

COMPUTERWOCHE

www.computerwoche.de

PLUS
16 SEITEN
Cloud
Guide



TRENDWENDE IM E-COMMERCE

*Das Social Web eröffnet
dem elektronischen Handel
ganz neue Perspektiven.*

Neue Konzepte für das Data Center

Netze und Rechenzentren bilden das Rückgrat der digitalen Gesellschaft. Wir haben die wichtigsten RZ-Trends zusammengefasst.

Seite 28

Retained Organisation: Worauf es ankommt

Der Erfolg von Outsourcing-Projekten hängt maßgeblich von der Steuerung des Dienstleisters ab. Fehler rächen sich bitter.

Seite 36

In dieser Ausgabe

Nr. 36 vom 5. September 2011

Trends & Analysen

Die besten Systemhäuser 6
Zusammen mit den Kollegen der Schwesterpublikation „ChannelPartner“ haben wir Anwender nach der Zufriedenheit mit ihren Systemhaus-Partnern gefragt. Die Teilnehmerzahl bricht alle Rekorde.

Unsichere Volkswagen-IT 8
Der Autokonzern soll unzureichend gegen Hacker-Angriffe abgesichert sein, hat Pricewaterhouse Coopers herausgefunden.

AT&T kriegt T-Mobile nicht 9
Die Deutsche Telekom steht vor einem Scherbenhaufen, nachdem der amerikanische Carrier AT&T aufgrund kartellrechtlicher Bedenken T-Mobile USA wohl doch nicht kaufen darf.

Server-Markt im Aufwind 10
Den Marktforschern von IDC zufolge sind IBM und Fujitsu die großen Gewinner im boomenden Server-Business.



COMPUTERWOCHE App

Die wichtigsten Nachrichten und Fachbeiträge der COMPUTERWOCHE können Sie auch via kostenlose iPhone-App beziehen. Informieren Sie sich unter:
<http://w.idg.de/gN8WoT>

Titelfoto: Fotolia/Stuart Miles

Titel

Online-Shopping

Trendwende im E-Commerce 12
Social Shopping etabliert sich in Deutschland. Wohin geht die Reise?

Online shoppen in 3D 16
Ob die Brille steht oder der Anzug passt, ist heute nicht mehr nur eine Frage an den stationären Händler. Das Zauberwort lautet Augmented Reality.

Fünf deutsche Shops im Test 18
Wie gut setzen die großen Portale die neuen Trends schon um?



Produkte & Praxis

Kleine Helfer 22
Erste-Hilfe-Koffer für verunglückte PCs; quelloffenes Tool für die Codedokumentation.

Gute Noten für ERP-Systeme 24
Eine Studie von i2s kommt zu dem Ergebnis, dass ERP-Systeme reifer und besser geworden sind – was Anwendern die Auswahl aber nicht immer leichter macht. Es sind nicht unbedingt die marktführenden ERP-Anbieter, deren Kunden am zufriedensten sind.

Neue Data-Center-Konzepte 28
Rechenzentren müssen sich wandeln, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Modularisierung, Automatisierung und eine gute Energieeffizienz sind entscheidend.

IT-Strategien

Das iPad als Cockpit 33
Mitarbeiter des Metro-Konzerns nutzen eine iPad-basierende Business-Intelligence-App.

Das Kreuz mit den Bildrechten 34
Was heißt Royalty Free? Was steckt hinter Creative Commons? Wir klären auf.

Risiken im Sourcing 36
Outsourcing-Projekte gelingen nur, wenn die Retained Organisation gut funktioniert.

Job & Karriere

Generalisten mit Detailwissen 40
Wenn Mechatronik-Ingenieure auch gut Software entwickeln können, stehen ihnen alle Karrieretüren offen.

Genosse IT-Freiberufler 44
Die Beratungsgenossenschaft K-42 bietet Freelancern mehr als ein loses Netzwerk.

COMPUTERWOCHE.de

Highlights der Woche

Zwischen Skype und Telepresence

Um die richtige Videokonferenzlösung für das Unternehmen zu finden, bedarf es einer genauen Analyse.

www.computerwoche.de/1233072

HTML5 – Fragen und Antworten

Mit dem neuen Web-Standard kommen jede Menge Anwenderfragen auf. Wir beantworten die zwölf wichtigsten.

www.computerwoche.de/2493661

COMPUTERWOCHE

Exklusiv für Sie: Die COMPUTERWOCHE-Abo-Pakete

Noch nicht abonniert? Jetzt aber los!

