

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2018 – 23-24 11. Juni 2018 Nur im Abonnement erhältlich

VON IDG



Microsoft hat's getan ...

Den Kauf von GitHub finden Entwickler erklärungsbedürftig.

Seite 10

Exklusivstudie KI

Die meisten Projekte zielen auf interne Prozessoptimierung.

Seite 30

Viele Jobs auf der CEBIT

Lesen Sie, welche Arbeitgeber sich in Hannover präsentieren.

Seite 38

Viel Bewegung am digitalen Arbeitsplatz

Chat- und Collaboration-Tools sind im Kommen, aber die E-Mail können sie nicht verdrängen.

Seite 14

Satya Nadella krepelt Microsoft komplett um

„Jetzt setzen wir voll auf Open Source“, sagt CEO Satya Nadella. Die Übernahme von GitHub zeigt einmal mehr, wie radikal sich Microsoft verändert – und verändern muss.

Mit der Übernahme von GitHub hat Microsoft den Softwarecoup des Jahres gelandet. 7,5 Milliarden Dollar sind zwar ein stolzer Preis für das über 28 Millionen Entwickler zählende Netzwerk, doch das Geld dürfte gut angelegt sein. Immerhin bekommt Microsoft Zugang zur weltweit größten Plattform für Softwareentwicklung und damit zu einem riesigen Pool an Ideen und Innovationen. Der Deal ist auch ein Beleg dafür, wie tiefgreifend Microsoft-CEO Satya Nadella den Softwareriesen umbaut. Aussagen wie: „Jetzt setzen wir voll auf Open Source“ aus dem Mund eines Microsoft-Chefs wären vor einigen Jahren noch undenkbar gewesen. Vielmehr haftete dem Konzern lange das Image eines Monopolisten an, der Linux als Krebsgeschwür der Softwarebranche bezeichnete. Vergleicht man Nadellas Microsoft von heute mit dem Konzern eines Steve Ballmer vor gut einer Dekade, dann liegen Welten dazwischen.

Nadella hat begriffen, dass sich die alten Softwareparadigmen auflösen. Unternehmen wie Amazon, Apple, Google und Salesforce haben erfolgreiche Cloud-Kosmen aufgebaut, in denen sich Ökosysteme an Partnern und Entwicklern gebildet haben, die am laufenden Band neue Ideen, Services und Apps produzieren. Alle Beteiligten profitieren voneinander. Während sich andere Software-Urgesteine schwertun mit der neuen Realität und weiterhin an ihrem Closed-Shop-Ansatz festhalten, geht Microsoft diesen Weg mit. Nadella hat auch verstanden, dass es sich dabei um die richtige Kultur dreht. Die Kritik, wie Microsoft mit so mancher Übernahme umgegangen ist, mag berechtigt sein. Doch schon das Beispiel LinkedIn hat gezeigt, dass der Konzern dazulernt und nicht mehr alles mit Holzhammermethoden in die eigene Welt hineinpressen will. Bleibt zu hoffen, dass Nadella mit GitHub ein ebenso feines Händchen beweist.

