

## IT &amp; Business

## Flotter und flexibler

Was Dienstleister und Industrie sich von Planungssoftware versprechen **Seite 2**

www.ftd.de/ft-medien

Lars Reppesgaard

Wer Lust hat auf gut gelaunte Gesichter, der sollte derzeit Mitarbeitern und Managern von Computer- und Software-Unternehmen in die Augen schauen. Der Handel mit Hardware oder Programmen sowie Serviceleistungen rund um die Informationstechnologie (IT) profitieren seit dem Aufschwung von der neuen Investitionsbereitschaft vieler deutscher Unternehmen. IT-Firmen verdienen also wieder gutes Geld. Angesichts niedriger Zinsen für Investitionen und vollen Auftragsbüchern gehen die Marktforscher von IDC von „idealen Rahmenbedingungen für den IT-Markt in Deutschland“ aus.

Ganz oben auf der Agenda stehen laut Joachim Benner, Research Analyst bei IDC Central Europe, vor allem zwei Bereiche, in die kräftig investiert wird: Customer-Relationship-Management-Systeme (CRM) zur Kundenbindung und Business-Intelligence-Lösungen (BI) zur Bereitstellung von wesentlichen Unternehmensinformationen.

Angetrieben werde das IT-Geschäft Benner zufolge besonders durch die Nachfrage von Maschinenbauern und anderen exportorientierten Unternehmen, aber auch durch Energieversorger und Anbieter aus dem Gesundheitswesen. Diese wollten mit der neuen Informationstechnologie ihre Geschäftsprozesse effizienter und kostengünstiger gestalten und damit wettbewerbsfähiger werden.

Für eine gestiegene Nachfrage sorgen auch Innovationsschübe etwa im Bereich der CRM-Technologie. Immer beliebter werden Programme für Smartphones, mit denen Manager Wartezeiten an Flughäfen oder Bahnhöfen produktiv nutzen können. Vor allem dann, wenn sie sich mit anderen nützlichen Anwendungen kombinieren lassen.

Das Beratungsunternehmen Parcon aus Leonberg hat etwa in SAP-Oberflächen eine Routen- und Besuchstourplanung integriert. „Ein wichtiges Ziel bei der effizienten Planung von Besuchstouren ist es, die Zeit auf der Straße so kurz wie möglich zu halten und dabei noch mehr Kunden zu erreichen“, sagt Parcon-Geschäftsführer Jörg Zölzer. „Auf Knopfdruck müssen alle relevanten Informationen vorliegen, neben den Kundendaten beispielsweise auch aktuelles Kartenmaterial, exakte Wegbeschreibungen und verlässliche Streckenberechnungen. Natürlich muss der Zugriff auf diese Planungsdaten auch von unterwegs möglich sein.“

#### Knauserig und fordernd

Jede Routen- und Reihenfolgeplanung ist bei der Lösung als Kartendarstellung mit Wegbeschreibung verfügbar. Verschiebt sich ein Termin, kann man die Tagesplanung direkt aus dem Kalender heraus ändern und mit dem Smartphone synchronisieren. Fällt ein Termin aus, erhält der Außendienstmitarbeiter mit wenigen Klicks sofort einen neuen Vorschlag für seine aktuelle Tagesroute.

Die Anforderungen an die Technologieanbieter sind enorm gestiegen, denn die Kunden gehen mit ihren Zeit- und Geldbudgets immer knauseriger um. Unternehmen verlangen, dass die Integration von neuen Projekten immer schneller erfolgt. Gerade der Walldorfer Softwareriese SAP hat deshalb im Bereich seiner CRM-Technologie nachgebessert.

Früher bedeutete die Einführung einer neuen SAP-Lösung häufig ein Mammutprojekt für die Unternehmens-IT. Nun setzt das Softwareunternehmen auch auf vorkonfigurierte Schnellstartpakete, die sich zügig in bestehende Systemlandschaften integrieren lassen. „SAP kann so Implementierungen deutlich beschleunigen – zu niedrigerem und vorhersehbarer Aufwand“, sagt Alexander Schroeter, Director of CRM Solution Management bei SAP.

In nur zwölf Wochen hat etwa Fujitsu Technology Solutions in München ihr Kunden- und Vertriebsmanagement auf eine SAP-Lösung umgestellt. Der Hardwarehersteller will dadurch sein CRM-System enger mit der Warenwirtschaft und den Business-Intelligence-Prozessen verzahnen. Bereits drei Monate nach dem ersten Workshop nutzten die ersten Anwender bei Fujitsu in der Schweiz die Software, Nordafrika und Österreich sind inzwischen gefolgt.

