

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2019 – 25-26 24. Juni 2019 Nur im Abonnement erhältlich

VOICE OF DIGITAL



Wie IT das Siemens-Business antreibt

IT durchdringt alle Geschäftsbereiche. Wie das funktioniert, erklärt CIO Helmuth Ludwig im Interview.

Seite 28

Salesforce kauft Tableau

15,7 Milliarden Dollar steckt der SaaS-Spezialist in den Analytics-Ausbau.

Seite 6

Oracle kooperiert mit Microsoft

Die Clouds beider Anbieter werden künftig enger miteinander verzahnt.

Seite 24

Bosch sucht 25.000 IT-Mitarbeiter

Neue Produkte mit KI und IoT sollen das Geschäft der Zukunft sichern.

Seite 42

Cloud-Anbieter rüsten sich für das „Age of Data“

Google und Salesforce investieren Milliarden in ihr Analytics-Know-how. Ihr Ziel: Anwendern beim Aufbau datenbasierter Geschäftsmodelle zu helfen – und daran mitzuverdienen.

Zwei Milliarden-Deals sorgten in der ersten Juni-Hälfte für Schlagzeilen: Salesforce übernimmt Tableau (Seite 6) und Google schnappt sich Looker (Seite 8). Beiden Cloud-Protagonisten geht es dabei in erster Linie darum, ihr Analytics- und Visualisierungs-Standbein zu stärken. Interessanterweise scheinen beide einen ähnlichen Fahrplan zu verfolgen, obwohl sie aus verschiedenen Cloud-Ecken kommen – Google als Spezialist für Infrastructure as a Service (IaaS) und Salesforce als Pionier für Software as a Service (SaaS). Zuvor hatten beide Unternehmen Integrationsanbieter und Spezialisten für das API-Management übernommen – 2016 Google mit Apigee und zwei Jahre später Salesforce mit Mulesoft.

Treibende Kraft hinter all diesen Akquisitionen sind Daten. Zunächst geht es darum, die Infrastrukturen in den Anwenderunternehmen – on Premise wie in der Cloud – möglichst nahtlos miteinander zu verknüpfen, um Datensilos aufzulösen und die Datenströme ins Fließen zu bekommen. Im zweiten Schritt dreht sich dann alles darum, mit Hilfe von Datenanalysen und -Insights mehr beziehungsweise neues Geschäft zu generieren. Hier kommen Tableau und Looker ins Spiel.

Die Rechnung könnte aufgehen, zumal auch das Timing stimmt. Immer mehr Anwenderunternehmen erkennen, welchen Wert Daten haben. Schlagworte vom Data Business oder der Data Culture sind längst keine blanke Theorie mehr. Mit datenbasierten Geschäftsmodellen lässt sich gutes Geld verdienen. Damit verändert sich allerdings auch die Rolle der IT. Sie entwickelt sich mehr und mehr zum integralen Bestandteil des Business. Das erfordert jedoch eine neue Organisation. Wie das funktionieren kann, erklärt Siemens-CIO Helmuth Ludwig im COMPUTERWOCHE -Interview (Seite 28).

Herzlich,
Ihr

Martin Bayer, Deputy Editorial Director



Martin Bayer,
Deputy Editorial Director



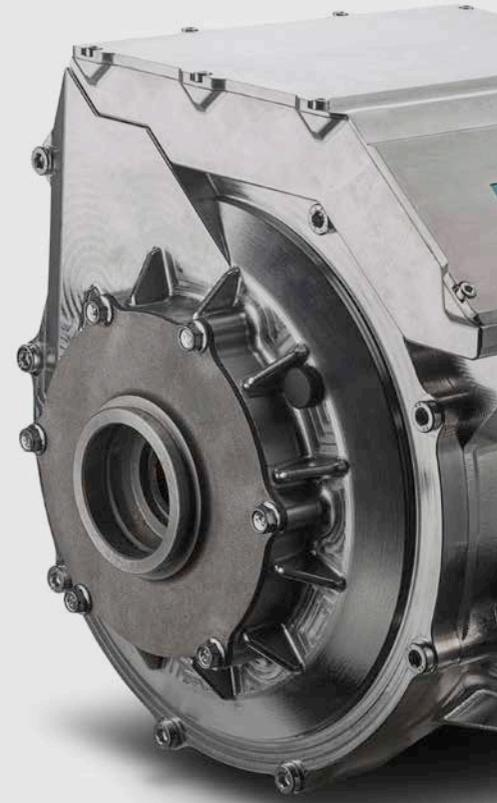
Digital Leader Award 2019

Wie sich Unternehmen digital neu aufstellen, zeigt der Digital Leader Award. Die Finalisten treffen sich am 27. Juni in Berlin:
www.cowo.de/3547216

