

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2021 – 31-32 2. August 2021 Nur im Abonnement erhältlich

VOICE OF DIGITAL

Halbleiter bleiben bis 2023 knapp

Industrieunternehmen stehen vor großen Problemen

Seite 10

Microsoft startet den Cloud-PC

Flexibler arbeiten mit dem Windows 365 Cloud-PC?

Seite 16

Digitale Events – darauf kommt es an

Digitale Veranstaltungen müssen nicht fade sein

Seite 44



Diversity – die IT-Welt öffnet sich

Immer mehr Betriebe erkennen, welche Vorteile vielfältig besetzte Teams bringen

Seite 24

In den Schulen werden die Weichen gestellt

IT-Berufe haben kein gutes Image, obwohl sie gut bezahlt werden. Vor allem junge Frauen sehen hier für sich wenige Perspektiven. Wer daran etwas ändern will, muss in den Schulen anfangen.

Wir kennen es zur Genüge, das Klischee vom sozial verwaahrlosten Nerd, der hackt und zockt und von seiner Tastatur nur aufblickt, um ein Stück Pizza aus der Packung zu schälen. Dieses von zahllosen Hollywood-Blockbustern genährte Bild haben viele junge Talente im Kopf, wenn sie sich für oder gegen einen IT-Beruf entscheiden.

Und das ist nicht das einzige Problem: Die IT insgesamt hat kein gutes Image. Sie gilt als Vehikel, um Konsumenten zu durchleuchten, Arbeitsplätze wegzurationalisieren und Verrückten ein digitales Podium für ihre hanebüchene Botschaften zu verschaffen. All das führt dazu, dass sich Talente trotz guter Verdienstmöglichkeiten nicht auf IT einlassen wollen – vor allem junge Frauen sind skeptisch. Für den deutschen Wirtschaftsstandort ist das schlecht. Es hängt eine Menge davon ab, dass sich der Trend schnell dreht. Politik und Wirtschaft müssen an einem Strang ziehen. Und sie müssen in den Schulen anfangen. Hier werden die beruflichen Weichen gestellt, hier gilt es Neugier und ein positives Interesse zu wecken.

Ein Informatikunterricht wäre sicher wichtig, aber voran kommen die Schulen erst, wenn für alle Fächer tragfähige digitale Didaktikkonzepte vorliegen. Zudem muss die IT-Infrastruktur robust und funktional ausgelegt sein. Alle Schulen brauchen Unterstützung von einem professionellen Helpdesk. Lehrkräfte sollten durchgängig digitale Kompetenz nachweisen, und alle Schülerinnen und Schüler einen Rechner und einen schnellen Internet-Anschluss besitzen – in der Schule sowieso, aber auch zu Hause. Die Bundestagswahl ist nicht mehr fern. Ich wähle eine Partei, die sich nicht meine Rente, sondern auch unser aller Zukunft etwas kosten lässt. Und Sie?

Herzlich,
Ihr



Heinrich Vaske, Editorial Director



Heinrich Vaske,
Editorial Director



Digitale Parteistrategien:

Sie möchten sich mit der Digitalstrategie der CDU beschäftigen? Hier werden Sie fündig!
www.cowo.de/a/3551353

▶▶ 24

Diversity & Inclusion – auch in der IT ist Vielfalt erfolgskritisch

Kaum jemand würde bezweifeln, dass divers zusammengesetzte Teams mehr Schwung und Kreativität in die Arbeitswelt bringen. Trotzdem tun sich viele Unternehmen schwer damit, ihre eingetretenen Pfade zu verlassen. Doch das Thema Diversität und Inklusion ist gekommen, um zu bleiben: Es geht um Anstand und Fairness – genauso wie um bessere Arbeitsergebnisse, die Attraktivität als Arbeitgeber und ein tieferes Verständnis der heterogen zusammengesetzten Kundenlandschaften.



Markt

- 6 SAP-Cloud überzeugt nicht**
Viele SAP-Kunden steigen auf S/4HANA um, bevorzugen dabei aber den On-Premises-Betrieb. In den USA sind die User allerdings Cloud-affiner als hierzulande, so zeigt eine gemeinsame Umfrage der beiden größten User Groups.
- 8 Zoom will ins Contact Center**
Der Videokonferenzspezialist Zoom lässt sich die Übernahme von Five9, einem Anbieter von Contact-Center-as-a-Service-Lösungen, stolze 14,7 Milliarden Dollar kosten.
- 10 Chip-Knappheit bremst Wirtschaft**
Intel-Chef Pat Gelsinger erwartet, dass sich der Halbleiter-Mangel weiter zuspitzen und in das Jahr 2023 hineinreichen wird.



