

COMPUTERWOCHE

www.computerwoche.de

SOFTWARE DEFINED X

*Netze, Speicher, Data Center:
Wie sich die IT-Versorgung
flexibilisieren lässt.*

Hilfe – ein Lizenz-Audit steht bevor

Warum Unternehmen immer wieder hereinfallen und wie sie sich auf die Softwarekontrollen vorbereiten können.

Seite 32

Rechtsfragen zu Social Media

Für Unternehmen ist das Social Web – insbesondere in rechtlicher Hinsicht – oftmals noch Neuland. Sie übersehen jede Menge Risiken.

Seite 34

Software Defined X

12

Software Defined Data Center, Software Defined Network, Software Defined Storage – mit diesen Konzepten soll die IT-Versorgung in den Unternehmen flexibilisiert werden.

Einkaufsführer MDM

28

Lösungen für das Mobile Device Management (MDM) gibt es inzwischen zuhauf. Wir haben – je nach Anforderungsprofil der Anwender – die interessantesten herausgepickt.

Hilfe, Lizenz-Audit steht bevor

32

Was tun, wenn die großen Softwarehäuser an die Tür klopfen, um zu prüfen, ob ihre Software vertragsgemäß eingesetzt wird?


COMPUTERWOCHE.de

Highlights der Woche

Abwehr von Botnet-Attacken

Das Advanced Cyber Defense Center (ACDC) bietet wichtige Ergänzungen für Anti-Botnet-Tools. www.computerwoche.de/2546682

Der Oktoberfest-Netztest

Wir haben geprüft, ob es die großen Mobilfunker schaffen, Wiesn-Besucher hinreichend zu versorgen. www.computerwoche.de/2547345

Titelfoto: eugeniya_m/fotolia.com

In dieser Ausgabe

Trends & Analysen

- 6 Unruhe in Oracles Vertriebsmannschaft**
President Mark Hurd will, dass die Verkäufer auch an Hardwarezielen gemessen werden.
- 10 Splunk-Anwenderkonferenz**
Das Big-Data-Start-up verbessert die Benutzerfreundlichkeit, um Fachbereiche zu adressieren.

Produkte & Praxis

- 24 Die Profi-Features von Windows 8.1**
Neben vielen Optionen für die Startseite bietet das System eine bessere Einbindung mobiler Devices.
- 27 Collaboration-Trend treibt ECM-Markt**
Anwender wollen die dokumentenbasierte Zusammenarbeit verbessern.

IT-Strategien

- 34 Social Media aus rechtlicher Sicht**
Juristische Fragen und Antworten zum Thema Social Web und Social Enterprise.
- 37 IT-Karriere bei der Allianz**
COO und IT-Vorstand Alexander Vollert übernimmt die deutsche Geschäftsführung.

Job & Karriere

- 40 Bewerbung mit Handicap**
Ob und wann sollte ein Kandidat sagen, dass er behindert ist? Personaler helfen weiter.
- 44 Warum Employer Branding?**
Die CW erklärt, warum sich diese Investition lohnt.

MINDBREEZE INSPIRE

MIT BIG DATA ZIELGERICHTET ZUM GESCHÄFTSERFOLG



Big Data souverän nutzen und erfolgreich einsetzen.
 Punktgenaue Informationen in Sekundenbruchteilen und über verschiedene
 Datenquellen hinweg einsehen. Relevante Fakten übersichtlich zusammengestellt.
 Verblüffend einfach und effizient. InSpIration fürs Business.

Was die anderen sagen

Seiten-Spiegel

„Am Anfang von allem aber stünde die Entwicklung eines europäischen Digitalbewusstseins, eine Art zweite Epoche der Aufklärung, Geschmacksrichtung Internet. Es braucht eine echte, selbstbewusste und auch hoffnungsfrohe Europäische Digitalcharta, die von der Kultur über die Grundrechte bis zur Technologie ein europäisches Werteverständnis für die kommende Digitale Gesellschaft formuliert. Denn offensichtlich unterscheidet sich schon das, was Barack Obama unter digitaler Gesellschaft versteht, diametral von der europäischen Sicht.“

