

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2023 – 4-5 23. Januar 2023

VOICE OF DIGITAL

Business-Notebooks – darauf kommt es an

Ein Leitfaden für den
Einkauf von Business-Laptops

Seite 12



Foto: Lilia P/Shutterstock

ITK-Markt überschreitet 200-Milliarden-Grenze

Ungeachtet der vielen Krisen zeigt
sich die Branche stabil

Seite 10

Worauf es CIOs im Jahr 2023 ankommt

Das Augenmerk liegt auf Resilienz,
Kosten und Nachhaltigkeit

Seite 32

Rahmen setzen, machen lassen, dran bleiben

Wie die Tight-Loose-Tight-Methode
Firmen in der Projektarbeit hilft

Seite 44

Gute Arbeitgeber kümmern sich um gute Arbeitsgeräte

Unternehmen brauchen in Zeiten geringer Mitarbeiterloyalität Instrumente, um ihre Wertschätzung zu zeigen. Erstklassiges Equipment am Arbeitsplatz gehört dazu.

Der PC-Markt liegt danieder, die Anbieter kämpfen mit zweistellig rückläufigen Absatzzahlen. Gleichzeitig füllen sich die Lager bei Anbietern, Resellern und Händlern – weshalb die Bereitschaft, Rabatte zu gewähren, ausgeprägt sein dürfte. Die Chancen, sich günstig einzudecken, sind also gut. Bedarf gibt es immer, auch wenn die meisten Unternehmen schon während der Pandemie investiert haben, um ihre Remote Worker auszustatten. Viele Beschäftigte haben nun zwei Geräte: ein neues im Home-Office und ein älteres im Büro, das gern einmal ausgetauscht werden dürfte.

Neue Business-PCs anzuschaffen (siehe Seite 12) ist kein großes Ding, hat sich doch die Auswahl im „Windkanal“ der Branche stark angeglichen. Die PC-Hersteller beziehen ihre Komponenten oft bei denselben Lieferanten aus Fernost. Aus Sicht der IT-Verantwortlichen stehen wie immer Verwaltbarkeit und Sicherheit im Mittelpunkt, aber diesbezüglich hat sich seit Einführung der Intel-vPro-Technologie vor rund 15 Jahren auch nicht so viel getan.

Nichts Neues also? Doch! Neu ist, dass standardisierte Endgeräte-Landschaften den Anwendern nicht mehr zu vermitteln sind. Die Nutzer wollen ein Wörtchen mitreden, wenn es um ihr Arbeitsumfeld und ihre Geräte geht. Also muss die Frage, ob Windows-PC oder Mac, beantwortet werden, genauso die nach den Formfaktoren. Soll es ein Laptop sein, ein 2-in-1-Gerät oder vielleicht doch noch ein klassischer Desktop-PC? An der CPU darf nicht gespart werden, am Monitor schon gar nicht – hier geht es um die Gesundheit. In Zeiten akuten Arbeitskräftemangels und sinkender Loyalität der Beschäftigten werden diese Kriterien wichtig. Die Arbeitnehmer sehen darin Signale für Wertschätzung. Darüber sollten Unternehmen nachdenken.

Herzlich,
Ihr

Heinrich Vaske, Editorial Director



Heinrich Vaske,
Editorial Director



PCs absichern – so geht's:

Die Ransomware-Welle will nicht abebben. Umso wichtiger ist es, die Business-PCs sorgfältig zu schützen.

