VON KARIN QUACK*

JANSSEN: Mich irritiert häufig, wie IT-Anbieter mit dem Markt kommunizieren. Als Nicholas Carr seinerzeit behauptete, IT spiele keine Rolle, haben alle Hersteller aufgeschrien. Aber in ihrer Werbung verbreiten sie eine ganz ähnliche Botschaft: Demnach ist in der IT alles ganz einfach. Und wenn es dann doch ein bisschen komplizierter ist und Geld kostet, glauben Geschäftsführung und Endanwender doch, der CIO wäre bloß zu dumm dazu.

KAGERMANN: Die IT ist immer noch eine junge und sehr wettbewerbsintensive Industrie. Da wird dann oft einiges überspitzt dargestellt. Und das ist nicht gut. Wir können uns da nicht ganz von den anderen absetzen. Natürlich ist es immer schwierig, wenn der Anbieter mit jemand anderem als dem CIO zu tun hat. Aber ich werde oft direkt von den CEOs angesprochen und empfinde das als hilfreich. Die Vorstände stellen wichtige Fragen, die wenig mit Technologie zu tun

„IT ist strategisch, und Strategie kommt nicht aus der Steckdose.“

Henning Kagermann

haben: Wie schwierig ist das Projekt? Ist unsere Firma intern richtig aufgestellt dafür? Da halten wir dann auch nicht hinter dem Berg. Ich mache dem CEO klar, dass er voll hinter dem Projekt stehen muss, dass es nicht reicht, nur eine Rede zu halten, und dass ein mehrjähriges Change-Management notwendig sein wird. Aber so etwas kann man nicht in der Werbung sagen.

Und zu Carr möchte ich Folgendes anmerken: Mich hat sein Buch ziemlich schockiert, vor allem sein Vergleich mit der Elektrizität. Ich halte dem entgegen: IT ist strategisch, und Strategie kommt nicht aus der Steckdose. **JANSSEN (brummig):** Ich finde es schlicht erschreckend, dass man mit solch einem Buch auf der Bestseller-Liste der Management-Literatur landen kann.

KAGERMANN: Nun ja, das Buch greift eine Grundidee auf, in der ein Körnchen Wahrheit steckt: Warum soll ich mich mit all dem belasten, wenn doch das meiste schon da ist – Internet, Services, Architektur? Ich brauche mir das doch bloß zu nehmen und es zusammenzustöpseln.



Trotz teilweise unterschiedlicher Ansichten verstanden sie sich gut: Münchener-Rück-CIO Rainer Janßen (links) und SAP-Chef Henning Kagermann.

JANSSEN: Carrs Problem ist, dass er offenbar die Werbung der IT-Hersteller geglaubt hat. (Beide lachen herzlich.)

KAGERMANN: So einfach geht das selbstverständlich nicht.

JANSSEN: Nein, denn wir leben in der realen Welt. Wir sind ja durchaus bereit, im Outtasking beliebige Teile der IT wegzugeben. Dummerweise kommt genauso viel, wie wir hinten konsolidiert und standardisiert hinausgeben, vorn in Form neuer Technologien, Werkzeuge und Anforderungen wieder herein, was zusätzliche Komplexität mit sich bringt. Langweilig wird uns auf diese Weise jedenfalls nicht.

Aber worauf ich hinauswollte: Die Anforderungen der Fachbereiche sind ja manchmal durch-

schaft, in der das von beiden Seiten verstanden wird. Aber es gibt auch Lieferanten, die versuchen, über Bande zu spielen und dem Fachbereich etwas zu verkaufen, von dem der CIO genau weiß, dass es nicht in die Landschaft passt.

