



Banken legen Cloud-Phobie ab

ING Gruppe auf dem Weg in die hybride Welt – Seite 10

SaaS für den Einkauf

Miele lenkt 8000 Lieferanten auf eine Non-SAP-Plattform – Seite 16

Big Data Blabla

Datenberge wachsen fast so schnell wie die PR zum Thema – Seite 22

Heinz Plaga,
CIO bei Lufthansa Airplus

DER „IT-SAVVY-FAKTOR“

Schlaue IT – mehr Profit

Eine neue Studie belegt: Wer IT klug einsetzt, macht mehr Gewinn – Seite 34

10 | Endstation Cloud

Die ING Group hält Einzug in hybride Systemwelten. Laut einer Studie von HP öffnen sich Banken der Cloud-Idee.



16 | SaaS für 8000 Lieferanten

Miele hat eine neue Einkaufsplattform in seine SAP-lastige IT integriert.

AKTUELLES

06 NEWS | IT-Meldungen

Experton Group: Die besten Clouds; Lünendonk-Liste: SAP holt auf; IT-Spitzenstudenten: ab zu Google; Internationale CIO-Umfrage von Harvey Nash: mehr Budgetkontrolle für IT-Chefs; Forrester zu Client-Management: Nachholbedarf bei HP und Novell; weltweiter Outsourcing-Markt: Angriff auf Platzhirsche; Gulp: Freiberufler zocken; Second-Hand-Software: Urteil abwarten; Mobile Device Management: SAP und IBM nur zweite Geige; Wie Manager motivieren: sichere Stelle spornt am meisten an.

STRATEGIE

10 ING GROUP | Endstation Cloud

CIO Steve van Wyk steuert den niederländischen Allfinanzkonzern über die Private Cloud in die Welt der hybriden Systeme. Laut einer HP-Studie überwindet die ganze Finanzbranche gerade ihre Sicherheitsbedenken gegenüber der Cloud.

16 MIELE | SaaS für 8000 Lieferanten

Der Hersteller von Haushaltsgeräten ist eigentlich ein Global Player. Nur die Zuliefererplattform war es bislang nicht. Jetzt wurde eine SaaS-Lösung in die SAP-dominierte IT integriert.

18 NEWS | Projekte

Amprion: IT zwangsverlagert; GfK: bessere Charts; Talanx: SAP-Betrieb an Atos; ABB: Rechenzentrum mit Gleichstrom; Lufthansa Technik: On-Site-Service fürs Drucken; Melitta: Security für Apple; DB Systel: IBM statt Oracle; EADS: Verteidigungswall; BayWa: Daten konsolidiert; Badenova: digitale Dokumente.



28 | Das Ende der festen Arbeitsplätze

Bei der Mobilisierung der Mitarbeiter geht es nicht nur um Möbel. Es geht auch um Macht.



34 | Schlaue IT – mehr Profit

Der „IT-Savvy-Faktor“ steigert den Gewinn. Heinz Plaga, CIO bei Lufthansa Airplus, kommentiert eine neue Studie zum Thema.

IT-MARKT

- 22** BIG DATA | **Unstrukturierte Datenberge**
Die Anbieter haben ein neues PR-Zauberwort: Big Data. Doch viele Anwender wissen noch gar nicht, ob sie das überhaupt brauchen. CIO Georg Schukat probiert es schon mal aus.
- 28** REALITY CHECK |
Das Ende der festen Arbeitsplätze
Das traditionelle Büro wird seine Bedeutung als zentraler Anlaufpunkt im Arbeitsleben einbüßen. Der Umbruch vollzieht sich langsam, aber gewaltig. Nicht nur die Möbel der Wissensarbeiter sind betroffen, sondern auch das Machtgefüge.

STANDARDS

- 42** SERVICES / IMPRESSUM
- ▶** PLAY | **Videos zum Text**
Für unsere iPad-Abonnenten: Der rote Playbutton weist auf Video-Statements, Experten-Webcasts oder weiterführende Links zum Thema hin.

MANAGEMENT

- 32** NEWS | **Menschen**
Lufthansa Technik: Mukrasch löst Vertrag;
Asklepios Kliniken: Stein neuer CIO; Austrian Airlines: Zerlauth IT-Chef.
- 34** TITEL | **Schlaue IT – mehr Profit**
Eine CIO-Studie zeigt, dass Unternehmen mehr Gewinn machen, wenn sie ihre IT geschickt einsetzen – „savvy“ nennt das der MIT-Professor Peter Weill. Kienbaum kann das bestätigen.
- 39** NEWS | **Bücher**
iDisorder; Kanban in der IT; Glückskinder. Und Buchtipps von Barbara Saunier, CIO Beiersdorf.
- 40** HORX | **Optimist ohne Illusion**
Manche schwören auf Nostradamus, andere auf den Maya-Kalender. Zukunftsforscher Matthias Horx will die Deutschen zu Optimisten machen. Seine Tipps helfen auch IT-Pessimisten.

VON BI ZU BIG DATA UND WIEDER ZURÜCK

Unstrukturierte DATENBERGE

Big Data heißt das PR-Zauberwort der Anbieter.

Doch viele Anwender wissen noch gar nicht, ob sie das überhaupt brauchen.

CIO Georg Schukat probiert es schon mal aus.

Eines kann man sicherlich nicht abstreiten:

Die Datenberge wachsen selbst in Krisenzeiten in den Rechenzentren rund um den Globus. Peta- und Zettabytes von digitalisierten Informationen überfordern die Vorstellungskraft, und manche sprechen bereits vom unendlichen Universum an Daten.