www.cowo.de/a/3550283

▶ 12

So finden Sie den optimalen Firmen-Laptop

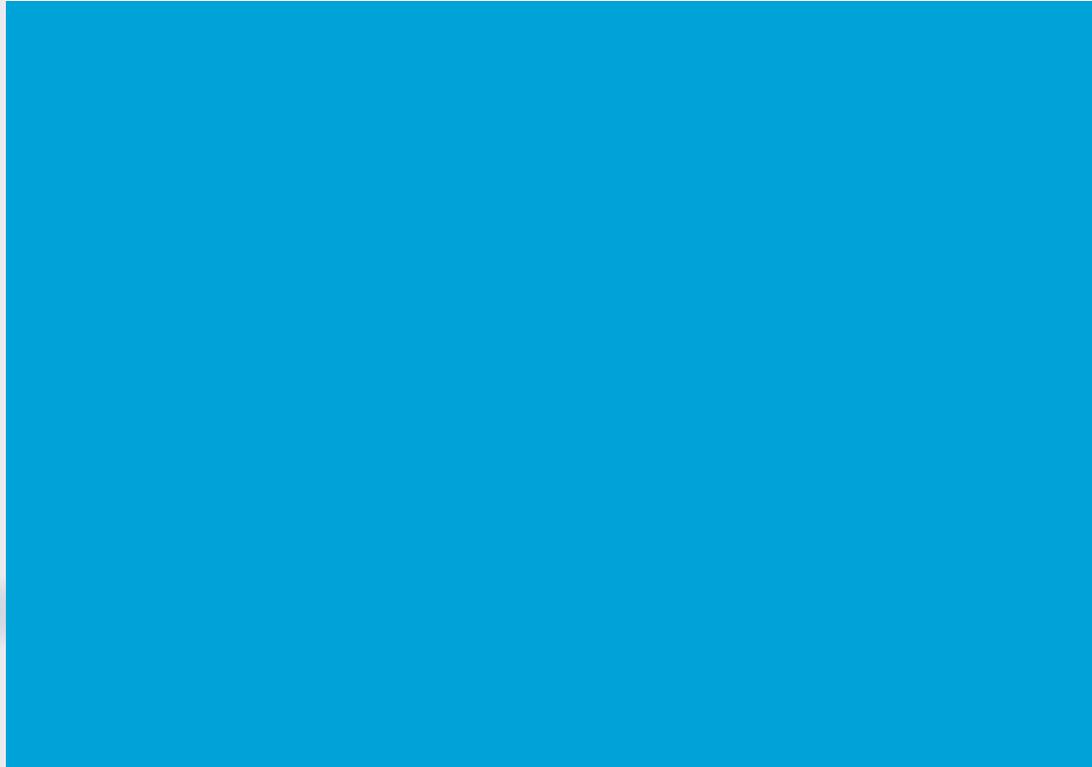
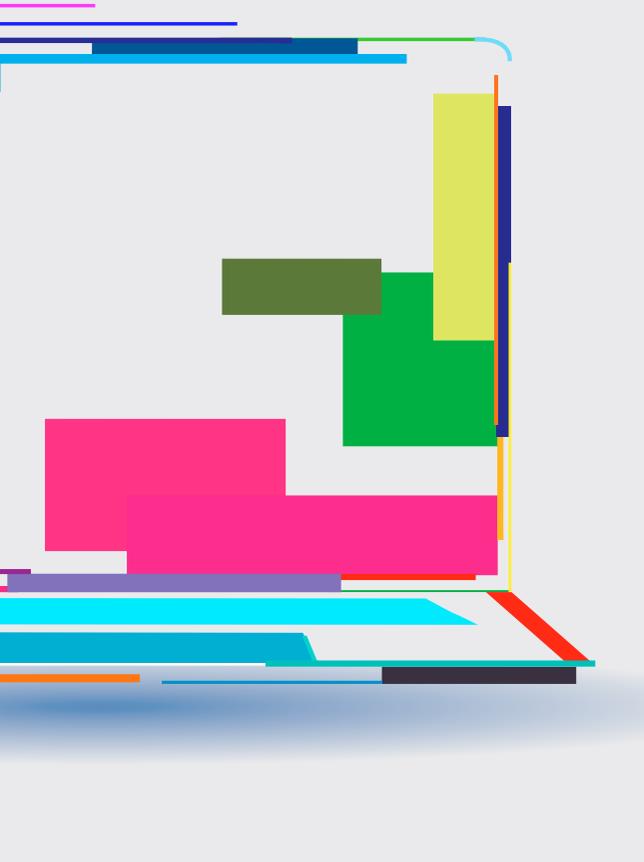
Auf der Suche nach dem richtigen Business-Notebook geht es natürlich auch um Leistungsparameter, vor allem aber um Zuverlässigkeit und Langlebigkeit. Die Modelle müssen sicher sein, in der Gesamtkostenrechnung gut abschneiden – und sie dürfen den Anwenderinnen und Anwendern Freude bereiten.