Sascha Lobo auf „**Spiegel.de**“ zu Konsequenzen aus der Spähaffäre



„Es wird keinen Weg geben, herauszufinden, wer du bist und wo du dich aufhältst.“

John McAfee zu „**Mercury News**“ über sein geplantes Anti-Überwachungs-Gadget

„Icahn deutete an, dass der Apple-Verwaltungsrat sich gegen eine Aufstockung des Rückkaufsperre. Das Gespräch mit Cook sei an dieser Stelle etwas ‚holrig‘ geworden. Icahn ließ dagegen offen, wie Cook selbst zu dem Thema steht. Der Investor versicherte aber zum Abendessen: ‚Ich habe es genossen.‘ Was es gab, wollte er nicht verraten. Investoren schielen schon lange auf Apples Geldberg, der bis Ende Juni auf 146,6 Milliarden Dollar angewachsen war.“

Das „**Manager Magazin**“ über die Forderungen von Carl Icahn an Apple

„Der genaue Suchalgorithmus ist ein streng gehütetes Geheimnis von Google. Bekannt ist, dass das Unternehmen über den sogenannten ‚Page Rank‘ die Anzahl der Verweise von Webseiten untereinander berücksichtigt. Wer häufig verlinkt wird, landet in der Liste der Suchergebnisse also weiter oben. In den letzten Jahren führte Google immer mehr Faktoren zur Personalisierung der Suchergebnisse ein. Sie sollen damit speziell auf den jeweiligen Nutzer zugeschnitten werden.“

Das „**Handelsblatt**“ über Googles neuen Such-Algorithmus

CW-Kolumne

Innovationsbremse Vertrieb

Für die Vertriebsmannschaften der großen Softwarehäuser geht es gestern wie heute in erster Linie darum, die großvolumigen Lizenz-Deals unter Dach und Fach zu bringen. Ordern Konzerne neue Software für Tausende von Mitarbeitern, kann der gewiefte Sales-Profi viel Geld verdienen. Mit Turbo-Provisionen und Boni-Beschleunigern kommen da schon Mal siebenstellig Dollar-Beträge im Jahr zusammen. Und auch wenn die Materie komplex ist – ganze Pre- und Post-Sales-Abteilungen sowie Service und Support stehen bereit, um den Kunden die Software schmackhaft zu machen.

Für den Vertriebler zählt nur die Unterschrift unter dem Lizenzvertrag. Doch die Software-Welt verändert sich. Kunden verlangen mehr Flexibilität, und die Hersteller singen mittlerweile alle das Hohelied auf die Cloud. Dort sollen Anwender flexibel Software-Services je nach Bedarf buchen können. Das gefällt nicht allen Verkäufern. Für Experimente sind sie in der Regel nicht zu haben. Mieteinnahmen, die mal höher und mal niedriger ausfallen können, sind längst nicht so lukrativ wie die klassischen Lizenz-Deals. Hinzu kommt, dass sich ihre Arbeitgeber mit dem Cloud-Umstieg grundsätzlich schwertun.

Oracle, so schreiben nun US-Medien, habe ein Vertriebsproblem (siehe Seite 6). Unsinn, möchte man meinen, wenn man sich die Bilanzen ansieht. Schließlich konnte Oracle in den vergangenen Jahren kontinuierlich Umsatz und Gewinn steigern. Auch wenn die verwöhnten Investoren das eine oder andere Mal mäkelten, dass die Steigerungsraten hätten höher ausfallen können, scheint auf den ersten Blick im Sales alles bestens zu laufen.

Doch der Schein trügt. Problematisch sind derzeit (noch) nicht die Zahlen, sondern die Strukturen und Mechanismen, wie Software heute verkauft wird. Das gilt für Oracle wie für alle großen Softwarehersteller. Wenn es IBM, Microsoft, SAP und Co. ernst meinen mit ihren Software-Innovationen, müssen sie sich überlegen, wie sie ihre Sales-Organisationen dafür neu aufstellen und begeistern können. Ein weites Feld ...

Martin Bayer
Stellvertretender
Chefredakteur CW



COMPUTERWOCHE auf dem iPad

Lesen Sie die neueste Heftausgabe schon am Freitag – digital auf Ihrem iPad!