▶▶ 28

Siemens verlagert mehr IT-Mitarbeiter ins Business

CIO Helmuth Ludwig hat die IT des deutschen Traditionskonzerns komplett neu aufgestellt. Der größere Teil seiner IT-Mannschaft arbeitet mittlerweile in den einzelnen Geschäftsbereichen. Dort treiben kleine flexible Teams mit viel Eigenverantwortung und agilen Methoden die Projekte voran. Wie das funktioniert und welche Rolle IT im Business von Siemens spielt, erklärt Ludwig im Gespräch mit der COMPUTERWOCHE.



Markt

- 6 Salesforce kauft Tableau**
15,7 Milliarden Dollar ist dem SaaS-Pionier das Analytics-Know-how von Tableau wert. Salesforce-Anwender sollen künftig ihre Kundendaten besser auswerten können.
- 8 Google investiert in Analytics**
Der Internet-Konzern übernimmt für 2,6 Milliarden Dollar Looker. Googles neuer Cloud-Chef Thomas Kurian will so vor allem neue Enterprise-Kunden anlocken.
- 9 HPE macht in Services**
Bis 2022 plant der Infrastrukturspezialist, sein gesamtes Portfolio als Subscription auch in einem As-a-Service-Modell anzubieten.



Technik

- 14 Was Teams kann – und was nicht**
Teams entwickelt sich mehr und mehr zum Dreh- und Angelpunkt in Microsofts Collaboration-Produktstrategie. Wir zeigen die Stärken und Schwächen der Chat-basierten Plattform.
- 18 IBM baut KI in seine Datenbank**
Mit der neuen Version 11.5 von IBM DB2 soll es Anwendern leichter fallen, Daten für KI-gestützte Auswertungen bereitzustellen.
- 24 Oracle und Microsoft kooperieren**
Eine Cloud-Interoperabilitätspartnerschaft soll dafür sorgen, dass Kunden beider Unternehmen Anwendungen und Daten Infrastruktur-übergreifend besser verknüpfen können.



Praxis

34 FAQ Digital Twin

Mit einem digitalen Zwilling lassen sich Produkte, Prozesse, ja sogar ganze Organisationsstrukturen nachbilden. Tests und Simulationen sollen Entwicklungen beschleunigen und effizienter machen. Doch das hat tiefgreifende Auswirkungen auf die Betriebe. Lesen Sie, was es rund um den Digital Twin zu beachten gilt.

38 IT-Sicherheitsgesetz 2.0

Mit einem neuen IT-Sicherheitsgesetz will die Regierung den wachsenden Gefahren im Cyber-Raum begegnen. Behörden sollen mehr Kompetenzen im Kampf gegen Hacker erhalten und Unternehmen stärker in die Pflicht genommen werden – bei Verstößen drohen drakonische Strafen.



Job & Karriere

42 25.000 Entwickler gesucht

Bosch sucht Informatiker im großen Stil. Welche Erwartungen das Unternehmen an die IT-Fachkräfte hat, verrät Personalerin Sabine Lehmann.

44 Stundensätze bleiben unter 100 Euro

Leichter Dämpfer für die erfolgsverwöhnten IT-Selbständigen: Die durchschnittlichen Stundensätze steigen vorerst nicht über die Marke von 100 Euro, wie die aktuelle Freiberuflerstudie von IDG zeigt.

46 Alle müssen mithelfen

Mitarbeiter müssen viel stärker als bisher in die Recruiting-Aktivitäten ihrer Firma eingebunden werden, sagt Personalerin Claudia Delp vom TÜV Süd.

47 Stellenmarkt

49 Impressum

50 IT in Zahlen

Salesforce kauft Tableau für 15,7 Milliarden Dollar

Mit der Übernahme von Tableau baut SaaS-Pionier Salesforce sein Cloud-Ökosystem weiter aus. Anwender sollen mit den Tools des Analytics- und Visualisierungsspezialisten ihre Daten besser und effizienter auswerten können.