Herzlich,
Ihr

Martin Bayer, Deputy Editorial Director



Martin Bayer,
Deputy Editorial Director



Weg von den Windows-Wurzeln

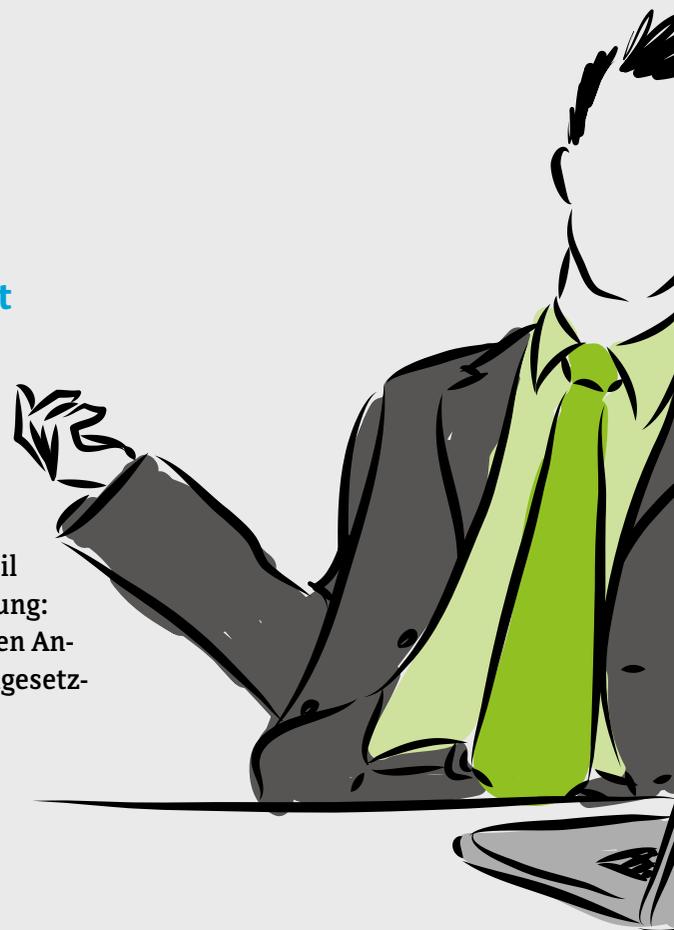
Lesen Sie, wie Microsoft-CEO Satya Nadella das Unternehmen umbaut:

www.cowo.de/3544680

▶ 14

Am digitalen Arbeitsplatz gibt es eine Konstante: die E-Mail

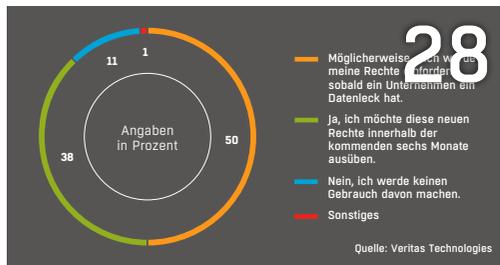
Deutsche Unternehmen sind zurückhaltend mit Home Office und flexiblen Arbeitszeiten. Auch halten sie oft noch an traditionellen Werkzeugen wie PC, Telefon und E-Mail fest. Doch die Dinge geraten in Bewegung: Sowohl bei den Endgeräten als auch den Anwendungen wächst die Vielfalt der eingesetzten Werkzeuge.

**Markt**

- 6 Adobe investiert in E-Commerce**
Für Magento Commerce legt das Softwareunternehmen 1,68 Milliarden Dollar auf den Tisch. Der Vorstoß ist eine Kampfansage an Salesforce, SAP, Oracle und Shopify.
- 10 Mit GitHub geht Microsoft ins Risiko**
Die Code-Sharing-Plattform ist dem Softwaregiganten aus Redmond 7,5 Milliarden Dollar wert. Jetzt gilt es für Microsoft, die Entwicklergemeinschaft, die Open-Source-Sympathien hegt, bei Laune zu halten.
- 11 SAP will mehr vom CRM-Kuchen**
Auf der Hausmesse Sapphire machten die Walldorfer deutlich, dass sie Salesforce das boomende Kunden-Management-Business nicht kampflos überlassen wollen.

**Technik**

- 20 Feiern auf der CEBIT**
Die Messemacher aus Hannover gehen mit der neuen „Festival-CEBIT“ im Juni ein Risiko ein. Doch Aussteller wie SAP, IBM und DXC sorgen dafür, dass Besucher auch fachlich auf ihre Kosten kommen.
- 24 RZ-Sicherheit in Krisenzeiten**
Katastrophen müssen nicht immer dazu führen, dass ein Rechenzentrum ausfällt. Mit gezielter Vorsorge und Planung sowie der Einrichtung eines Notbetriebs lässt sich das Schlimmste verhindern.
- 26 Watson assistiert HUF HAUS**
Der Fertighausbauer aus Rheinland-Pfalz hat mit Unterstützung von IBM ein „lernendes Haus“ errichtet.



Praxis

28 DSGVO und die Folgen

Am 25. Mai fiel der Startschuss für die Europäische Datenschutz-Grundverordnung. Bislang halten sich Lösch- und Auskunftersuchen noch in Grenzen. Doch das könnte sich bald ändern.