Das Geschäft mit SAP-Dienstleistungen zieht ebenfalls wieder an. „Vor der Krise waren viele Einführungen der neuen SAP-Version ERP 6.0 geplant, und wegen der Krise wurden sie zurückgestellt“, beobachtet Benner. „Jetzt werden die Projekte nachgeholt.“

Neben solchen Dauerbrennern sorgt vor allem ein Segment der Informationstechnologie für Bewegung im Markt, das jahrelang als Luftnummer galt: Cloud-Services sind mittlerweile weit mehr als eine Zukunftsvision. Nach einer Studie der Experten Group werden in diesem Jahr mit Cloud-Computing in Deutschland 1,1 Mrd. Euro umgesetzt. 2015 sollen es bereits 8,2 Mrd. Euro sein.

Ob und wie stark Cloud-Computing-Dienste wie Software-, Infrastruktur- und Platform-as-a-Service eingesetzt werden, hängt aber sehr von der Unternehmensgröße und Branche ab. Vor allem für die großen Konzerne in Deutschland sind Cloud-Projekte inzwischen Alltag. Zuletzt kündigte etwa Daimler an,

# Jetzt wird hochgerüstet

Mit dem Aufschwung investieren Unternehmen wieder in Informationstechnik. Besonders gefragt sind Software zur Koordination von Unternehmensprozessen und Cloud-Computing



Steampunk vom Feinsten: Der **Victorian All-in-One PC** von Sean Slattery, Künstlername Jake von Slatt. Der 24-Zoll-Monitor, das Pentium-IV-Motherboard und das 250-Gigabyte-Laufwerk verschwinden in einer Vitrine vom Flohmarkt. Das Stromnetzteil steckt im schicken Standfuß

## INHALT

Steampunk heißt die Designbewegung, die moderne Technik ins Erscheinungsbild des Viktorianischen Zeitalters verpackt. **Die Bilder** in dieser Beilage zeigen, wie Computerbastler graue PCs und Laptops in ästhetische Meisterwerke aus Holz, Messing und Leder verwandelt haben.

**Neue Offenheit** Wie sich mit Open-Source-Programmen Lizenzkosten und Entwicklungszeit einsparen lassen. **Seite 2**

**Gebannte Gefahr** Professionelle Software für Risikomanagement schützt vor bösen Überraschungen im Geschäftsleben. **Seite 3**

**Sozialer Einstieg** Können Unternehmen noch auf soziale Onlinenetzwerke wie Facebook, Xing und Twitter verzichten? **Seite 4**

**Finanzieller Ausweg** Banken geben ungern Geld für eine neue IT-Ausstattung aus. Leasingverträge und Herstellerkredite bieten Alternativen. **Seite 4**

180 000 PC-Arbeitsplätze in eine sogenannte private Cloud zu verlagern. Die Stuttgarter Autohersteller hoffen, Komplexität und Kosten ihrer IT-Landschaft mit dem Umzug in die Cloud zu senken. „Das Projekt unterstreicht, dass das Thema Cloud in den Unternehmen angenommen wird und aus der Diskussion längst konkrete Geschäftsszenarien entstanden sind“, schlussfolgert Ralph Haupter, Vorsitzender der Geschäftsführung von Microsoft Deutschland in München.

Startups wie der Anbieter von Immobilienverwaltungssoftware Propertyplace aus München oder der Webradio-Werbevermarkter Radio.de aus Hamburg verzichten oft schon ganz auf eine selbst betreute Systemlandschaft. Anderen kleinen Unternehmen fällt es dagegen noch schwer, die neue Auslagerungstechnologie zu adaptieren.

„Insgesamt verhält sich der Mittelstand noch zögerlich“, stellt Andreas Burau, Research Director der Experton Group fest. „Die Finanz- und Wirtschaftskrise im letzten Jahr hat viele Unternehmen nachhaltig vorsichtig werden lassen. Der Fokus im IT-Umfeld richtete sich immer stärker auf kurzfristige Projektvorhaben mit klar definiertem Return on Investment.“ Vor allem bei der Auslagerung der Anwendungsbetreuung erwartet die Experton Group eine steigende Nachfrage aus dem Mittelstand.

Dennoch elektrisiert das Cloud-Geschäft die Branche. Fachleute sind sich darüber einig, dass große wie kleine Unternehmen zukünftig weniger in eigene IT-Systeme investieren. Stattdessen steigt der Bedarf an flexiblen gemieteten Hard- und Softwarelösungen, nach externer Rechenleistung und Speicherplatz. „Die Unternehmen haben erkannt, dass sie mehr Flexibilität benötigen, um auf Nachfrageschwankungen zu reagieren“, sagt IDC-Analyst Benner.

