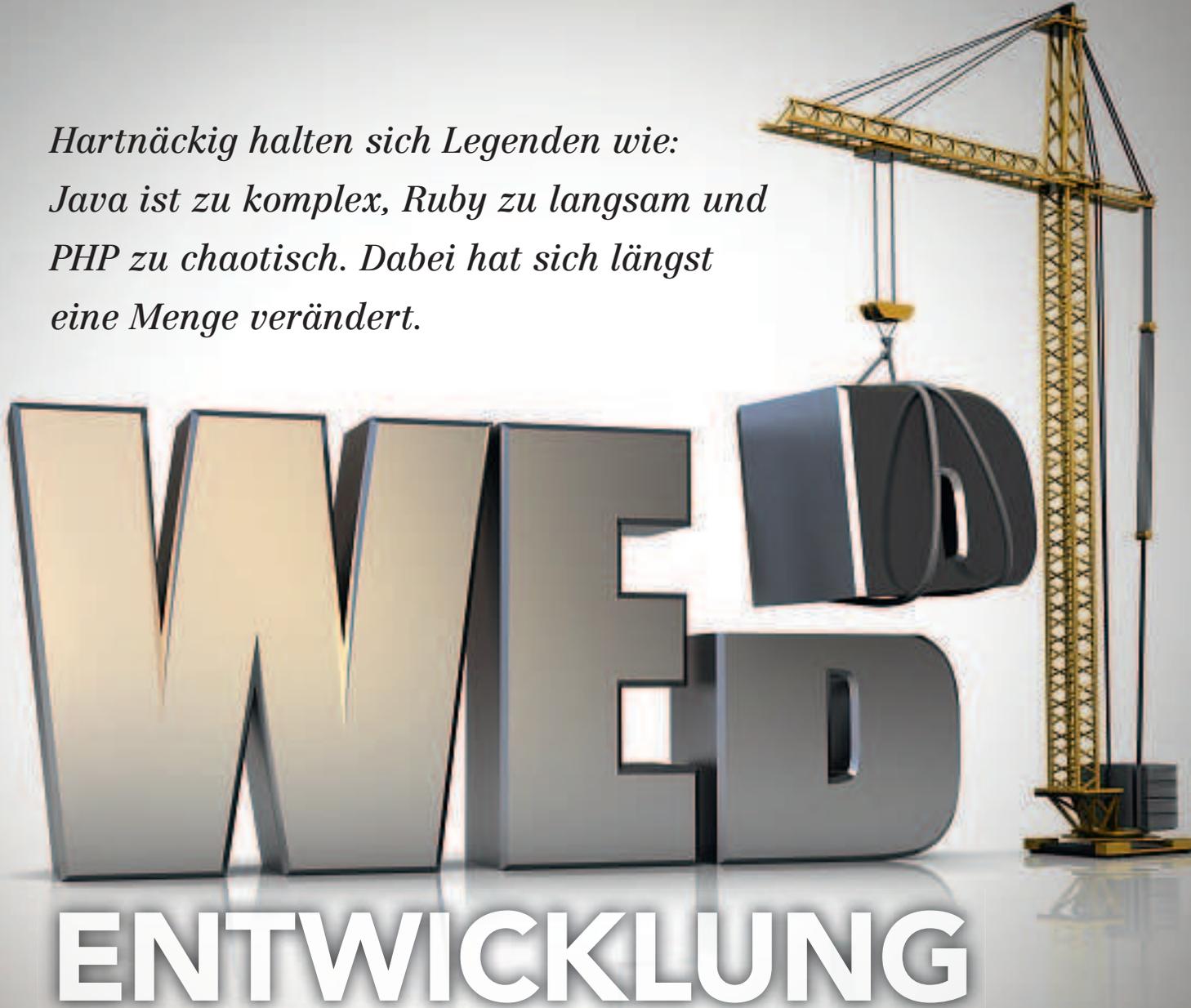


COMPUTERWOCHE

www.computerwoche.de

*Hartnäckig halten sich Legenden wie:
Java ist zu komplex, Ruby zu langsam und
PHP zu chaotisch. Dabei hat sich längst
eine Menge verändert.*



WIED
ENTWICKLUNG

+++ Warum München den Mobile World Congress will +++

SAP investiert in Innovationen

Auf der Hausmesse Sapphire in Orlando ging es vor allem um On-Demand-Lösungen, Mobile Computing und InMemory-Datenbanken.