Die beliebte iPad-Ausgabe der COMPUTERWOCHE nutzt in der aktuellen Version alle Möglichkeiten, die das iPad bietet. Sie bietet eine hohe Lade-geschwindigkeit und hilft Anwendern, die auf eine neuere iPad-Version wechseln wollen, ihre einmal erworbenen Einzelhefte mit geringem Aufwand in optimierter Qualität wiederherstellen. Hinzu kommen ständig neue Detailverbesserungen bei

Grafik und Usability. Die iPad-Ausgabe bietet ferner die von vielen Lesern gewünschte Druckfunktion, mit der sich einzelne Ausgaben der COMPUTERWOCHE problemlos über AirPrint-fähige Druck-Setups zu Papier bringen lassen. Push-Benachrichtigungen informieren unsere iPad-Leser – deren Zustimmung vorausgesetzt – über neu eingestellte Ausgaben. So erfahren Sie sofort, wenn die aktuellste COMPUTERWOCHE am digitalen Kiosk verfügbar ist.



Triumvirat gegen Gates

Drei der 20 größten Investoren von Microsoft machen Stimmung gegen Bill Gates als Board-Vorsitzenden. Derweil läuft die Suche nach einem neuen CEO.

Von Joachim Hackmann*

Bei Microsoft soll nach dem bevorstehenden Abschied von CEO Steve Ballmer und der Übernahme der Mobilfunksparte von Nokia kein Stein mehr auf dem anderen bleiben – das hoffen zumindest drei Investoren, die mit ihrer von „Reuters“ kolportierten Forderung, nun auch den Gründer und langjährigen Board-Vorsitzenden Bill Gates abzulösen, Schlagzeilen machen. Die Großaktionäre fürchten, Gates könne den notwendigen Umbau des Konzerns bremsen. Microsoft ist dabei, sein Geschäftsmodell weg vom reinen Softwareverkauf und hin zu Services und Endgeräten weiterzuentwickeln. Office 365 und Azure sind Produktlinien, die für diesen Wandel stehen, auch das bislang wenig erfolgreiche Surface-Tablet.

Die Forderung sorgt – wenig überraschend – für Aufregung im Unternehmensumfeld, denn Gates hat immer noch viele Fans. Ein Microsoft ohne das milliarden-schwere Denkmal an der Board-Spitze ist für sie schlicht undenkbar. Gates hatte ja auch gerade erst angekündigt, wieder stärker mitmischen zu wollen, um einen geeigneten CEO für Microsoft zu finden.

Wird Ford-Chef Mulally der Neue?

Ford-CEO Alan Mulally gilt als heißer Kandidat für diesen Posten, obwohl er mit 68 Jahren nicht gerade ein Digital Native ist und außerdem aus einer anderen Branche kommt. Laut „Wall Street Journal“ soll der Ford-Chef dennoch der Favorit unter den behandelten Kandidaten sein.

Mulally genießt in seiner Branche einen hervorragenden Ruf, gilt als branchenüber-



Ford-Boss **Alan Mulally** – mit 68 Jahren im richtigen Alter für den Microsoft-Chefsessel?

greifend gut vernetzt und trieb als Chef des Autokonzerns die IT-Innovationen im Auto voran. Die technische Basis des Ford-eigenen Infotainment-Systems „Sync“ entstand im Rahmen einer Kooperation mit Microsoft. Zudem stand Mulally Steve Ballmer beratend zur Seite, als der scheidende Microsoft-CEO eine neue Management-Struktur entwarf und im vergangenen Sommer einführte.

Weitere Anzeichen für einen möglichen Wechsel sind Mulallys Verbundenheit zur Stadt Seattle. Das Unternehmen hat dort ebenso wie

Microsoft seinen Hauptsitz, und Mulally hat mehrfach betont, in die Region zurückkehren zu wollen. Außerdem hat das Aufsichtsgremium von Ford einem „Reuters“-Bericht zufolge dem Top-Manager die Möglichkeit eingeräumt, vorzeitig von seinem Posten zurückzutreten.