**Markt**

- 6 PC-Markt bricht ein**
Einen solchen Absturz, wie im letzten Quartal 2022, haben die PC-Anbieter noch nicht erlebt. Vor allem Dell und Acer kamen unter die Räder, während Apple sich wacker halten konnte.
- 9 Intel knackt 6-Gigahertz-Grenze**
Mit dem Core i9-13900KS hat Intel den nach eigenen Angaben schnellsten Desktop-Prozessor der Welt vorgestellt.
- 10 ITK-Branche zeigt sich stabil**
Ukraine-Krieg und Inflation machen der hiesigen ITK-Wirtschaft nur begrenzt zu schaffen. Die Umsätze mit IT, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik sollen 2023 um knapp vier Prozent auf 203,4 Milliarden Euro anwachsen.

**Technik**

- 24 Viva Goals unterstützt OKR**
Microsoft drängt mit neuen Funktionen für Viva Goals tiefer in das Geschäft mit Employee-Experience-Lösungen vor. Unter anderem sollen Kunden Methoden wie Objectives and Key Results (OKR) besser umsetzen und in ihren Organisationen verankern können.
- 28 Schaulaufen der Autobranche**
Die Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas mutiert immer mehr zu einer Auto-Show – wohl auch, weil in diesem Jahr der Genfer Autosalon erneut nicht stattfindet. Angesichts der zahlreichen Premieren der Autohersteller blieb die klassische Consumer Electronic im Hintergrund.



Praxis

32 Resilienz auf der CIO-Agenda

Die Marktforscher von ISG glauben, dass die Ziele für CIOs selten so klar waren wie 2023: Es geht um Widerstandsfähigkeit, Kostenkontrolle, das Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und um digitale Innovation.

36 Was CEOs für 2023 erwarten

Vielen Firmenlenkern bereiten die hohe Inflation und – in der Folge – die stark gestiegenen Einkaufspreise Sorgen. Das zeigt eine Erhebung von EY, in der CEOs die Risiken für ihre Unternehmen nennen und gewichten.

38 KI-Workflows für den Einzelhandel

Nvidia hat KI-Software für Retailer vorgestellt – wohl in der Hoffnung, die Geschäfte mit Edge Computing befeuern zu können.



Job & Karriere

40 So fördern Chefs engagierte Arbeit

Unternehmen möchten Personal, das hochmotiviert und proaktiv neue Aufgaben angeht und auch selbständig abschließt. Für Führungskräfte ist es nicht einfach, die entsprechenden Skills zu entdecken und zu fördern.

43 Vorstände brauchen IT-Kompetenz

Michael Müller-Wünsch, IT-Vorstand bei Otto und CIO des Jahres 2022, rät Unternehmen dringend dazu, mehr Digitalkompetenz im Führungsgremium aufzubauen.

44 So funktioniert Tight-Loose-Tight

Wenn Unternehmen möchten, dass ihre Teams frei und selbstbestimmt, aber auch zielorientiert arbeiten, dann kann ihnen die Tight-Loose-Tight-Methode weiterhelfen.

47 Stellenmarkt

49 Impressum

50 IT in Zahlen

Minus 28,5 Prozent: Der PC-Markt kollabiert

Im vierten Quartal 2022 wurden laut Gartner weltweit 65,3 Millionen PCs ausgeliefert. 28,5 Prozent weniger als in der vergleichbaren Vorjahresperiode. Am glimpflichsten kam Apple davon.