Seite 6

Zentrale Strategie für Cloud Computing

Damit sich durch Cloud Computing nicht die Schatten-IT vergrößert, müssen Geschäftsführungen klare Richtlinien vorgeben.

Seite 34

In dieser Ausgabe

Nr. 21 vom 23. Mai 2011

Trends & Analysen

SAP im Innovationsrausch 6

Die Hausmesse Sapphire stand im Zeichen neuer On-Demand- und Mobile-Techniken – und natürlich In-Memory-Datenbanken.

Führt Datev-Chef den Bitkom? 9

Der langjährige Vorstandsvorsitzende der Datev, Dieter Kempf, tritt voraussichtlich die Nachfolge von Bitkom-Präsident August-Wilhelm Scheer an.

Was will Microsoft mit Skype? 10

IT-Verantwortliche haben mit Skype bislang nicht viel am Hut. Unter Microsofts Obhut könnte sich das ändern.

München will den MWC 12

Bayerns Wirtschaftsminister Martin Zeil zeigt sich hoffnungsvoll: Der Mobile World Congress könnte von Barcelona nach München umziehen.



COMPUTERWOCHE App

Die wichtigsten Nachrichten und Fachbeiträge der COMPUTERWOCHE können Sie auch als kostenlose iPhone-App beziehen. Laden Sie die CW-App herunter:

<http://w.idg.de/b308L6>

Titel

Web-Entwicklung

Vier Sprachen im Vergleich 14

Die Vor- und Nachteile der beliebten Skriptsprachen PHP, Python und Ruby sowie der Compiler-Sprache Java.

Microsofts MVC-Konzept 18

Mit Model View Controller und der Öffnung für Open Source haben die Redmonder einen vielversprechenden Weg in Sachen Web-Entwicklung eingeschlagen.

Security hat Vorrang 20

Wie sich das Thema Sicherheit als entscheidendes Qualitätsmerkmal in Web-basierender Software verankern lässt.



Produkte & Praxis

Kleine Helfer 24

WebSpider für die lokale Website-Spiegelung; TreeSize analysiert Speicherbelegung; einfache Bildskalierung unter Java.

Datenschutz im CRM-Umfeld 26

Wer über große Pools mit Kundendaten verfügt, hat anhand von Software-Tools die Möglichkeit, darin aus Marketing-Gründen nach sozialen Verflechtungen zu suchen. Dabei sind die rechtlichen Vorgaben des Datenschutzes zu befolgen.

Schnelleres Magento 30

Wer keine Sorgfalt walten lässt, kämpft bei dem quelloffenen Webshop-System schnell mit Performance-Problemen. Hier einige Tipps, wie man derartigen Leistungsgängen begegnen kann.

IT-Strategien

Offshoring nicht ausgereizt 32

Deutsche Unternehmen begegnen dem Thema teilweise skeptisch.

Provider-Wechsel geht ins Geld 33

Vorteile eines günstigeren Betriebs werden oft durch hohe Einmalkosten aufgehoben.

Cloud-Gefahr: Schatten-IT 34

Da sich Cloud-Services leicht installieren lassen, werden sie oft an der IT vorbei bestellt. Was kann der CIO dagegen tun?

Job & Karriere

Arbeiten im globalen IT-Dorf 38

Die Einführung eines europäischen Kompetenzprofils soll IT-Fachkräfte für die Zukunft wettbewerbsfähig machen.

Junge lassen sich nicht anketten 40

Der digitale Nachwuchs verunsichert die etablierten Firmen.