- ✓ Mehr erfahren, viel sparen: Erhalten Sie geballtes Fachwissen im Kombi-Paket zum sensationell günstigen Preis
- ✓ Vorsprung durch Wissen: Fundiertes Know-how von Experten exklusiv im Abo
- ✓ Versandkostenfrei: Druckfrisch und top-aktuell auf Ihrem Schreibtisch
- ✓ Wählen Sie aus einer Vielzahl exklusiver Prämien

JETZT NEU!
COMPUTERWOCHE
auch für Ihr iPad

Alles rund um die Abo-Pakete Ihrer COMPUTERWOCHE finden Sie unter
www.computerwoche.de/aboshop

Das sind Deutschlands beste Systemhäuser

COMPUTERWOCHE und ChannelPartner haben die besten Systemhäuser 2011 gekürt. Knapp 2600 Anwender bewerteten dafür fast 6000 Projekte nach Kundenfreundlichkeit, Qualität und Projekt-Management. Jetzt stehen die Sieger fest.



So sehen Sieger aus. Hinten v.l.n.r.: Harald Tews, Schuster & Walther; Joachim Hackmann, COMPUTERWOCHE; Thorsten Eckau und Sebastian Wolfram, beide Dualutions; Manfred Lackner, Profi Engineering; Hubert Rohrer, Allgeier IT Solutions; Erich Striedacher und Martin Seeger, beide Kumatronik. Vorne v.l.n.r.: Sandro Walker, Advanced Unibyte; Elmar König, Bechtle; Michael Krämer, Krämer IT; Alexander Hartmann, Sysback; Frank Richter, Cancom; Stefan Brotzler, Datalog; Christian Meyer, ChannelPartner.

Auch in diesem Jahr haben die COMPUTERWOCHE und ChannelPartner die Anwender nach den besten Systemhäusern Deutschlands gefragt. Fast 2600 haben geantwortet und zwischen April und Juni rund 6000 Projekte bewertet. Nun stehen die Sieger fest. Im Rahmen einer festlichen Gala Ende August in Düsseldorf erhielten die Gewinner die begehrten Urkunden.

Wie in den vergangenen Jahren wurden die Systemhaus-Awards in drei Kategorien vergeben:

- **Kleine Anbieter** (bis 50 Millionen Euro Jahresumsatz),
- **mittlere Anbieter** (zwischen 50 und 250 Millionen Jahresumsatz),
- **große Anbieter** (mehr als 250 Millionen Euro Jahresumsatz).

Beilagenhinweis

Vollbeilagen: DOAG e.V., Berlin; COMPUTERWOCHE-Beilage CW plus „Cloud“ und „Performance Index“ (Leserbefragung).

An der Spitze der großen Systemhäuser blieb alles beim Alten. Es gewann zum dritten Mal hintereinander Cancom vor Bechtle, obwohl sich die neue und alte Nummer eins im Kundenurteil von 1,68 (2010) auf 1,79 verschlechtert hat (Beurteilung nach Schulnoten). Bechtle verbesserte sich dagegen von 2,05 auf 1,91. Platz drei ging an Allgeier, das sich gegenüber dem Vorjahr von 2,43 auf 1,92 deutlich steigerte. Die Telekom-Tochter T-Systems stagniert traditionell zwischen Werten von 2,6 und 2,8.

Ein neues Führungstrio gibt es in der Umsatzklasse zwischen 50 und 250 Millionen Euro. Den dritten Rang errang wie schon 2008 und 2009 Datalog. Gegenüber 2010 (Platz neun) verbesserte sich der Lizenzspezialist um mehr als eine halbe Notenstufe von 2,02 auf 1,44. Zum ersten Mal in die Wertung hat es Sysback geschafft und auf Anhieb mit einer Note von 1,38 den zweiten Platz erobert. Nur knapp besser liegt der neue Spitzenreiter Profi Engineering mit einer Durchschnittsnote von 1,36.