Von Heinrich Vaske,
Editorial Director

Seit Mitte der 90er Jahre erheben die Analysten von Gartner PC-Absatzzahlen, doch einen solchen Absturz, wie im letzten Quartal 2022, haben sie noch nicht erlebt. „Die Aussicht auf eine globale Rezession, die hohe Inflationsrate und die steigenden Zinsen haben die PC-Nachfrage negativ beeinflusst“, sagt Mikako Kitagawa, Director Analyst bei Gartner. Zudem hätten sich viele Privatnutzer während der Pandemie bereits einen neuen PC gekauft, sie hätten für Neuanschaffungen keinen Grund. Deshalb habe die PC-Nachfrage den niedrigsten Level seit vielen Jahren erreicht.

Das Enterprise-Segment leidet indes unter den schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Unternehmen. „Die PC-Nachfrage hat hier im dritten Quartal 2022 erstmals deutlich nachgelassen. Aus der Marktschwäche ist inzwischen ein veritabler Einbruch geworden. Die Unternehmen verlängern ihre PC-Lebenszyklen und verschieben Anschaffungen“,

beobachtet Kitagawa. Geschäftskunden würden wohl erst 2024 wieder in größerem Stil PCs einkaufen.

In der ersten Hälfte 2022 wuchsen die Lagerbestände der Hersteller und Händler kräftig an. Hatten 2021 noch die vielen Unterbrechungen in den Lieferketten für ein eingeschränktes Angebot gesorgt, gibt es nun ein deutliches Überangebot.

Einbruch in Europa stärker als in den USA

Stärker als in allen anderen Regionen gingen die PC-Geschäfte im Großraum EMEA (Europa, Naher Osten, Afrika) zurück: Dort wurden im Jahresvergleich 37,2 Prozent weniger Geräte abgesetzt. „Einen Rückgang dieser Größenordnung bedeutet, dass die Nachfrage effektiv zum Stillstand gekommen ist“, sagt Kitagawa. Das Vertrauen der Unternehmen und Verbraucher in der gesamten Region sei zusammengebrochen, was zu einem massiven Rückgang der

Autonomes Fahren für den B2B-Einsatz: Startup Oxbotica sammelt 140 Millionen Dollar ein

Während es um den Hype des autonomen Fahrens auf öffentlichen Straßen ruhig geworden ist, scheint der Einsatz autonomer Fahrzeuge in B2B-Szenarien nicht an Attraktivität verloren zu haben. So will ZF gemeinsam mit dem Partner Beep in den USA mehrere Tausend Level-4-Shuttle-Fahrzeuge in bestimmten Gebieten einsetzen. Und das britische Startup Oxbotica konnte in kürzester Zeit eine Finanzierungsrunde in Höhe von 140 Millionen Dollar abschließen. Damit hat das Unternehmen eigenen Angaben zufolge bislang 225 Millionen Dollar an Venture Capital eingesammelt.

Dabei haben sich die Briten auf den Einsatz selbstfahrender Fahr-

zeuge in begrenzten B2B-Szenarien spezialisiert: Etwa in der Landwirtschaft, auf Flughäfen, im Energiesektor, im Bergbau oder auf Industriegeländen. Einsatzszenarien, in denen es entweder gefährlicher und/oder weniger effizient ist, Menschen für das Lenken und Bedienen von Fahrzeugen einzusetzen. So sollen bis 2024 in Zusammenarbeit mit Applied EV, BP, News und ZF autonome Personen-Shuttles und branchenspezifische Fahrzeuge auf den Markt kommen, die von Oxbotica gesteuert werden. In der Zwischenzeit will Oxbotica zusammen mit Wenco International Mining Systems Ltd. autonome Systeme im Bergbau realisieren, um die Sicherheit und Nachhaltigkeit zu verbessern und

gleichzeitig die Betriebskosten zu senken.