30 KI widmet sich internen Prozessen

Künstliche Intelligenz (KI) und Machine Learning zählen zu den meistdiskutierten Themen in der IT. Bislang nutzen Anwender diese Technologien allerdings vor allem dazu, interne Prozesse zu verbessern. Um neue Geschäftsmodelle geht es nur selten.



Job & Karriere

34 Mitarbeiter- vor Kundenakquise

Für Mindsquare-Chef Ferdinando Piumelli ist derzeit das Anheuern der richtigen Mitarbeiter wichtiger, als neue Aufträge zu akquirieren. Im CW-Gespräch begründet er seine Mitarbeiter- und Firmenphilosophie.

36 Entwickler und Security-Profis vorn

Pünktlich zu Beginn der CEBIT beklagt der Branchenverband Bitkom einmal mehr den Fachkräftemangel. Tatsächlich erstreckt sich dieser aber nicht auf alle Berufe in der IT.

38 Arbeitgeber auf der CEBIT

Auf der Messe suchen viele Unternehmen nach Verstärkung für ihre IT. 17 davon stellen wir in unserem Special vor.

72 Stellenmarkt

73 Impressum

74 IT in Zahlen



Magento rundet Adobes Angebot für Customer-Experience-Management ab

Mit der Ankündigung, den E-Commerce-Spezialisten Magento Commerce für 1,68 Milliarden Dollar zu übernehmen, bringt Adobe Bewegung in den Markt. Der Vorstoß ist eine Kampfansage an Salesforce, SAP, Oracle und Shopify.



Von Heinrich Vaske,
Editorial Director

Die Zeiten, in denen sich Adobe vorwiegend mit Kreativtools wie Photoshop und Indesign beschäftigte, sind endgültig vorbei. Die jetzt angekündigte Übernahme von Magento Commerce ist eine Investition in die strategisch wichtige „Experience Cloud“, in der Tools für das digitale Marketing und das Customer-Experience-Management angeboten werden. Dort klaffte bislang eine dicke Lücke im Segment E-Commerce, die Adobe nun schließen möchte.

Die Übernahme von Magento ist für Adobe nur unwesentlich kleiner als die von Omniture im Jahr 2009. Damals war der Softwarekonzern – ebenfalls mit einem Zukauf – in das digitale Werbegeschäft eingestiegen. Jetzt geht es

Adobe darum, mit der „Magento Commerce Cloud“ den Online-Handel zu erschließen und die bereits vorhandenen Produkte „Marketing Cloud“, „Advertising Cloud“ und „Analytics Cloud“ zu ergänzen. „Adobe ist die einzige Company, die führend in Content-Erstellung, Marketing, Werbung, Analytics und jetzt auch Commerce ist“, sagte CEO Shantanu Narayen vor der Presse. Man wolle personalisierte Kundenerfahrung über die gesamte Customer Journey hinweg ermöglichen – in Echtzeit. Adobe ergänzt also seine Plattform um einen weiteren Baustein, oder sollte man doch lieber Software-Suite dazu sagen?

Ebay-Ausgründung im Wert verzehnfacht

Magento war 2015 aus Ebay ausgegründet worden und für rund 150 Millionen Dollar in den Besitz von Private-Equity-Gesellschaften übergegangen, darunter federführend Permira. Die Software bietet ein Cloud-basiertes Ökosystem, um Online-Shops zu bauen, zu bewirtschaften und das Kundenverhalten in diesen Shops sowie im Social Web zu analysieren. Über Websites, die mit Magento gebaut wurden, läuft ein Bruttohandelsvolumen von mehr

Das sind die Finalisten des Digital Leader Award 2018

Der Digital Leader Award von Dimension Data und der COMPUTERWOCHE zeigt im Jahr 2018 erneut, wie Unternehmen aus verschiedensten Branchen ihre individuellen digitalen Herausforderungen angehen – und lösen.