Nach den Vorreitern wie T-Systems, Google, Amazon, IBM, HP und Microsoft entdecken nun weitere Anbieter diesen Markt. Gerade erst unter die Cloud-Anbieter gegangen sind die Unternehmensberater und IT-Dienstleister von Steria Mummert Consulting in Hamburg. Als Technikpartner dient der Netzwerkanbieter Cisco Systems. „Die Kooperation eröffnet uns die Chance, auf der Infrastrukturebene innerhalb von Minuten Dienste bereitzustellen und den Kunden die Einrichtung der Lösungen und das Lizenzmanagement abzunehmen“, sagt Rüdiger Kloevekorn, der Leiter des Servicegeschäfts bei Steria Mummert. Geschäftskunden können über ein Onlineportal in weniger als 30 Minuten Rechnerleistungen in Anspruch nehmen, die je nach Bedarf flexibel abgerechnet werden.

Auch die Agenturgruppe Scholz & Friends fliegt seit Kurzem auf die Wolkentechnologie: Rund 1000 Mitarbeiter des europaweit agierenden Netzwerks arbeiten mit den Profi-Apps des Suchmaschinen-giganten Google. Christian Tiedemann, Chief Operations Officer der Scholz & Friends Group, geht davon aus, dass die ortsunabhängige Vernetzung von Kreativen und Kunden per Cloud-Computing die geeignete Art und Weise ist, um in Zukunft die Zusammenarbeit in dem Unternehmen effektiv zu organisieren.

## Marktplatz für IT-Wissen

**Großaufgebot** Über 300 Anbieter von Software, Infrastruktur und IT-Services stellen nächste Woche in der Messe Stuttgart aus. Zur Premiere der „IT & Business“ im vergangenen Jahr kamen rund 6500 Besucher in die baden-württembergische Landeshauptstadt. Jetzt läuft die Ausstellung vom 26. bis 28. Oktober mit erweitertem Spektrum: Die DMS-Expo – von Köln an den Neckar gezogen – informiert gleichzeitig über Neuheiten aus der Dokumentenverwaltung, Prozessoptimierung und dem Informationsmanagement. Die Fachforen drehen sich um Open Source, Kundenbeziehungen, Unternehmensressourcen und Fertigungssteuerung.

# Alles hört auf ein Programm

Planungs- und Produktionssysteme steuern jeden Schritt der Herstellung. Ändert sich ein Detail, stellt sich der ganze Ablauf um

Pascal Berger und André Schmidt-Carré

Thomas Jensen kann sich noch gut an die Zustände vor 20 Jahren erinnern. Damals waren Produktionspläne in vielen Unternehmen echte Handarbeit. Die Planer klebten Plakate mit Maschinen und Aufträgen auf Tafeln und schoben sie so lange hin und her, bis für die Aufträge eine vernünftige Reihenfolge feststand. „Außerdem hatte natürlich jede Produktion ihre Besonderheiten“, erzählt Jensen, der als Unternehmensberater beim Firmensoftwareanbieter Infor arbeitet. Das weltweit aufgestellte Unternehmen entwickelt und verkauft Firmensoftware, vor allem für Mittelständler. „Wenn ein Unternehmen zum Beispiel Gardinenstangen in Schwarz und Weiß herstellte, sollten die Weißen zuerst drankommen, damit die Maschinen später nicht schwarz abfärbten“, erzählt Jensen.

An den Grundregeln der Produktionsplanung hat sich bis heute nichts geändert. Nur sehr viel einfacher ist sie geworden, seit spezielle Softwareprogramme diese Arbeit übernehmen. Sogenannte Planungs- und Produktionssysteme (PPS) haben Wandtafeln und Plakate verdrängt. Meist arbeitet diese Software nicht isoliert: „PPS sind heute in den allermeisten Fällen Bestandteile eines Systems zum Enterprise Resource Planning (ERP)“, sagt Softwareexperte Jensen. Solche ERP-Systeme bilden sämtliche Abteilungen eines Unternehmens vom Einkauf bis zur Buchhaltung ab. Sie zählen mittlerweile in der deutschen Industrie zur Standardausrüstung: Laut einer Studie des Fachverlags Konradin haben bereits mehr als 90 Prozent der produzierenden Unternehmen ein ERP installiert.

Das PPS konzentriert sich dabei auf die Produktion: Welches Material wird wann und in welcher Menge benötigt, welche Maschinen kommen zum Einsatz, um eine Ware herzustellen? Die Software rechnet dann zum Beispiel aus, wie lange es dauert, bis einzelne Teile fertig sind und wann ein ganzer Auftrag erledigt ist. Sie plant Material und Maschinen ein und die nötigen Fachkräfte.