COMPUTERWOCHE.de

Highlights der Woche

Matchiko – die wichtigsten IT-Köpfe

Wer gehört wohin? Ordnen Sie in unserem Memory IT-Größen ihren Firmen zu und gewinnen Sie ein iPad 2!

www.computerwoche.de/2485712

Mit der Firma zu Facebook

Web-Evangelist Thomas Pfeiffer zeigt, wie Sie mit wenigen Klicks eine Facebook-Firmenseite erstellen.

www.computerwoche.de/2484155

EXKLUSIV FÜR SIE:

Das CIO-Mini-Abo

Jetzt testen und Insiderwissen sichern!

➔ 2 Ausgaben inklusive Prämie
Abonnieren Sie 2 CIO-Ausgaben und freuen Sie sich über ein tolles Dankeschön

➔ Die IT-Strategien für Manager
pünktlich auf Ihrem Schreibtisch

➔ Sparen Sie satte 30%
gegenüber dem Einzelpreis von 10,80 Euro



Alles rund um die Abo-Pakete Ihrer CIO finden Sie unter:

www.cio.de/aboshop



Was die anderen sagen

Seiten-Spiegel

„Auf die Frage, ob Amazon auch einen klassischen Tablet-Rechner herausbringen wolle, empfahl uns President und CEO Jeff Bezos, sein Unternehmen im Auge zu behalten. Er signalisierte, dass solch ein Gerät, wenn es denn käme, den Kindle ergänzen, aber nicht ersetzen würde. Der Kindle sei Amazons ‚Gerät speziell für E-Reading‘. Bezos bestätigte, dass die E-Book-Lektüre auf Geräten wie dem iPad sehr populär geworden sei. Das bedeute aber nicht, dass der Kindle keine Zukunft habe.“

„Consumerreports.org“



„Wir müssen auf jeden Penny schauen und Personaleinstellungen minimieren.“

Das „Wall Street Journal“ zitiert aus einer E-Mail von HP-Chef **Léo Apotheker** an seinen engsten Führungszirkel

„Die Entlassungen, die Cisco noch vor Ende Juli 2011 aussprechen wird, dürften Vorhersagen zufolge in die Tausende gehen und die 2000 Stellenstreichungen aus dem Jahr 2002 übertreffen, prophezeien vier von Reuters befragte Analysten. Ciscos COO Gary Moore bestätigte (...), dass die Stellenstreichungen kommen werden, und CEO John Chambers bekräftigte den Plan, Geschäftsfelder zu verlassen, auf denen man nicht die Nummer eins oder zwei sei.“

„All Things Digital“

„Ein Mangel an Graswurzel-Innovationsprozessen kann Mitarbeiter frustrieren, die merken, dass ihre Ideen keine ernsthafte Chance auf Realisierung bekommen. Gleichzeitig demotivieren Innovationsprozesse, die kein Scheitern erlauben, das Senior-Management: Es muss sich damit auseinandersetzen, dass die Mitarbeiter keine bahnbrechenden Ideen mehr einbringen. Um das volle Potenzial der Mitarbeiter schöpfen und signifikantes organisches Wachstum erreichen zu können, brauchen Innovationsprozesse eine gesunde Toleranz für Fehler und Scheitern.“

Die „Washington Post“ über Microsofts angebliche Probleme zu innovieren.

CW-Kolumne

Statistisch gesehen ...

There are three kinds of lies: lies, damned lies and statistics“ – das ist nur eines von vielen Bonmots zum Thema Lügen mit Statistik. Und wie heißt es so schön in Walter Krämers Bestseller „So lügt man mit Statistik“: „Die ehrliche Präsentation von Fakten ist keine Sache des Könnens, sondern des Wollens.“

In der IT-Branche ist dieser Wille nicht besonders stark ausgeprägt. Tagtäglich flattern uns „Marktuntersuchungen“ auf den Tisch, die beeindrucken und zu Kaufentscheidungen verführen sollen. Jeder weiß, dass sie interessengeleitet sind. Nähmen die Kunden sie ernst, müssten sie wohl ständig Geld ausgeben, vor allem für so genannte Management-Lösungen – für Datenbanken, Projekte, Archive, E-Mail, Print und Output, Fax, Telefon, Social Media, Performance, Collaboration, Kunden, Sicherheit, Partner, Preise etc. Anschließend käme dann jemand, der ihnen vorrechnet, dass 91,5 Prozent aller eingesetzten Management-Lösungen keinen Return on Investment bringen. Pech gehabt.