In den US-Medien werden als Favoriten auf den Chefposten ansonsten vor allem gegenwärtige und ehemalige Microsoft-Manager gehandelt. Zum Favoritenkreis dürfte Stephen Elop gehören, der früher Management-Positionen bei Microsoft bekleidete, dann als CEO die Geschicke von Nokia lenkte und jetzt mit dessen Mobilfunksparte nach Redmond zurückkehrt. Häufig genannt werden zudem Microsofts Marketing-Verantwortliche Tami Reller, der langjährige VMware-CEO Paul Maritz, der zuvor Microsoft-Manager war, sowie Tony Bates, der mit der Übernahme von Skype zu Microsoft wechselte. ◀

*Joachim Hackmann
jhackmann@computerwoche.de



Communication World 2013

Die Plattform für mobile Entscheider

- Zentrale B2B-Fachmesse zum Thema Enterprise Mobility
- Open Conference: Praxisnah und anwenderorientiert
- Know-how-Transfer: Innovative Strategien und Lösungen

Sichern Sie sich jetzt Ihr kostenloses Besucherticket*! Aktionscode: CW2L2

Informieren Sie sich jetzt über die Fachmesse mit Konferenz unter: www.communication-world.com



COMMUNICATIONWORLD
Intelligent mobility

6.–7. November 2013
MOC Veranstaltungszentrum
München

*Lösen Sie den Aktionscode unter www.communication-world.de/tickets ein.

Die Unruhe in Oracles Vertriebsmannschaft wächst

Schon seit einiger Zeit bemüht sich Oracle-President Mark Hurd, sein Vertriebsteam auf einen neuen Kurs zu bringen. Doch das stößt nicht nur auf Gegenliebe. Berichten zufolge verlassen erfahrene Sales-Profis den Konzern.

Von Martin Bayer*

Unter den Vertriebsmitarbeitern von Oracle gärt es. Die Maßnahmen, mit denen President Mark Hurd mehr aus seiner Sales-Mannschaft herausholen möchte, sorgen offenbar für wachsende Unruhe. Immer mehr Vertriebs-Profis kehren dem zweitgrößten Softwarehersteller der Welt den Rücken, berichtete jüngst das amerikanische Online-Magazin „Business Insider“.

Um das seit vielen Quartalen schwächelnde Hardwaregeschäft endlich in Schwung zu bringen, sollen die Oracle-Verkäufer demnach neben ihren Zielvorgaben für Software auch bestimmte Hardwarequoten erfüllen. Darüber hinaus sollen sie sich offenbar dezidiert auf einzelne Softwareprodukte spezialisieren und sich dafür das entsprechende Know-how aneignen. „Ich bin überzeugt, dass Verkäufer, die ihre Produkte nicht kennen, offen gesagt wertlos für die Kunden sind“, hatte der Oracle-Manager bereits im April dieses Jahres auf einer User-Group-Konferenz in Denver gesagt. Es solle in Zukunft einfacher für Oracle-Kunden werden, mit ihrem Softwarelieferanten zusammenzuarbeiten, versprach Hurd damals.

Ärger um Hardwarequote

Was für die Kunden von Vorteil ist, stößt indes in den Reihen der Oracle-Vertriebler auf Widerstand. Die Sales-Mannschaft des US-Konzerns gilt Branchenbeobachtern zufolge als aggressiv. Kunden würden oft von mehreren verschiedenen Vertriebsstellen angegangen. Außerdem soll es Oracle-

intern einen harten Wettbewerb um bestimmte Kunden geben. Speziell die Hardwarequote stößt den Sales-Mitarbeitern sauer auf. Werden die Ziele in diesem Bereich nicht erfüllt, kann der Softwareverkauf noch so erfolgreich gewesen sein – die zuvor vereinbarten Kompensationen und Boni sind den Berichten zufolge in diesem Fall passé. Zudem tun sich die angestammten Softwareverkäufer offenbar mit dem Hardwarevertrieb schwer.

Oracle dementiert

Beide Geschäftsfelder sind völlig verschieden. Beispielsweise müsse man beim Verkauf von Hardwaresystemen auch damit verbundene Reparaturkonditionen mit berücksichtigen. Außerdem sind die Ansprechpartner in den Unternehmen meist andere als die Softwareeinkäufer. „Business Insider“ zitiert frustrierte Oracle-Verkäufer, die darüber klagen, keine Chance zu haben, die teuren Engineered Systems aus der „Exa“-Reihe zu verkaufen und deshalb herbe fi-

nanzielle Einbußen hinnehmen mussten. In der Folge hätten deshalb bereits eine Reihe von erfahrenen Vertriebs-Profis das Weite gesucht und bei anderen Software-Companies angeheuert.