In der Liga unterhalb der 50-Millionen-Euro-Grenze hat es der Sieger der letzten

Die Sieger in den Kategorien

Kleine Anbieter	Bewertung
1. (1) Schuster & Walther	1,19 (1,18)
2. (-) Krämer IT	1,28 (-)
3. (2) Advanced Unibyte	1,37 (1,73)

Mittlere Anbieter	Bewertung
1. (8) Profi Engineering	1,36 (1,98)
2. (-) Sysback	1,38 (-)
3. (9) Datalog	1,44 (2,02)

Große Anbieter	Bewertung
1. (1) Cancom	1,79 (1,68)
2. (2) Bechtle	1,91 (2,05)
3. (-) Allgeier	1,92 (2,43)

(In Klammern Vorjahresergebnisse)

zwei Jahre auch 2011 wieder geschafft, die Konkurrenz zu distanzieren. Mit einer Note von 1,19 konnte Schuster & Walther die Verfolger auf Abstand halten. Advanced Unibyte, im vergangenen Jahr noch Zweiter, büßte einen Platz ein, obwohl man sich im Kundenurteil von 1,73 auf 1,37 verbesserte. Der Anbieter musste die erstmals in die Wertung aufgenommene Krämer IT (1,28) auf Platz zwei vorbei ziehen lassen.

Aufsteiger und Newcomer

Neben den Trophäen in den drei Umsatzkategorien gab es auch in diesem Jahr Sonderpreise. Den Titel „Aufsteiger des Jahres“ sicherte sich die Kumatronik GmbH. Sie verbesserte sich gegenüber 2010 um 0,82 Notenpunkte. Das ist die höchste Steigerung unter allen Systemhäusern. Den Award für den „Newcomer des Jahres“ gewann Dualutions. Unter allen Neulingen erzielte das Systemhaus mit 1,45 die beste Bewertung. Das Ranking der besten Weiterempfehlungen entschied Krämer IT vor Schuster & Walther für sich. Auf den dritten Rang kam MR Datentechnik. (ba)

Server-Hersteller mit gutem Geschäft

Das weltweite Server-Geschäft brummt. IDC zufolge verbuchten die Anbieter das sechste Quartalswachstum in Folge. Vor allem Highend-Systeme sind gefragt.

Die Server-Nachfrage zieht rund um den Globus weiter an, lautet das Fazit der Marktforscher von IDC. Demnach stieg im zweiten Quartal 2011 der weltweite Umsatz um 17,9 Prozent auf 13,2 Milliarden Dollar. Auch bei den ausgelieferten Stückzahlen gab es ein Plus von 8,5 Prozent gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum auf 2,1 Millionen verkaufte Einheiten.

In allen drei von IDC beobachteten Server-Klassen ging es beim Umsatz aufwärts: Volume-Server und Midrange-Enterprise-Systeme legten mit plus 16,6 und 16,7 Prozent praktisch gleich stark zu. Noch deutlicher fiel das Plus bei den Highend-Enterprise-Servern mit 22,8 Prozent aus. Bereits im vorhergehenden Vierteljahr waren die Erlöse in allen drei Klassen im Jahresvergleich gestiegen.

Weltweite Server-Umsätze Q2/2011

Hersteller	2. Quartal 2011		2. Quartal 2010		Umsatzwachstum
	Umsatz	Marktanteil	Umsatz	Marktanteil	
1. IBM	4008	30,5%	3219	28,9%	24,5%
2. HP	3922	29,8%	3589	32,2%	9,3%
3. Dell	1814	13,8%	1725	15,5%	5,1%
4. Oracle	941	7,2%	903	8,1%	4,2%
5. Fujitsu	849	6,5%	363	3,3%	133,6%
... Andere	1621	12,3%	1355	12,1%	19,7%
Gesamt	13.156	100%	11.154	100%	17,9%

Angaben in Millionen Dollar; Quelle: IDC

Für die zweite Jahreshälfte ist IDC allerdings weniger optimistisch. „Es war ein außergewöhnlich starkes Quartal“, sagte IDC-Analyst Matt Eastwood. Die schlechteren makroökonomischen Bedingungen überall auf der Welt könnten für den Rest des Jahres die Nachfrage nach neuen Servern dämpfen.