Viele Statistiken sind einfach nur lächerlich. Die befragte Basis ist zu klein oder undurchsichtig. Die Gruppe der Befragten ist schwammig beschrieben – „Führungskräfte“ ist beispielsweise beliebt, oder auch „Business-Manager“. Die gestellten

Fragen sind zweideutig oder gar suggestiv formuliert. Erhoben werden nicht Fakten, sondern lediglich Meinungen, was aber in der unvermeidlichen Studie im Anschluss nicht klar wird.

In solchen Erhebungen geht es nicht um Faktentreue und Sachlichkeit, sondern um eine Botschaft, die von eifrigen Marketiern unters Volk gebracht werden soll. Das beleidigt die Intelligenz der Kunden und zahlt sich letztendlich nicht aus. Wer ein Produkt einsetzen möchte, wird sich nicht von einer Umfrage des Anbieters überzeugen lassen. Er wird seinen Bedarf analysieren, Produktvergleiche anstellen und die Meinungen anderer Nutzer einholen. Im Internet ist das ganz einfach. IT-Anbieter mit guten Produkten und zufriedenen Kunden brauchen also keine schlechten Auftragsstudien. Sie dürften in den seriösen Erhebungen ausreichend erwähnt werden.

Heinrich Vaske
Chefredakteur
CW



COMPUTERWOCHE auf dem iPad

Jede Woche gibt es die COMPUTERWOCHE frisch auf das iPad – angereichert mit Links, Bildern und Videos.

Noch vor dem offiziellen Erscheinungstermin können Leser die aktuelle Ausgabe der COMPUTERWOCHE als App für das iPad herunterladen. Zu finden ist sie im iTunes App Store unter dem Suchbegriff **CW Kiosk**. Leser erhalten nicht nur das komplette Heft, sondern auch Links, Videos, Bildergalerien und weitere multimediale Inhalte. Ein Jahresabonnement der COMPUTERWOCHE kostet in der elek-

tronischen Variante weniger als 200 Euro. Außerdem ist die COMPUTERWOCHE als iPhone-App und als Reader für Java-fähige Smartphones erhältlich. Zudem gibt es eine mobile Version der Website, die für die Bandbreite und Auflösung unterschiedlicher Endgeräte ausgerichtet ist. Dort finden Sie Nachrichten, technische Artikel, Karrieretipps und vieles mehr für unterwegs. Sie ist unter der Web-Adresse <http://mobil.computerwoche.de> erreichbar.





Netezza. Läuft schon nach 24 Stunden.

IBM Netezza Data Warehouse läuft innerhalb von 24 Stunden und rechnet sich ebenso schnell. Denn IBM Netezza Data Warehouse ist so leistungsstark, dass es anspruchsvolle Analysen in kürzester Zeit erstellt. So können Sie Ihr Unternehmen nicht nur schneller machen, sondern auch Ihre Ergebnisse beschleunigen.

ibm.com/de/facts

SAP will so innovativ sein wie Apple

Neue Lösungen rund um In-Memory-Technik, mobile Plattformen und On-Demand-Computing standen im Mittelpunkt der SAP-Hausmesse Sapphire.

Wir wollen so innovativ sein wie Apple“, sagte SAPs Co-CEO Jim Hagemann Snabe zum Auftakt der Kundenveranstaltung Sapphire in Orlando und legte damit einen hohen Maßstab an sein Unternehmen an. Ziel sei es, die Innovationszyklen auf wenige Monate zu verkürzen. Auch sonst zeigte sich die SAP-Spitze ambitioniert: Sie bekräftigte ihre „Vision 2015“, wonach sich der Jahresumsatz bereits in vier Jahren bei 20 Milliarden Euro einpendeln soll – im vergangenen Geschäftsjahr nahmen die Walldorfer knapp 12,5 Milliarden Euro ein.