Von Martin Bayer,
Deputy Editorial Director

Für Salesforce ist es die größte Akquisition der Firmengeschichte. Der Software-as-a-Service-(SaaS)-Pionier übernimmt den Analytics- und Datenvisualisierungsspezialisten Tableau für 15,7 Milliarden Dollar. Salesforce bietet damit einen Aufschlag von rund 40 Prozent auf den Tableau-Kurs vor der Übernahmeankündigung und will den Preis komplett in eigenen Aktien bezahlen. Die Verwaltungsräte haben den Deal bereits abgenickt, hieß es von beiden Seiten. Geben auch die Aufsichtsbehörden ihr Placet, könnte die Übernahme bereits im dritten Quartal des laufenden Jahres abgeschlossen werden.

„Wir bringen das weltweit führende CRM mit der besten Analytics-Plattform zusammen“, sagte Marc Benioff, Chairman und Co-CEO von Salesforce. „Tableau hilft, Daten zu sehen und zu verstehen, und Salesforce hilft, Kunden zu binden und zu verstehen.“ Mit der Übernahme würden zwei kritische Plattformen zusammengeführt, die jeder Kunde benötige, um seine Welt zu verstehen. „Daten sind die Grundlage jeder digitalen Transformation“, ergänzte Benioffs Co-CEO Keith Block. Der Manager setzt darauf, dass Tableau eine einheitliche und leis-

Konsolidieren und integrieren, aber nicht stören

„Salesforce ist smart“, sagt Forrester-Analyst Boris Evelson. „Sie werden nichts stören, was gut funktioniert – und Tableau funktioniert zweifellos gut.“ Langfristig sei von einer Konsolidierung und einer stärkeren Integration zwischen den Lösungen beider Anbieter auszugehen. Das werde allerdings keine leichte Aufgabe, konstatiert Evelson, und verweist auf Überlappungen bei Angeboten für In-Memory-Datenbanken und Schnittstellen für Natural Language Processing (NLP). Für Salesforce gehe es darum, an die Kunden von Tableau heranzukommen – vor allem an diejenigen, die Analysen auf Oracle oder SAP ausführen, glaubt der Forrester-Analyst. Tableau kooperiert auch mit anderen großen Cloud-Anbietern. Die Kunden wollen hören, dass die bestehenden Bereitstellungsmodelle für Tableau-Software weiter unterstützt werden, mutmaßt Doug Henschen, Principal Analyst bei Constellation Research. Der Marktbeobachter geht allerdings davon aus, dass die Multi-Cloud-Strategie fortgesetzt wird, da auch Salesforce mit AWS und Google zusammenarbeitet.

tungsstarke Sicht auf sämtliche Kundendaten ermögliche.

Die Stoßrichtung der Salesforce-Verantwortlichen ist eindeutig. Der SaaS-Anbieter will eine größere Rolle in der digitalen Transformation seiner Kunden spielen. Unternehmen jeder Größe und Branche veränderten derzeit ihre Geschäftsabläufe, so die Einschätzung des Salesforce-Managements. Kunden und Daten ständen im Mittelpunkt dieser Veränderungen.

Einheitliche Sicht auf Kundendaten

Salesforce arbeitet seit geraumer Zeit daran, seinen Kunden eine möglichst einheitliche Sicht auf ihre Kundendaten zu erlauben. Im September 2018 wurde dafür mit „Customer 360“ eine neue Lösung vorgestellt. Anwender sollen damit ihre in den Cloud-Systemen abgelegten Kundendaten einfacher miteinander verknüpfen und verwalten können, hieß es auf der Hausmesse Dreamforce.

Anwendungs- beziehungsweise abteilungs-spezifische Silos mit Kundendaten ließen sich aufbrechen und so einheitliche Kundenprofile erstellen. Auf dieser Grundlage stelle Customer 360 den Kunden in den Mittelpunkt der Geschäftstätigkeit und ermögliche Unterneh-



Google kauft Analytics-Spezialisten Looker für 2,6 Milliarden Dollar

Mit der Übernahme von Looker will Google seine Cloud-Infrastruktur für Unternehmenskunden attraktiver machen und so den Vorsprung von AWS und Microsoft verkürzen.