Die DLA-Finalisten 2018

Create Impact

- Arvato Systems
- DKV Mobility Services
- REHAU

Shape Experience

- Eucon Digital
- Lufthansa Innovation Hub
- Rational AG
- W. Schraml Softwarehaus

Invent Markets

- Kaiserwetter Energy Asset
- Konzept Hotel Management
- Otto Group Media

Transform Culture

- Capgemini Consulting
- Commerzbank
- Empolis Information Management

Envision Strategy

- Daimler AG
- Rödl & Partner
- Schwan-STABILO Cosmetics

Digitize Society

- EWERK IT
- Klinikum Forchheim
- PMS Perfect Media Solutions

Rethink Marketing

- abl social federation
- comdirect bank
- Constantia Flexibles Group

Auch in der dritten Runde des Digital Leader Award haben sich wieder Digital Leader jeder Unternehmensgröße und vieler Branchen mit eindrucksvollen und spannenden Projekten um eine der begehrten Trophäen beworben. Im Vergleich zum Vorjahr haben die Bewerber 2018 bei ihren Einreichungen andere Schwerpunkte gesetzt, bedingt vor allem durch die fortschreitende digitale Transformation. Jury und Veranstalter haben dieser Entwicklung Rechnung getragen und das Kategorienkonzept entsprechend angepasst. Vollkommen neu gestaltet wurden für den Digital Leader Award 2018 drei Kategorien:

→ **„Rethink Marketing“** umfasst alle Bewerbungen, die die Kundenkommunikation im digitalen Zeitalter transformieren. Dabei geht es nicht nur um den Wandel des methodischen Unterbaus oder der Organisation der eigenen Marketing-Abteilung, sondern vor allem um Kommunikationskonzepte mit durchgängigen Customer Journeys.

→ Mit der neuen Kategorie **„Envision Strategy“** berücksichtigt der Digital Leader Award bereichsübergreifende und strategische Bewerbungen, die über den Scope eines einzelnen Projekts hinausgehen und sich deshalb kaum in einer speziellen Kategorie verorten lassen. Ausschlaggebend für den Erfolg dieser Initiativen im Wettbewerb ist, dass die Bewerber ihre strategische Vision nicht nur konzernweit und ganzheitlich konzipieren, sondern mit ihrer Zukunftsstrategie sämtliche Fachbereiche durchdringen und so die Basis für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens schaffen.

→ Schließlich wurden die beiden Vorjahreskategorien „Spark Collaboration“ und „Empower People“ zur neuen Kategorie **„Transform Culture“** zusammengelegt. Denn

Digitalisierung braucht Menschen, die sie vorantreiben, andere inspirieren und damit wesentlich zum Erfolg von Organisationen beitragen. Projekte, die das bewerkstelligen, werden in dieser Kategorie prämiert.

Unverändert blieben die Kategorien „Create Impact“, „Invent Markets“, „Shape Experience“ und „Digitize Society“. Während wie in den Vorjahren Bewerber ihre organisatorischen oder prozessualen Transformations-Initiativen in der Kategorie Create Impact einreichen konnten, finden Bewerbungen mit Bezug auf Produkte und Services weiter in den Kategorien Shape Experience und Invent Markets ihr Zuhause. Bei Shape Experience dreht es sich um digitale Neuerungen an bestehenden Produkten und Services, Invent Markets legt den Fokus auf Bewerbungen, die sich völlig neue Märkte erschlossen haben. In der Kategorie Digitize Society schließlich zeichnet die Jury des Digital Leader Award Bewerbungen aus dem Non-Profit-Bereich oder der öffentlichen Verwaltung aus.

In der Kategorie Transform Culture haben sich 2018 die mit Abstand meisten Digital Leader beworben. Wurden in den ersten beiden Jahren für den Wettbewerb noch viele Projekte, die Infrastrukturen, Prozesse oder Produkte transformieren, eingereicht, zeigt sich 2018: Die Unternehmen in Deutschland gehen nun verstärkt Change-Themen an, transformieren die Art zu arbeiten und entwickeln völlig neue Partizipationsmodelle für Mitarbeiter. Das Geheimnis, wer die Gewinner der begehrten Trophäen sind, wird auf der großen Award-Gala am 28. Juni 2018 in den Bolle Festsälen in Berlin gelüftet. Wollen Sie dabei sein? Dann nutzen Sie das Anmeldeformular auf der Website zum Event: www.digital-leader-award.de. (ba)