Oracle weist die Berichte als völlig überzogen zurück. Befürworter von Hurds Strategie erklärten, dass es in einer Vertriebsorganisation – gerade in einer Dimension wie bei Oracle – immer eine gewisse Fluktuation gebe. Von einer Abwanderungswelle könne keine Rede sein. Der Softwarehersteller hatte seine Vertriebsmannschaft erst im vergangenen Geschäftsjahr, das im Mai endete, um 4.000 weitere Mitarbeiter aufgestockt und ist nach Angaben von Hurd laufend dabei, weitere Sales-Profis anzuwerben. Insgesamt beschäftigte Oracle im Frühjahr 2013 rund 33.000 Menschen in seiner Sales- und Marketing-Abteilung, das entspricht mehr als einem Viertel der etwa 120.000 Köpfe zählenden Gesamtbelegschaft.

Risiken durch Restrukturierung

In seinem jüngsten Jahresbericht räumte Oracle indes mögliche Risiken im Zuge des Aus- und Umbaus seiner Vertriebstruppe ein. Man habe eine signifikante Zahl neuer Mitarbeiter eingestellt und die Teams neu organisiert, hieß es dort. In der Vergangenheit hätten sich solche Maßnahmen in einer vorübergehend verringerten Produktivität ausgewirkt, bis sich die Sales-Mitarbeiter in ihren neuen Rollen und Verantwortlichkeiten zurechtgefunden hätten.

Viel Geduld dürfte die Oracle-Spitze allerdings wohl nicht aufbringen. Der Konzern, der seine Aktionäre in den vergangenen Jahren im Zuge seiner zahlreichen Akquisitionen mit starken Wachstumsraten beglückt hatte, verfehlte in den zurückliegenden Quartalen die Erwartungen der Analysten. ▶

Oracle-President Mark Hurd will seine Verkäufer durch Quoten zu mehr Hardwaregeschäft anstacheln.



Beilagenhinweis —

Vollbeilage: BARC GmbH, 97080 Würzburg;
Umleger: IDG Business Media GmbH.

*Martin Bayer
mbayer@computerwoche.de

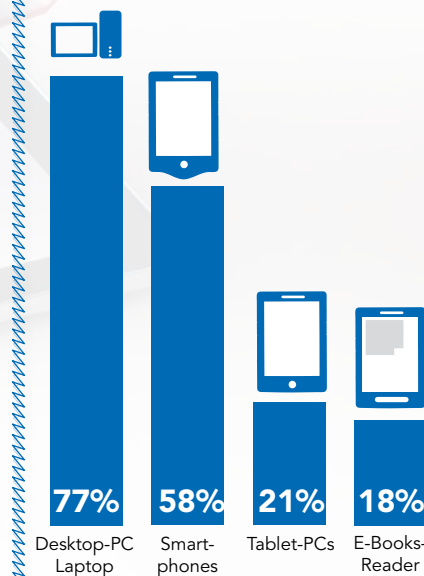


Bitkom-Untersuchung: E-Books bei Deutschen immer beliebter

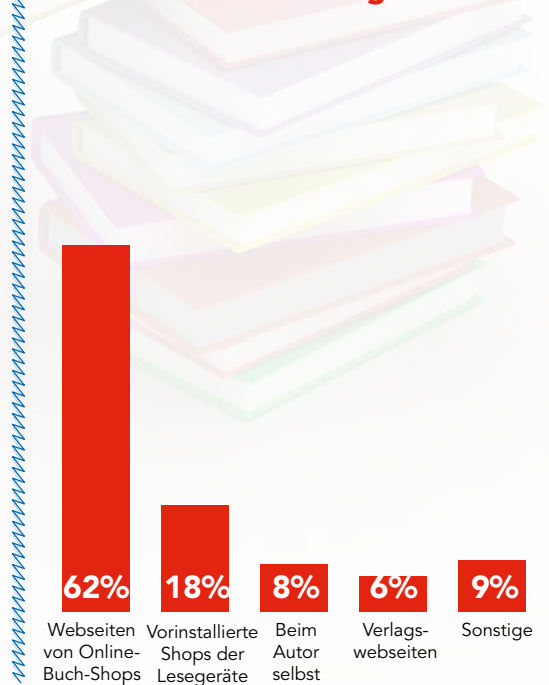
Wer liest E-Books?