KAGERMANN: Bei den CEOs laufen die Gespräche oft nach folgendem Muster ab: Wir sind doch gar nicht so viel anders als die anderen. Meine großen Konkurrenten haben doch auch SAP im Einsatz. Warum machen wir nicht dasselbe wie die? Warum machen es sich unsere Leute so schwer? Wir könnten das doch alles viel billiger und schneller und mit weniger Risiko haben. Das stimmt ja auch bis zu einem gewissen Grad. Aber der CIO

rechtiges Grundinteresse im Unternehmen. Die Einzigen, die vollständige Gleichheit und Transparenz wollen, sind der CEO und der CFO.

„Die Lieferanten versuchen oft, über Bande zu spielen.“

Rainer Janßen

KAGERMANN: Es gibt Unternehmen, in denen der CIO die IT-Entscheidungen sehr stark dominiert. In anderen Firmen haben die C-Level-Manager der Fachbereiche das Sagen. Im Rahmen der Akquisition des Spezialanbieters Cartesis habe ich mal überlegt, warum sich eigentlich die Konsolidierungsanwendung von SAP anders verkauft als die von Cartesis. Weil sie unterschiedliche Käuferschichten ansprechen! Der CIO hat uns als Lieferanten ausgewählt, er weiß, dass die Software ins Umfeld passt und er eine verlässliche Applikation erhält. Aber die anderen haben nicht den CIO, sondern den CFO angesprochen – mit dem Argument: Du brauchst die IT gar nicht, du machst doch deine Regeln selbst. Mir ist es da zunächst auch kalt den Rücken hinuntergelaufen. Aber die Fehleranfälligkeit des Systems steigt keineswegs, wenn der CFO die Regeln für die Konsolidierungssoftware definiert.

JANSSEN (mit mildem Sarkasmus): Ja, ja, und wir haben das SAP-Produkt SEM, aber der CFO macht trotzdem das Customizing. Doch wo wir gerade beim Thema



„Das Problem von Nicholas Carr ist, dass er die Werbung der IT-Hersteller glaubt“, spottet Münchener-Rück-CIO Rainer Janßen.

aus andere als die des CIO. Und wenn sich die Anbieter nicht an die Spielregeln halten, ist die Kommunikation schwierig zu steuern. Mit der SAP pflegen wir glücklicherweise eine Partner-

merkt ziemlich schnell, woran es hapert. Und dann kommen die Begehrlichkeiten der Fachbereiche ins Spiel.

JANSSEN: Sich von anderen zu unterscheiden ist doch ein be-

Akquisitionen sind: Die aktuellen Konsolidierungen im Softwaremarkt machen mir Sorgen. Man hat beispielsweise im Bereich Business Intelligence einen starken, strategischen Partner und sein Angebot gewählt, aber plötzlich bekommt man das, wogegen man sich entschieden hatte, durch die Hintertür herein. Das verursacht Fraktionen in der Strategiediskussion, die weit jenseits des Gewohnten liegen.

KAGERMANN: Im Prinzip gebe ich Ihnen Recht. Aber andere Marktteilnehmer betreiben das sehr viel intensiver als wir. Natürlich werden wir versuchen, nach vier oder fünf Jahren auf ein gemeinsames Produkt zu kommen. Aber wir werden unseren Kunden nicht plötzlich ein anderes Produkt vorsetzen. Wir wissen, wie viel Arbeit das macht. Solch ein Wechsel betrifft ja nicht nur das Produkt, sondern auch die ganzen Regeln, die Zertifizierung, das Einverständnis von CFO und Tochtergesellschaften.

JANSSEN: Aus unserer Erfahrung besteht der Unterschied zwischen SAP und anderen Lieferanten nicht in der schnuckeligeren Software, sondern im Überblick, den der SAP-Vertrieb über den ganzen Bauplan hat. Ein Vertriebler von Hyperion, Business Objects oder einem anderen Spezialanbieter hat dagegen den Vorteil, viel mehr über sein Produkt zu wissen. Um dagegenzuhalten, muss die SAP immer die richtigen Fachleute an den richtigen Ort bringen. Das ist sicher alles andere als leicht. An dieser Stelle sind die Nischenanbieter einfach noch besser.