Auf Seiten der Hersteller liegen IBM und Hewlett-Packard mit 30,5 und 29,8 Prozent Anteil vom Gesamtumsatz fast gleichauf an der Spitze. Big Blue konnte 24,5 Prozent mehr einnehmen als ein Jahr zuvor und seinen Marktanteil dank guter Verkäufe von „System x“, Power-Systemen und „System-z“-

Mainframes um 1,6 Prozentpunkte steigern. Der Umsatzanteil von HP stieg vor allem dank solider Nachfrage nach „Proliant“- und Blade-Servern um 9,3 Prozent. Dahinter folgen Dell (13,8 Prozent), Oracle (7,2 Prozent) und dessen Sparc-Partner Fujitsu (6,5 Prozent).

Mainframes sind gefragt

Der Markt für Nicht-x86-Systeme (Risc, Epic/Itanium, Cisc) wuchs gegenüber dem Vorjahresquartal um 23,3 Prozent auf 4,8 Milliarden Dollar. Damit expandierte dieses Segment zum zweiten Mal hintereinander stärker als der Gesamtmarkt. Ursache war vor allem die starke Nachfrage nach Unix-Servern und Mainframes.

Unix-Server legten um 1,5 Prozent auf 2,9 Milliarden Dollar zu. Das sind 22 Prozent vom Server-Gesamtumsatz. Für die Mainframes von IBM ging es mit 61,1 Prozent Umsatzplus auf 1,2 Milliarden Dollar – das sind neun Prozent von Gesamtmarkt – bereits im vierten Quartal in Folge bergauf.

Linux im Aufwärtstrend

Auch bei Linux-Servern hält der Aufwärtstrend an. Die Einnahmen stiegen hier im siebten Quartal in Folge, diesmal um 47,5 Prozent auf 2,7 Milliarden Dollar oder 20,5 Prozent vom Gesamtmarkt. Dazu habe das HPC-System „K-Computer“ von Fujitsu in Japan signifikant beigetragen, hieß es von Seiten IDCs.

Anhaltend starkes Wachstum gab es auch bei Windows-basierenden Servern mit 12,4 Prozent mehr Umsatz auf 5,9 Milliarden Dollar oder 45,5 Prozent der gesamten Erlöse im Servermarkt. 71 Prozent aller im zweiten Quartal dieses Jahres verkauften Server liefen mit dem Microsoft-Betriebssystem. (tc)

Shoppen für den Wahlkampf



TRENDWENDE im E-Commerce

Social Shopping etabliert sich langsam im deutschen Online-Handel. Für Anbieter und Plattformbetreiber entstehen damit neue Herausforderungen.

Von **Trixy Freude***

Käufer bevorzugen Produkte, die ihnen empfohlen werden. Während sie früher Freunde, Bekannte und Nachbarn um ihre Meinung baten, hat sich der Kreis derer, die etwas empfehlen können, im Internet-Zeitalter sprunghaft vergrößert.

Viele Online-Shops profitieren von einer „Kunden kauften auch...“-Anzeige. Noch mehr interessiert den Käufer heute jedoch, wie die anderen Konsumenten das Produkt beurteilen. Social Shopping heißt der Trend, der neben immer ausgefeilteren Bewertungssystemen vor allem auf Individualisierbarkeit setzt.

Gefühl für den Kunden entwickeln

Social Shopping verlangt von Händlern und Markenherstellern, den Kunden einzubeziehen. Ihm soll das Gefühl vermittelt werden, dass ihn mit dem Anbieter und mit anderen Käufern etwas verbindet. Das kann ein Produkt oder eine Einstellung sein – eben etwas, das ihn von der Masse der anderen Konsumenten abhebt, obwohl es sich bei dem beworbenen Produkt zumeist um Massenware handelt. Die Ausprägungen im so genannten Social Commerce sind vielfältig. Shops nutzen häufig Bewertungs- und Kommentarfunktionen, mit denen sich Kunden untereinander über Produkte austauschen können. Andere bieten die Möglichkeit, T-Shirts mit individuellen Botschaften zu bedrucken und auf der eigenen