Den Anwender im Fokus

„Jetzt ist die Zeit für Innovation, nicht für Konsolidierung“, schwor Snabe seine Kunden ein. Der Softwarekonzern selbst hatte sein Portfolio im vergangenen Jahr rund um die drei Säulen On-Premise, On-Demand und On-Device geordnet. Jetzt gehe es darum, die Produktwelt weiter mit Innovationen anzureichern.

Dazu zählt der dänische SAP-Lenker neben In-Memory-Datenbanklösungen und der mit der Sybase-Akquisition im vergangenen Jahr zugekauften Mobility-Plattform vor allem neue On-Demand-Angebote. SAP arbeitet Snabe zufolge an einer neuen Kategorie von Ap-

plikationen, den „People Centric Applications“. Dreh- und Angelpunkt seien nicht wie in den vergangenen 40 Jahren Prozesse und Daten in den Unternehmen, sondern die Mitarbeiter und deren Rollen. Mit dem Vertriebs-Tool „Sales-on-Demand“ ist bereits das erste Mitglied dieser neuen Anwendungs-generation zu haben. Weitere Werkzeuge sollen folgen.

Geplant sind Lösungen für das Travel-Expense- und Talent-Management. Inwieweit sich hier eine Bruchlinie in der Re-



Jim Hagemann Snabe, Co-CEO von SAP, will mit mehr Innovationen zum Erfolg kommen.

lease-Politik von SAP andeutet, ist noch nicht abzusehen. Peter Lorenz, verantwortlich für SAPs On-Demand-Geschäft, will zwar nicht von einer Wachablösung à la R2 auf R3 oder R3 auf SAP ERP sprechen, ließ jedoch durchblicken, dass das zarte Pflänzchen der On-Demand-Lösungen weiterwachsen wird. „Wir stehen hier am Anfang“, sagte Lorenz. „Das wird aber noch großen Einfluss haben.“

Nach dem überraschenden Weggang des verantwortlichen Managers John Wookey wenige



Wochen vor der Sapphire will SAP seinen Geschäftsbereich On-Demand, der bis dato in das Mittelstandsgeschäft mit Business ByDesign (BBD) und dem von Wookey verantworteten Bereich On-Demand-Lösungen für Enterprise-Kunden geteilt war, jetzt zusammenführen.

SaaS-Software im Plan

Lorenz, künftig wohl für den gesamten On-Demand-Bereich verantwortlich, verwies auf die bisherigen Erfolge. Mit 500 BBD-Kunden sei man auf gutem Wege, Ende des Jahres planmäßig 1000 Business-ByDesign-Kunden zu zählen. Von den Verspätungen und technischen Probleme der vergangenen Jahre war keine Rede mehr. Im Gegenteil: SAP will seine Reichweite mit der SaaS-Software massiv erhöhen. Dabei helfen soll unter anderem eine Kooperation mit Accenture. Gemeinsam mit dem Dienstleister will man Erweiterungen wie beispielsweise Industrie-Templates entwickeln, um die On-Demand-Lösung auch für Großunternehmen interessanter zu machen. SAP peilt damit vor allem Konzerntöchter an.

Darüber hinaus wollen die SAP-Verantwortlichen weitere Märkte angehen. Gerade in den Wachstumsregionen Brasilien, Russland, Indien und China (BRIC) rechnet sich der Konzern

Chancen aus. So hat SAP eine strategische Partnerschaft mit China Telecom vereinbart. Der Mobilfunk- und Festnetzanbieter soll als Solution Partner und Reseller agieren. Laut SAP eröffnet sich damit ein Marktpotenzial von bis zu einer Million chinesischen Firmen.