Auf welchen Geräten werden E-Books gelesen?



Wo werden E-Books gekauft?



Ein Fünftel (21 Prozent) aller Bundesbürger liest heute elektronische Bücher (E-Books). Das geht aus einer aktuellen Studie des Hightech-Verbands Bitkom hervor, für die 2.500 Personen zur Nutzung von E-Books befragt wurden. Danach liegt der Anteil der E-Book-Nutzer in der Bücher lesenden Bevölkerung – das sind 75 Prozent der Deutschen – sogar bei 29 Prozent.

„E-Books sind in der breiten Bevölkerung angekommen und haben sich zu einem Massenmarkt entwickelt“, sagte Bitkom-Vizepräsident Achim Berg im Vorfeld der Frankfurter Buchmesse. „Das Po-

tenzial für ein weiterhin hohes Wachstum des E-Book-Markts ist groß.“ So können sich laut Umfrage 27 Prozent der noch Zurückhaltenden vorstellen, in Zukunft digitale Bücher zu lesen.

Gleichzeitig wächst die Basis von Geräten, die sich gut für das Lesen von E-Books eignen. Nach Bitkom-Prognosen werden im Jahr 2013 rund acht Millionen Tablet-Computer und 832.000 spezielle E-Book-Reader in Deutschland verkauft. Bitkom-Sprecher Berg: „Tablet Computer werden voraussichtlich das wichtigste Mediengerät – auch für E-Books.“

(jm)

Internationale E-Book-Portale mit großen AGB-Mängeln

Stiftung Warentest kritisiert Defizite in den AGBs von Amazon und anderen.

In ihrer Oktoberausgabe hat die Stiftung Warentest zehn E-Book-Portale unter die Lupe genommen. Das Ergebnis ist vor allem in einem Punkt überraschend: Es hakt fast überall bei den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs). Hier hat unter den internationalen Anbietern einzig Google Bedingungen formuliert, „die den deutschen Rechtsnormen weitestgehend entsprechen“.

Unzulässig, unverständlich

Amazon.com, Apple, Kobo (kanadisch-japanischer Buchhändler) und Sony „leisten sich deutliche oder sehr deutliche Mängel in ihren AGBs.“ So wolle

Amazon gegenüber deutschen Verbrauchern luxemburgisches Recht geltend machen. „Das ist unzulässig“, stellen die Berliner Verbraucherschützer fest.

Die AGBs von Sony seien „über weite Teile schlicht unverständlich“.

Kobo wiederum verlinkt bei den AGBs auf eine englischsprachige Seite mit „Terms of Use“. Allein schon der Umstand, dass die AGBs nicht in Deutsch abgehalten sind, macht sie ungültig. Sucht der Anwender lange ge-

nug, findet er irgendwann eine deutsche Version – allerdings „wimmelt“ diese „von unzulässigen Klauseln. Bezüglich des Datenschutzes gibt es ebenfalls Verbesserungspotenzial. Die entsprechenden Erklärungen seien „oft schwer verständlich“. Nicht alle Anbieter geben demnach an, wie Nutzer ihre Daten löschen können. Allerdings sendet keine der notwendigen Apps „sicherheitsrelevante Nutzerdaten unverschlüsselt über das Netz“.

Amazon und Apple liegen bezüglich der Auswahl an verfügbaren Büchern weit in Front. Laut Stiftung Warentest halten die beiden „das breiteste Sortiment“ vor. Amazon locke die Leseratten zudem mit vielen kostenlosen E-Books.

Am schmalsten ist der Untersuchung zufolge das Angebot von Google und Kobo. Auch das Telekom-Portal PagePlace bietet ein vergleichsweise kleines Sortiment. Dafür aber kann es mit den meisten Zeitungen und Zeitschriften aufwarten. Die Preise sind wegen der in Deutschland gültigen Buchpreisbindung auf allen Portalen identisch.

(jm)