Im Ergebnis reduziert das PPS zum einen die Lagerbestände. Unternehmen brauchen keine Angstpuffer mehr, die sie für den Fall vorhalten, dass sie sich bei der Planung geirrt haben. Außerdem erkennt das System frühzeitig Engpässe bei Maschinen und Mitarbeitern, sodass produzierende Unternehmen ihre Liefertermine präzise angeben und vor allem auch einhalten können. „Früher war das mit viel Aufwand verbunden, weil man aus verschiedenen Produktionsbereichen Informationen einholen musste“, sagt Ralph Schmid, Gruppenleiter der Produktionslogistik beim Fraunhofer Institut für Produktionstechnik und Automatisierung. „Mit einem gut funktionierenden PPS geht das in einem Bruchteil der Zeit.“

Hinzu kommt in vielen Fällen eine verbesserte Kapazitätsauslastung, weil die Software in Sekundenschnelle eine Vielzahl von Auftragskombinationen durchspielen und die optimale Reihenfolge berechnen kann. Und schließlich läuft die Planung selbst schneller ab: Statt an großen Wandtafeln verschiedene Szenarien per Hand durchzuspielen, bekommt der Produktionsleiter das Ergebnis auf Knopfdruck vom Computer.

Das Unternehmen kann die Kalkulation seiner Produktionskosten laufend anpassen. „Die Vorkalkulation kann kräftig schiefgehen, wenn zum Beispiel ein Arbeitsschritt länger dauert als ursprünglich berechnet“, sagt Peter Forscht von der Software-Schmiede Abas. Das deutsche Unternehmen verkauft weltweit ERP-Software mit PPS-Komponenten, vor allem an mittlere Firmen.

Auch die Kosten für das benötigte Material ändern sich häufig, zum Beispiel beim stark schwanken-



Der **Clacker PC** des Steampunk-Künstlers Richard R. Nagy ist voll funktionsfähig, inklusive der Audioboxen im Gramophonlook. Die Maus besteht aus einem alten Morsegerät, die Tastatur aus alten Schreibmaschinenteilen



kenden Stahlpreis. Passt der Unternehmer die Zahlen aus der Vorkalkulation nicht an, rechnet er falsch. „Ein PPS-System dagegen macht es leicht, veränderte Daten zu berücksichtigen und Produktionskosten ständig anzupassen“, sagt Forscht.

Das gilt nicht nur für die Produktion innerhalb eines Werkes, sondern auch für ganze Firmen. Schließlich haben viele Unternehmen mehrere Produktionsstätten, Service- oder Vertriebsstandorte. „PPS-Systeme haben eine sogenannte Mehrwerksteuerung, die solche Produktionsabläufe komplett abbildet“, sagt Karl Tröger, Produktmanager beim Berliner Softwareanbieter Pspipenta. Der entwickelt und verkauft PPS vor allem für Logistiker, Anlagen-, Maschinen- und Autobauer. Eine Mehrwerksteuerung zeigt die Warenbestände verschiedener Werke weltweit in Echtzeit an.

Damit alles funktioniert, muss jede Firma ihr PPS individuell mit Informationen zur Produktion füllen. Dazu zählen Stammdaten, die etwa beschreiben, welche Menge welcher Materialien zur Produktion eines Teils benötigt werden. Hinzu kommen dynamische Daten: Umfang von Kundenaufträgen und die erforderliche Produktionszeit. Die ergibt sich wiederum aus den Laufzeiten einzelner Maschinen,

Rüst- und Pufferzeiten. Hinzu kommen Daten aus der laufenden Produktion. Um den Produktionsfortschritt zu ermitteln, sind zum Beispiel Paletten mit Barcodes gekennzeichnet, die Mitarbeiter während eines Produktionsschrittes einlesen. Auf diese Weise weiß das System immer, in welchem Fertigungsabschnitt sich eine Ware gerade befindet. Funkende RFID-Chips nehmen den Mitarbeitern diese Arbeit ab. „Solche technisch aufwendigen Methoden lohnen aber längst nicht für alle Unternehmen“, sagt Infor-Experte Jensen. Alternativ können Mitarbeiter die Daten auch per Hand am Computer eingeben. In jedem Fall müssen sie dem System außerplanmäßige Änderungen mitteilen, zum Beispiel einen Maschinenausfall.