Zu den wirtschaftlichen Zielen im On-Demand-Geschäft hielt sich SAP aber bedeckt. Lorenz wollte nichts zum Gewinnpotenzial sagen. Insgesamt gelte weiterhin das Ziel, eine bereinigte operative Marge von 35 Prozent zu erreichen – daran werde sich auch das On-Demand-Geschäft orientieren.

Neue Millionenstrafe

Getrübt wurde die SAP-Show durch den Fall Versata Software. Ein US-amerikanisches Bezirksgericht in Texas hat SAP wegen Patentrechtsverletzung zu einer Strafe von 345 Millionen Dollar verurteilt, sickerte zu Beginn der Kundenkonferenz durch.

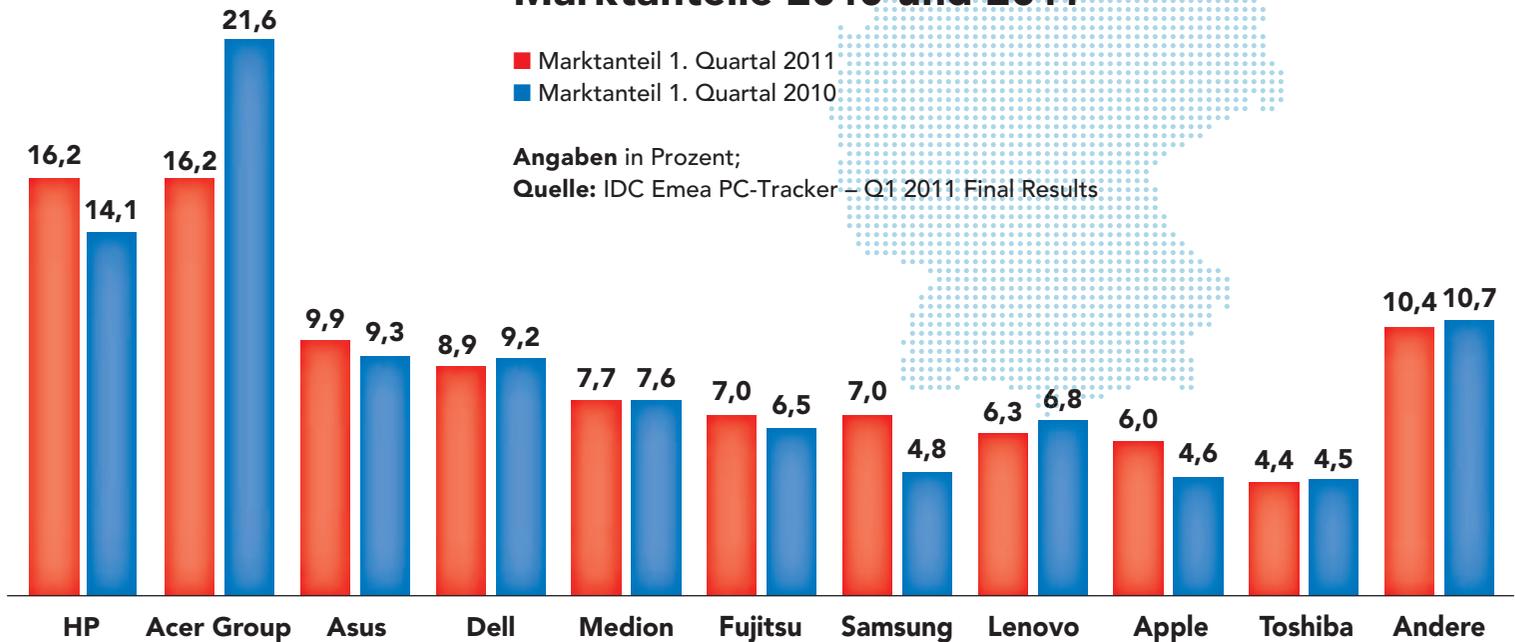
In dem Streit, der sich seit 2007 hinzieht, geht es um eine Preisfindungstechnik, die SAP irregulär in seinen Produkten nutzte, so der Vorwurf seitens Versata. Snabes Amtskollege Bill McDermott wollte das Verfahren nicht kommentieren. Schließlich laufe der Prozess noch. SAP werde jedoch alle Optionen prüfen. (ba)