Wenn man sich einmal dafür entscheidet, SAP einzusetzen, kommen ja manche Dinge einfach mit ins Haus. Dann müssen Sie halt für bestimmte Funktio-

„Wir wissen, wie viel Arbeit ein Wechsel des Produkts macht.“

Henning Kagermann

nen auch das SAP Business Warehouse und SAP Portal einsetzen. Man fragt sich dann immer wieder, warum die Anwender eigentlich noch einmal eine Tool-Auswahlstudie machen wollen. Sie könnten doch einfach das nehmen, was im Haus ist. Denn sooo wichtig ist das Tool selbst nun auch wieder nicht – im Gegensatz zu den Integrationskosten für einen Flickerlteppich.

In den vergangenen Jahren hat sich die Münchener Rück intensiv mit der weltweiten Integration des Berichtswesens, des Underwriting etc. beschäftigt. Aber an den Grenzen fasert unser Geschäft mittlerweile ein wenig aus. Wir stoßen immer weiter in Bereiche vor, die nicht mehr zum klassischen Rückversicherungsgeschäft gehören. Hier müssen geschäftsmodellübergreifende Plattformen geschaffen werden, auf denen ganze Ketten von Unternehmen zusammenarbeiten können. Wie stellt sich SAP dieser Herausforderung?

KAGERMANN: Eigentlich haben wir diese Herausforderung schon vor zehn Jahren aufgegriffen. Damals haben wir mit der Hochschule St. Gallen das Thema Business-Networking lanciert. Aber wir waren zu früh dran. Außerdem war SAP R/3 nicht die richtige Plattform dafür. Immerhin war dies der Anstoß dafür, dass wir über den Manufacturing-Bereich hinaus in andere Branchen

„Sooo wichtig ist das Tool selbst nun auch wieder nicht.“

Rainer Janßen

gegangen sind. Wir hatten anfangs 15 getrennte SAP-R/3-Branchenlösungen. Wieder eine übergreifende Lösung zu bekommen, gelang uns mit Hilfe von SOA. Selbstverständlich stehen wir hier erst am Anfang, aber die Kunden nehmen uns diese Vision zumindest schon einmal ab – auch wenn bei den Referenzen immer noch der eine oder andere Service fehlt. In einigen Jahren werden Kunden wie die Münchener Rück Many-to-many-Beziehungen zu anderen Unternehmen aufbauen können, deren Teilnehmer sich quasi im Flug wechseln oder ergänzen lassen.

JANSSEN: Ich sage bei unseren Outtasking-Beziehungen auch immer: Momentan sind die Scheidungskosten einfach zu hoch.

KAGERMANN: Ja, Scheidung und Hochzeit müssen einfacher und billiger werden.

JANSSEN (lacht): Gut, es darf schon etwas kosten, aber es müssen ja nicht gerade alle Verwandten zu Besuch kommen. (Wieder ernst) Was die unternehmensübergreifenden Ketten angeht, so erwarte ich, dass wir die Fähigkeit dazu in den kommenden fünf Jahren entwickeln werden. Aber SOA ist auch so ein Fall, wo eine Idee zu früh gehypt wurde, nämlich schon, als sie noch eine Marketechnologie war. Und heute ist das Thema beinahe schon veraltet. Die Anbieter sollten sich fragen: Wie früh dürfen wir eine Idee kommunizieren, wenn wir sichergehen wollen, dass es keine Totgeburt wird?

KAGERMANN: Sie können solche Ideen leider nicht im Labor einsperren. Wir haben SOA nicht erfunden, sondern das ist ein



Zwei Topmanager (fast) intim: Henning Kagermann (Mitte) und Rainer Janßen (links) tauschten sich aus. COMPUTERWOCHE-Herausgeber Christoph Witte und Redakteurin Karin Quack hörten zu und schrieben mit.