Es handelt sich um klassische Produkt-, Personen- oder Kundendaten, gespeichert in herkömmlichen relationalen Datenbanken, und dazu kommen als unstrukturierte Informationen zum Beispiel Texte, Musik, Fotos oder Videos. Zunehmend deponieren die Menschen auch ihre privaten Daten irgendwo und unsystematisch in sozialen Netzwerken oder in Cloud-Angeboten.

Von dieser Situation profitieren die Hersteller von Speichergeräten aller Größenordnungen, selbst das Servergeschäft blüht in den Zeiten von Virtualisierung. Aber der Appetit vieler Anbieter ist größer. Noch ist der Hype rund um Private, Public oder hybride Cloud-Services gar nicht so richtig bei

den Anwendern angekommen, da wird schon die nächste Welle angeschoben: „Big Data“ heißt das neue Zauberwort, mit dem die Datenfluten produktiv gemacht werden sollen.

Kleines Problem dabei: Noch wissen viele Unternehmen gar nicht, dass sie einen Bedarf an Durchforstung und Analyse ihrer so dramatisch gewachsenen Datenberge haben sollen. Zudem setzen einige von ihnen schon seit Langem Tools wie Data Warehouses oder Business Intelligence (BI) ein. Allerdings galt das nur in begrenztem Umfang für unstrukturierte, nicht in SQL-Datenbanken erfasste digitale Informationen.

Aber genau diesen Eindruck erzeugen zurzeit die Marketing-Kampagnen von EMC und anderen Vertretern der IT-Branche. Dabei arbeiten sie mit einem kleinen Trick: Die alten Methoden seien unzureichend, so argumentiert zum Beispiel Greenplum, die Big-Data-Division von EMC, da rückwärtsgerichtet. Data Warehouse, BI & Co. würden immer nur die Daten von gestern betrachten, die noch dazu mit großem Zeitaufwand in ein Repository (Data Warehouse) geladen werden müssten. Und auf die Ergebnisse müsse man Stunden oder Tage warten.

LESEWERT

- **Was** hinter dem Marketing-Begriff steckt
- **Wie** sich Big Data, Analytics und Business Intelligence unterscheiden
- **Wofür** CIO Georg Schukat die Hana-Technologie von SAP in seinem Unternehmen anwendet

Anders bei „Big Data“. Hier gehe alles sehr schnell, „realtime“, und die Executives hätten immer die alleraktuellsten Auswertungen auf dem Tisch. Ein weiterer Pluspunkt der neuen Technologie: Mit „Predictive Analytics“ sollen fundierte Prognosen über die künftige Geschäftsentwicklung möglich sein.

Laut Thomas Hörig-Braun, Vorstand beim auf Speicher spezialisierten Beratungshaus EDI, ist es sinnvoll, zwischen „Social Networks“ und dem „Internet der Dinge“ zu trennen: „Big Data Analytics hat meist einen vertrieblichen Hintergrund. Es geht darum, Zielgruppen zu durchleuchten, Produkte zu platzieren, und ganz allgemein um Umsatzsteigerung.“

Und beim „Internet der Dinge“ gehe es vornehmlich um die Auswertung von Logdateien, die heute von Milliarden Sensoren produziert werden. Dazu gehören etwa Handynetze, Stauprognosen, Feinstaubmessungen, Wetterstationen oder Bordcomputer von Autos, die fortwährend Daten an den Hersteller senden.

„Big Data“ wird häufig mit „Hadoop“ identifiziert. Hadoop steht für eine sehr junge Technologie, die unter dem Dach der Apache Software Foundation entstand und von einer großen Gemeinde von Softwareentwicklern gepflegt wird: Mit ihr lassen sich große Mengen von Daten in einer skalierbaren Umgebung von Cluster-Systemen verschieben, wobei jeweils ein direkt angeschlossenes Speichergerät (DAS, Direct Attached Storage) als Repository dient. Die Cluster-Struktur kann von einigen wenigen bis zu Tausenden von Nodes reichen, die jeweils aus einem Rechner plus Storage-Array bestehen und für eine parallele Datenverarbeitung sorgen.

Thomas Hörig-Braun
Vorstand der
EDI AG

„Bei Big Data Analytics geht es darum, Zielgruppen zu durchleuchten, Produkte zu platzieren, und ganz allgemein um Umsatzsteigerung.“



Große Hadoop-Cluster finden sich bei Yahoo, Google, Facebook, AOL oder der Mozilla Foundation. Gartner-Analyst Arun Chandrasekaran bilanziert: „Hadoop muss noch viele technische und personelle Herausforderungen bestehen, um wirklich für den Unternehmenseinsatz bereit zu sein.“ Ein Ausweg könnte sein, für den Einstieg professionell abgestützte Hadoop-Varianten samt Beratung und Service zu wählen, wie sie von einigen großen Herstellern angeboten werden.

Doch Big Data oder Analytics ist mehr als Hadoop. Eine Untersuchung von Ventana Research hat Anfang 2012 ergeben, dass die „drei Vs“ – Volume, Velocity (Geschwin-



DATEN | Wachstum bis 2015

Die Datenmengen wachsen rasant. Wurden im Jahre 2005 weltweit noch 130 Exabyte (ein Exabyte entspricht einer Million Terabyte) gespeichert, so waren es 2010 schon 1200 Exabyte. Bis 2015 soll sich der Datenberg laut einer IDC-Studie im Auftrag von EMC bis auf 7900 Exabyte (entspricht 7,9 Zettabyte) stapeln.