Technik

- 12 Google Chrome kann mehr**
An den Arbeitsplätzen rund um den Globus wird vor allem ein Produkt genutzt: Googles Browser Chrome. Viele versteckte Funktionen ermöglichen einen produktiveren Einsatz.
- 16 Windows 365 Cloud-PC**
In der hybriden Arbeitswelt möchten Menschen ihren Desktop überall schnell, einfach und unverändert bereitgestellt bekommen. Microsofts Konzept eines vollständig cloudbasierten Windows-Rechners könnte die Antwort sein.
- 18 Die besten SIEM-Tools**
Tools für Security Information und Event Management (SIEM) bieten einen konsolidierten Überblick über Security-Ereignisse und Bedrohungen. Wir stellen die besten Tools vor.



Praxis

- 34 Mastercard kassiert am Edge**
Das Kreditkarten-Unternehmen stellt seinen Zahlungsverkehr auf Public Cloud und Edge Computing um. Ziel ist es, den Umsatz in einer von APIs und digitalen Plattformen bestimmten Welt zu steigern.
- 36 Digital Factory für Aurubis**
Der Kupferproduzent und -Recycler Aurubis hat seine Produktion weitgehend digitalisiert. Dabei spielte der Zukauf einer Plattform für das Industrial Internet of Things (IIoT) eine Rolle.
- 38 Ergo hilft, Risiken zu vermeiden**
Der Versicherer Ergo Group baut sich ein zweites Standbein auf: die Risikovermeidung. Damit liegt das Unternehmen im Digitalisierungstrend, der die ganze Branche erfasst hat.



Job & Karriere

- 40 Recruiting in Pandemiezeiten**
Viele Unternehmen der ITK-Branche sind in ihren Recruiting-Prozessen besser geworden. Wenn es noch Nachholbedarf gibt, dann bei den Online-Bewerbungsformularen und den Arbeitgeberzusatzleistungen.
- 43 Personalvermittler hoffen wieder**
Nachdem die Umsätze der Personalvermittler zwei Jahre in Folge rückläufig waren, rechnen die Unternehmen nun wieder mit zweistelligem Wachstum.
- 44 So glänzen Sie in einem Online-Event**
Wer auf einer digitalen Veranstaltung überzeugend auftreten will, sollte auf andere Faktoren achten als bei einem Präsenz-Event. Wir haben einige Tipps zusammengestellt.
- 47 Stellenmarkt**
- 49 Impressum**
- 50 IT in Zahlen**

SAP

Viele SAP-S/4HANA-Kunden entscheiden sich gegen die Cloud

SAP möchte möglichst viele Kunden in die Cloud migrieren. Doch gerade deutsche Anwender bevorzugen die S/4HANA-Installation on-Premises im eigenen Rechenzentrum. Der Konzern muss noch viel Überzeugungsarbeit leisten.



Von Martin Bayer,
Deputy Editorial Director

Die Mehrheit der DSAG-Mitglieder setzt auch in Zukunft auf S/4HANA on-Premises“, lautet das Fazit einer Umfrage der Deutschsprachigen SAP-Anwendergruppe (DSAG). Der Verein hat gemeinsam mit der Americas SAP Users' Group (ASUG) gut 340 Unternehmen zum Stand ihrer S/HANA-Migrationen befragt. Rund 270 Interviewpartner kamen aus den USA, gut 170 aus Deutschland. Dabei wurde einmal mehr deutlich, dass gerade hierzulande viele Betriebe kein Interesse haben, ihre SAP-Systeme in die Cloud zu verlagern (s. auch Grafik S. 50).

Immerhin wächst der Anteil derer, die auf S/4HANA setzen. Ein knappes Viertel der deutschen SAP-Anwender erklärte, die neueste Softwaregeneration aus dem Hause SAP bereits einzusetzen. Jeder fünfte Betrieb steckt eigenen Angaben zufolge aktuell in der Migration. Das Gros der von der DSAG befragten

deutschen SAP-Kunden hat allerdings noch einen weiten S/4HANA-Weg vor sich. 37 Prozent planen derzeit ein entsprechendes Projekt, haben aber noch nicht angefangen.

Bei den Zielarchitekturen gibt es deutliche Unterschiede zwischen den deutschen und den amerikanischen SAP-Kunden. Während hierzulande 57 Prozent der Befragten ihr S/4HANA-System klassisch im eigenen Rechenzentrum betreiben wollen, hegen jenseits des großen Teichs nur 27 Prozent diesen Plan. Generell haben die US-Anwender eine positivere Einstellung zur Cloud als ihre deutschen Pendanten. Drüben bezeichnen knapp Drei Viertel der Befragten ihre Haltung gegenüber der Cloud als positiv oder sehr positiv. In Deutschland sind es nicht einmal die Hälfte (46 Prozent).

Wenn SAP-Anwender S/4HANA in der Cloud betreiben wollen, dann präferieren sie die Private-Cloud-Variante oder die Managed Cloud eines Dienstleisters. S/4HANA in der Public Cloud spielt indes eine untergeordnete Rolle.

Auffällig ist, dass die deutschen SAP-Anwender die Cloud-Lösungen ihres Haus- und Hoflieferanten aus Walldorf im Vergleich zu den Cloud-Angeboten anderer Anbieter

Contact Center as a Service – Zoom will Five9 kaufen

Zoom baut das Portfolio rund um seine Videokonferenztools aus. Mit den Contact-Center-as-a-Service-Lösungen von Five9 will der Anbieter vor allem bei Enterprise-Kunden punkten.