Software Universal Autonomy

Hierzu verkauft das Startup seine autonome Software „Universal Autonomy“ an Unternehmenskunden und passt sie an die jeweiligen Einsatzszenarien an. Dem Anbieter zufolge kann die Technologie alles leisten, was ein Kunde benötigt: Navigation, Sensorik, Benutzerschnittstellen, Flottenmanagement und andere Funktionen, die für den Betrieb selbstfahrender Fahrzeuge in verschiedenen Umgebungen erforderlich sind, unabhängig von der verwendeten Hardware und der Integration mit anderer Software. (hi)



Zu den Investoren von Oxbotica gehören Unternehmen wie die japanische Aioi Nissay Dowa Insurance Co. Ltd. und Eneos Innovation Partners, das Corporate VC des Energiekonglomerats Eneos. Weitere Geldgeber sind BGF, der Sicherheitsausrüstungskonzern Halma, der Investor für das Gastgewerbe und die Freizeitindustrie Hostplus, der Klimafonds Kiko Ventures (IP Group), das Onlineshopping-Unternehmen Ocado Group, der Internetriesen Tencent, Venture Science und der Automobilzulieferer ZF, der ja selbst autonome Shuttles baut.

Foto: Oxbotica

Mehr Datenhoheit für User: Kartellamt mahnt Google ab

Den deutschen Kartellhütern passt es nicht, wie Google mit den Daten seiner Nutzerinnen und Nutzer umgeht. Kurz vor Weihnachten 2022 hat das Bundeskartellamt dem Mutterkonzern Alphabet offiziell seine rechtliche Einschätzung über die Datenverarbeitungsbedingungen von Google zukommen lassen. Die vorläufige Quintessenz: Googles Praxis entspricht nicht den europäischen und deutschen Regeln und muss daher angepasst werden.

Google könne die Daten aus seinen verschiedenen Diensten kombinieren und damit detaillierte Profile über Verbraucherinnen und Verbraucher anlegen, kritisiert die Behörde. Über seine eigenen Regeln

für reichweitenstarke Dienste wie die Google Suche, YouTube, Google Play, Google Maps und Google Assistant, aber auch über zahlreichen Webseiten und Apps Dritter, hole sich Google von seinen Nutzern die Erlaubnis, Daten zu erheben und dienstübergreifend zu verarbeiten. Laut Einschätzung des Bundeskartellamts können die User auf diese Praxis bislang keinen Einfluss nehmen. Die angebotenen Wahlmöglichkeiten des US-Konzerns seien zu intransparent und pauschal, soweit Google überhaupt Wahlmöglichkeiten anbiete, bemängeln die Kartellwächter. Anwender müssten die Verarbeitung ihrer Daten auf die einzelnen Dienste einschränken können, fordert das Kartellamt. Außerdem

müssten sie in Kenntnis gesetzt werden, zu welchen Zwecken der Internetkonzern die Daten verwende. Auch dürfe Google seine Auswahlmöglichkeiten nicht so ausgestalten, dass es Anwendern leichter falle, einer dienstübergreifenden Datenverwendung zuzustimmen als diese abzulehnen.

Mit der Abmahnung schreibt das Kartellamt Google ins Hausaufgabenheft, seine den Nutzern angebotenen Wahlmöglichkeiten neu zu gestalten. Die Behörde spricht von einem Zwischenschritt, der den Google-Verantwortlichen die Möglichkeit einräume, Stellung zu nehmen, seine Praktiken zu rechtfertigen oder selbst Lösungen vorzuschlagen. (ba)



„Das Geschäftsmodell von Google baut ganz grundlegend auf der Verarbeitung von Nutzerdaten auf“, stellt Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes, fest. Der Konzern besitze hier einen strategischen Vorteil gegenüber anderen Unternehmen aufgrund des etablierten Zugangs zu relevanten Daten aus einer sehr großen Zahl an verschiedenen Diensten. Google müsse daher den Nutzerinnen und Nutzern ausreichende Wahlmöglichkeiten hinsichtlich der Verarbeitung ihrer Daten einräumen.

Foto: Bundeskartellamt