Trend. Und wer hier zu spät kommt, den bestraft das Leben. Ein Thema, das wir selbst in der Hand hatten, ist SAP Business ByDesign. Ich denke, man muss in den Markt gehen, wenn man ihn braucht. Irgendwann müssen die Entwickler aus dem Labor herauskommen und sich die Hände beim Kunden schmutzig machen. Die eigentlichen Probleme entdecken sie nur blutig vor Ort. Wenn die Produktentwicklung abgeschlossen ist, muss man herausfinden, ob das Konzept bei der Kundschaft ankommt und wo die Software noch löchrig ist. In diesem Prozess ändern sich mitunter die Prioritäten. Im Labor hätten wir niemals herausgefunden, dass beim Betrieb über das Netz die Performance nachlässt oder dass die Leute nicht offenbaren wollen, welche Software sie auf ihren Laptops haben. In dieses schmutzige tägliche Leben müssen wir die Research-Abteilung hinein-jagen. Deshalb können wir neue Konzepte nicht einschließen, bis sie fix und fertig sind.

JANSSEN: Die Formulierung „blutig beim Kunden“ schmeckt mir überhaupt nicht.

KAGERMANN (lacht): Es sind unsere Leute, die bluten, nicht die der Kunden.

JANSSEN: Da bin ich aber beruhigt. Außerdem sind wir gern bereit, uns ab und zu als Partner für einen Forschungsprototypen zur Verfügung zu stellen. Doch Soft-

„Die eigentlichen Probleme entdecken die Entwickler nur vor Ort.“

Henning Kagermann

ware-Engineering ist schon eine seltsame Disziplin. Obwohl der Begriff vor gut 40 Jahren geprägt wurde, gibt es in unserer Profession bis heute kein echtes Bemühen um Qualitätssicherung.

KAGERMANN: Jetzt muss ich aber doch mal zur Ehrenrettung unseres Berufsstandes schreiben. Ein großer Softwarehersteller muss ungleich mehr Aufwand treiben muss als ein kleiner. Das

liegt vor allem an den Produktstandards. Wir haben etwa zwei Dutzend solcher Standards, die eingehalten werden müssen. Das macht uns schon das Leben schwer – auch unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten. Aber in einem haben Sie Recht: Wir haben eigentlich alle für die Qualitätssicherung notwendigen Prozesse definiert und etabliert, aber am Ende ist das immer eine Frage der Menschen.

JANSSEN: Außerdem muss man sich schon fragen: Sind nicht vielfach die Kunden selbst schuld? Am Ende des Tages zählt oft nur

chen wir die ganz tiefe Integration in Walldorf, und das User Interface entsteht in Palo Alto. Im Silicon Valley ist einfach mehr Sizzle. Da kommen die netten Dinge hinein, die alle begeistern.

JANSSEN: Als SAP vor einigen Jahren begann, auch in Palo Alto zu entwickeln, hat mir das, ehrlich gesagt, Sorgen bereitet. Ich hatte an der SAP vor allem das relativ ordentliche Engineering geschätzt. Und ich fürchtete, dass diese Entwicklungskultur im Silicon Valley den Bach hinunterginge. Aber das ist offenbar doch nicht passiert. Allerdings stelle



„Ohne die CIOs wären wir nicht, was wir sind, SAP wurde immer auch von den CIOs gepusht“, weiß SAP-Chef Henning Kagermann.

der Termin. Die Qualität ist leider das Erste, was hinten herunterfällt. Und wie Sie sicher wissen, wollen die Kunden trotzdem immer noch zusätzliche Features. Manche – wie die Münchener Rück – berechnen, andere völlig überzogene (lacht).

KAGERMANN (stimmt ein): Und das dann noch auf den letzten Drücker! Aber tatsächlich achten die Teams häufig zu sehr auf den Termin. Das liegt wohl daran, dass der Termin das ist, worauf der Vorstand vor allem schaut.

JANSSEN: Bei der Prozesstreue gelten ja die Inder mittlerweile als Leuchtturm der Branche. Sind sie wirklich besser?