Der Videokonferenzanbieter Zoom will für 14,7 Milliarden Dollar Five9 übernehmen. Das Übernahmeobjekt entwickelt und vermarktet Cloud-Lösungen für Contact Center as a Service (CCaaS). Dabei handelt es sich um eine Suite verschiedener Applikationen, mit deren Hilfe Unternehmen Kontakte und Interaktionen mit ihren Kunden über verschiedene Kanäle organisieren und abwickeln können. Zoom will die Five9-Software in das eigene Kommunikationsportfolio integrieren und damit seinen Kunden eine neue Plattform für deren Kundenbindungsaktivitäten bieten. Five9 soll das Zoom-eigene Cloud-Telefonieangebot ergänzen. Auf diesem Geschäftsfeld baut sich der Kommunikationsspezialist seit einiger Zeit ein zweites Standbein neben dem Bereich Videokonferenzen auf. Mit der Akquisition soll das Standing im Geschäft mit Enterprise-Kunden gestärkt werden. Zoom schätzt das weltweite Volumen für CCaaS-Lösungen mittelfristig auf etwa 24 Milliarden Dollar jährlich.

„Wir sind ständig auf der Suche nach Möglichkeiten, unsere Plattform auszubauen“, sagte Eric S. Yuan, Chief Executive Officer (CEO) und Gründer von Zoom. „Wir glauben, dass wir mit dieser Akquisition eine führende Customer-Engagement-Plattform schaffen können, die dazu beitragen wird, die Art und Weise, wie Unternehmen mit ihren Kunden in Kontakt treten, neu zu definieren.“ Viele Unternehmen würden Jahr für Jahr viel Geld für ihre Contact Center ausgeben, ohne ihnen dabei aber eine nahtlose Customer Experience bieten zu können, konstatierte Rowan Trollope, CEO von Five9. Ziel sei es, Unternehmen einfacher und effizienter mit ihren Kunden interagieren zu lassen. Durch den Zusammenschluss mit Zoom erhielten die Five9-Kunden Zugang zu Best-of-Breed-Lösungen wie zum Beispiel Zoom Phone.

Zoom erlebte im vergangenen Jahr einen beispiellosen Boom. Das Unternehmen wurde 2011 gegründet und wagte im April 2019 den Gang aufs Börsenparkett. Im Zuge der Coronapandemie und der damit verbundenen Ausweitung von Home-Office in vielen Unternehmen explodierten die Nutzerzahlen. Im April vergangenen Jahres sprach der Anbieter von 300 Millionen Teilnehmern täglich, die Zooms Videokonferenztools nutzen.

Zoom profitiert von Coronakrise

Das machte sich auch in den Bilanzen bemerkbar. Im Geschäftsjahr 2021, das Ende Januar abgeschlossen worden war, verbuchte Zoom Einnahmen in Höhe von rund 2,65 Milliarden Dollar. Das war mehr als dreimal so viel wie im vorangegangenen Fiskaljahr. Der Gewinn belief sich auf rund 670 Millionen Dollar (Vorjahr: knapp 22 Millionen Dollar). Ganz so steil verlief die Wachstumskurve von Five9 nicht. Im Geschäftsjahr 2020 verbuchte der CCaaS-Anbieter einen Umsatz von knapp 435 Millionen Dollar, rund ein Drittel mehr als im Vorjahr. Das Unternehmen wirtschaftete defizitär: Das Minus erhöhte sich im Jahresvergleich von 4,6 auf 42,1 Millionen Dollar.

Zoom will den Zukauf komplett in eigenen Aktien bezahlen. Nach Abschluss der Transaktion soll Five9 eine operative Einheit von Zoom bilden. Five9-Chef Trollope wird nach den bisher bekannten Plänen Präsident von Zoom, außerdem bleibt er CEO von Five9 und berichtet an Zoom-Chef Yuan. Die Aufsichtsräte beider Unternehmen haben dem Deal bereits zugestimmt. Er soll in der ersten Hälfte 2022 abgeschlossen werden, sofern die Five9-Aktionäre das Angebot annehmen und die Aufsichtsbehörden die Übernahme genehmigen. (ba)



Aktuell pendelt der Aktienkurs von Zoom um etwa 360 Dollar. Die Marktkapitalisierung beträgt rund 107 Milliarden Dollar. Seinen Höhepunkt hatte der Anbieter im Oktober 2020 erreicht – mit einem Kurs von fast 560 Dollar und einem Marktwert jenseits der 140-Milliarden-Dollar-Grenze. Mit den ersten Erfolgen im Kampf gegen die Pandemie und den daraus resultierenden Ankündigungen, die Einschränkungen im Leben und Arbeiten der Menschen wieder zu lockern, erhielt die Entwicklung von Zoom einen kleinen Dämpfer.