Beilagenhinweis

Vollbeilagen: COMPUTERWOCHE-Beilage „ERP“

Deutscher PC-Markt: Hewlett-Packard auf der Überholspur

Marktanteile 2010 und 2011



Die Zahlen für den deutschen PC-Markt im ersten Quartal 2011 sind grimmig: Laut Erhebungen der Analysten von IDC ging der Verkauf von Clients aller Kategorien (PCs, Notebooks, Netbooks, Tablets etc.) in den ersten drei Monaten 2011 im Vergleich zum ersten Quartal 2010 um 10,8 Prozent zurück. Zwischen Januar und März 2011 registrierte das Marktforschungsunternehmen insgesamt 2,8 Millionen verkaufte Rechner. Ein Jahr zuvor waren es noch rund 3,15 Millionen gewesen.

Zu den Leidtragenden der rückläufigen Marktentwicklung zählen vor allem fünf Unternehmen, die bei den verkauften Stückzahlen im zweistelligen Prozentbereich einbrachen: Acer verlor 33,3 Prozent, außerdem gehören Dell (minus 14,5 Prozent), Medion (minus 10,6 Prozent), Lenovo (minus 16,8 Prozent) sowie Toshiba (minus 12,5 Prozent) zu diesem Kreis. Den größten Zuwachs erzielte Samsung mit 29 Prozent mehr verkauften Geräten, gefolgt von Apple mit 15,6 Prozent und HP mit 2,4 Prozent. (jm)

Anbieter von Cloud-Services ausgezeichnet

Cloudsafe, VMware, Plex Systems und KMS setzen sich durch.

Der Verband der Cloud-Services-Industrie in Deutschland, EuroCloud Deutschland_eco, vergab die Auszeichnungen in den Kategorien „Best Startup“, „Best Cloud Service Product“, „Best Case Study Commercial Sector“ und „Best Case Study Public Administration“. Prämiert wurden Projekte, die die Juroren etwa durch Business-Orientierung, Kundennutzen oder gut umgesetzte technische Aspekte überzeugen konnten.

„Wer Cloud-Services anbietet, steht speziellen Herausforderungen gegenüber, wenn es gilt, Mehrwert, Sicherheit und Funktionalität des Produkts zu ge-

währleisten“, sagte Bernd Becker, Vorstandsvorsitzender von EuroCloud Deutschland_eco.

And the winner is ...

Als bestes Startup-Unternehmen prämierte die Jury die Cloudsafe GmbH mit ihrem



gleichnamigen Projekt Cloudsafe. Die Plattform ist besonders auf die verschlüsselte Ablage und den sicheren Austausch von sensiblen Daten ausgelegt.

Als Sieger der Kategorie „Best Cloud Service Product“ wurde VMware mit dem Hybrid-Cloud-Angebot „vCloud“ ausgezeichnet. Die Plex Systems Inc. errang den Titel in der Kategorie „Best Case Study Commercial Sector“ mit der Cloud-ERP-Lösung „Plex Online“. Die gibt es schon seit dem Jahr 2000 – seinerzeit aber eher als Geheimtipp.

In der Kategorie „Best Case Study Public Administration“ punktete die KMS AG mit ihrer

Geo-Marketing-Lösung. Der Sonderpreis für besonderes Engagement zugunsten von Cloud-Services ging an das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie für das Projekt „Trusted Cloud“. Alle Sieger des Wettbewerbs können nun beim „EuroCloud Europe Award“ gegen die Sieger der anderen europäischen Länder antreten.

„Best in Cloud“ gestartet

Gemeinsam mit dem ITK-Brancheverband Bitkom veranstaltet auch die COMPUTERWOCHE einen Wettbewerb zu den besten Cloud-Projekten. Informieren Sie sich unter www.best-in-cloud.de/ (jm)