Googles Cloud-Chef Thomas Kurian – zuvor bei Oracle für das Cloud-Business verantwortlich – will mit der Übernahme des Analytics-Spezialisten Looker vor allem Unternehmenskunden für die eigene Google-Cloud-Plattform begeistern.

Google hat angekündigt, das auf Analytics und Datenvisualisierung spezialisierte Startup Looker zu kaufen. Der Preis liegt bei 2,6 Milliarden Dollar in bar. Beide Unternehmen arbeiten bereits eng zusammen und zählen rund 350 gemeinsame Kunden, darunter klangvolle Namen wie BuzzFeed und Yahoo. Die Zustimmung der Aufsichtsbehörden vorausgesetzt, soll der Deal noch 2019 abgeschlossen werden. Das Geschäft trägt die Handschrift des seit Ende vergangenen Jahres amtierenden Google-Cloud-Chefs Thomas Kurian, der von Oracle gekommen war. „Mit der Kombination entsteht eine End-to-End-Analytics-Plattform, auf der sich Daten aus der Google Cloud, AWS, Azure sowie On-Premise-Datenbanken und Anwendungssoftware sammeln, verknüpfen, analysieren und visualisieren lassen“, beschrieb Kurian seine Erwartungen. Google hatte zuletzt nicht mit größeren Akquisitionen von sich reden gemacht. 2016 übernahm der Internet-Konzern den auf das API-Management spezialisierten Anbieter Apigee für 625 Millionen Dollar.

Looker wurde 2012 gegründet. Das im kalifornischen Santa Cruz beheimatete Unternehmen beschäftigt derzeit über 600 Mitarbeiter und hat gut 1600 Kunden. Insgesamt hatte das Startup in den vergangenen Jahren rund 280 Millionen Dollar Venture Capital eingesammelt. Zuletzt war Looker im Rahmen einer Finanzierungsrunde in Höhe von über 100 Millionen Dollar mit etwa 1,6 Milliarden Dollar bewertet worden. Looker will Anwendern mit seiner Plattform ein Werkzeug an die Hand geben, mit dem sie Daten aus unterschiedlichen Quellen sammeln, verknüpfen und analysieren sowie die Ergebnisse visualisieren können, beschreibt CEO Frank Bien seinen Ansatz. Angesichts der vielen unterschiedlichen Tools für Datenauf-

bereitung, -analyse und -visualisierung, die Nutzer erst aufwendig zu einer Gesamtlösung zusammenbauen müssten, sei die Zeit reif für eine zentrale Plattform. Dreh- und Angelpunkt der Looker-Lösung ist eine Art Metadaten-Layer, über den Anwender auf Daten zugreifen können. Per Drag and Drop lassen sich Ad-hoc-Analysen auf bestimmten Datenquellen konfigurieren. Die besondere Stärke von Looker liege in den eingebetteten Nutzungsszenarien sowie der Möglichkeit, interaktive Visualisierungen zu erstellen, schrieben die Analysten des Business Application Research Center (BARC) in ihrem BI Survey 2018. Im Rahmen der Anwenderumfrage erzielte Looker Bestnoten für „Self Service“ und „Business Benefits“.

Unternehmenskunden im Visier

Unter dem Dach von Google will Bien seine Lösung weiter skalieren. Über die Google Cloud Plattform böten sich mehr Möglichkeiten. „Jetzt haben wir mehr Reichweite, mehr Ressourcen und die besten Köpfe in den Bereichen Analytik und Cloud Infrastructure“, freut sich der Looker-Chef. „Der Markt für Datenanalyse wächst unglaublich schnell, da Unternehmen alle ihre Daten nutzen wollen, um fundiertere Entscheidungen zu treffen“, sagte Frank Gens, Senior Vice President & Chief Analyst von IDC. Google Cloud sei einer der Marktführer im Data-Warehouse-Markt. Mit der Übernahme von Looker sei der Internet-Konzern in der Lage, besser auf die Anforderungen von Unternehmenskunden einzugehen. Derzeit liegt Google auf Platz drei im weltweiten Markt für Infrastructure as a Service (IaaS) und bemüht sich, den Abstand auf die Marktführer Amazon Web Services (AWS) und Microsoft Azure zu verringern. Die Akquisition von Looker könnte dabei hilfreich sein. (ba)