KAGERMANN: Früher glaubte man, dort würde schlechter entwickelt als hier. Doch das ist trügerisch. Das Offshoring ist schwierig, aber am Ende zahlt es sich aus. Einige Sachen können aber andere Leute besser. So ma-

ich es mir schwierig vor, die unterschiedlichen Communities zusammenzubringen.

KAGERMANN: Das ist tatsächlich nicht einfach. Aber wenn es gut läuft, ergibt sich daraus ein Mehrwert. Damit der Spagat gelingt, muss man jedoch eine Kultur des gegenseitigen Respekts schaffen. Sie dürfen um Himmels willen nicht den Fehler begehen, in Kategorien wie besser oder schlechter zu denken. Man muss ständig betonen, dass Engineering Excellence auch weiterhin in unseren Unternehmenswerten verankert ist. Andererseits muss man denen, die das längst verinnerlicht haben, klarmachen, dass sich ein über-engineertes Produkt ohne Appeal nicht verkauft.

JANSSEN: SAP steht nun mal weniger für Lifestyle, Rechnungswesen ist ja auch nicht wirklich fancy. Und als CIO habe ich eigentlich sowieso keine Lust auf

all das Web-2.0-Zeug, das aus dem privaten Umfeld in die Unternehmen eingedrungen ist. Ich glaube auch nicht, dass das alles besonders effizient ist, sondern nur eine Möglichkeit, noch mehr Zeit zu verschwenden. Aber wir werden uns diesen Dingen öffnen müssen, weil wir unsere private Lebensweise schon darauf abgestimmt haben.

KAGERMANN: Ich sehe das Thema Web 2.0 auch unter dem Vorzeichen des War for Talents. Wir haben nicht genug junge High Potentials in der IT-Branche. Wenn ein neues Lebensgefühl aufkommt, können wir uns dem schon deshalb nicht verschließen. Also beschäftigen wir uns auch mit sozialen Netzen und anderen neuen Formen des Miteinander-Umgehens. Aber wir setzen diese Techniken nur dort ein, wo es sinnvoll ist, also die Produktivität oder das Teambuilding fördert.

JANSSEN: Was wird eigentlich aus Open Source werden? Es hat sich

„Als CIO habe ich eigentlich keine Lust auf das Web-2.0-Zeug.“

Rainer Janßen

am Markt durchgesetzt, aber eigentlich nur bei technologie-nahen Themen, an denen der akademische Hacker Freude hat. Eine Open-Source-Software für das Rechnungswesen gibt es meines Wissens nicht. Wir selbst fangen allerdings gerade an, in einer Open-Source-Aktivität Risikomodelle für die Versicherungsindustrie zu entwickeln. Ist so etwas für die OSS-Szene vielleicht zu langweilig?

KAGERMANN: Technologische Probleme lassen sich mathematisch spezifizieren und deshalb leichter von losen Entwicklergemeinschaften bearbeiten. Der andere Grund ist der Zwang zur Anpassung, Lokalisierung und Erfüllung von Compliance-Anforderungen. Ich weiß nicht, ob eine freie Community auf Dauer die Lust dafür aufbringt. Die Leute kommen ja eher aus der kreativen Ecke. Und Compliance ist ein Bereich, der nicht einmal bei uns jedem Entwickler Spaß macht.

JANSSEN: Und dann habe ich noch eine allerletzte Frage: Was wünscht sich eigentlich der Softwarelieferant vom CIO?

KAGERMANN: Ohne die CIOs wären wir nicht, was wir sind. SAP wurde immer auch von den CIOs gepusht. Und wir fahren gut damit. Selbstverständlich beschäftige ich mich auch gern mit dem Business. Aber es ist schwer, sich mit dem Business auszutauschen, wenn dort gar kein IT-Verständnis herrscht. Deshalb bin ich immer froh, wenn ein starkes Gegengewicht auf der anderen Seite existiert. ♦



***KARIN QUACK**

ist Redakteurin bei der COMPUTERWOCHE.