Wer ein PPS einführen will, steht vor der größten Herausforderung. Oft vergehen Monate, bis die Firma ein Lastenheft erstellt, Anbieter ausgesucht und das System installiert hat. Die Hauptarbeit aber besteht darin, Software und Unternehmensabläufe deckungsgleich zu bekommen. „Die Einführung eines PPS-Systems sollte gleichzeitig dazu genutzt werden, die Prozesse im Unternehmen kritisch zu hinterfragen und bei Bedarf zu verändern“, sagt Tröger. Außerdem müssen die Mitarbeiter an der Ein-

führung beteiligt sein. Aus jeder Abteilung sollten Key-User mitentscheiden, wie das neue PPS auszusehen hat, damit die Software nicht am Bedarf vorbei geplant wird. Sämtliche Mitarbeiter brauchen Schulungen, damit sie beim Start auch die nötigen Befehle kennen und die Produktion nicht lahmlegen.

Tröger weist auf einen weiteren Punkt hin, der nur scheinbar selbstverständlich ist: „Die Unternehmensleitung muss die Einführung eines PPS unterstützen.“ Denn die Entscheidung wirkt sich auf die Unternehmensstrategie aus. Sie verändert die gesamte Produktion. Der IT-Chef, an den die Aufgabe häufig delegiert wird, ist damit oft überfordert, die gesamte Belegschaft ins Boot zu holen.

Zudem ist die Arbeit nicht damit erledigt, dass das System läuft. Unternehmen müssen ihre Software ständig pflegen, damit der Computer richtige Ergebnisse liefert. Beispiel Zulieferer: Wenn der neue statt zweier Wochen nur noch zwei Tage braucht, muss diese Information angepasst werden. Andernfalls plant die Software zu große Lagerbestände ein und gibt zu früh das Signal, Nachschub zu ordern. Das Unternehmen sitzt dann wieder auf den großen Lagerbeständen, die es mit seinem PPS eigentlich reduzieren wollte.

„Die Einführung eines PPS-Systems sollte genutzt werden, um die Prozesse im Unternehmen kritisch zu hinterfragen“

KARL TRÖGER, Produktmanager beim Softwareanbieter Pspipenta



## IT-Probleme an der Quelle lösen

Wer Open-Source-Software im Unternehmen nutzt, kann sie beständig an den eigenen Bedarf anpassen. Zudem spart er Lizenzen. Ganz kostenfrei ist das Modell aber nicht

Ralf Hess

Was nichts kostet, kann nicht gut sein. Nach diesem Grundsatz wird immer noch viel zu oft in deutschen Unternehmen entschieden. Auch wenn es um die IT-Infrastruktur geht. Dabei hat kostenlose Software für die professionellen Anforderungen von Unternehmen heute mehr zu bieten als einfach nur das Einsparpotenzial.

Der Arzneimittelproduzent Pharma Nord aus dem dänischen Vejle hat sich bereits vor 25 Jahren dafür entschieden, konsequent auf Open-Source-Software zu setzen. Das Unternehmen vertreibt Nahrungsergänzungsmittel und pflanzliche Heilmittel in über 45 Staaten. Jan Löveheim, IT-Direktor von Pharma Nord, sagt: „Wir haben uns für Open Source entschieden, weil uns niemand garantieren konnte, dass eine Software in 25 Jahren immer noch angeboten wird.“

Um sich gegen solche Unsicherheiten zu wappnen, wollte das Unterneh-

men die Quellcodes der eingesetzten Programme haben, um sie nötigenfalls selbst weiterentwickeln zu können. Angefangen mit dem Betriebssystem Linux bis hin zum selbst entwickelten Programm zur Ressourcenplanung (ERP) komme bei Pharma Nord ausschließlich Open-Source-Software zum Einsatz, erklärt Löveheim.

Für die Produzenten proprietärer Software, also von Programmen, die gekauft werden müssen, werden Open-Source-Produkte zur ernst zu nehmenden Konkurrenz. Denn Open Source ist kein Geschäftsmodell. Vielmehr ist es eine Entwicklungsmethode. Viele Softwareproduzenten, beispielsweise Microsoft oder SAP, halten das lesbare Programm, also die sogenannten Quellcodes, gezielt geheim. Dadurch können sie ihre Programme gegen Lizenzgebühren vertreiben. Open-Source-Hersteller hingegen stellen den Nutzern ihre Software kostenlos zur Verfügung. Anschließend wollen sie an entsprechenden Serviceverträgen verdienen.

Das Geheimnis des Erfolgs von Open Source sind die frei zugänglichen Quellcodes. „Jeder kann sich das Programm ansehen und damit auch abschätzen, wie die Software arbeitet“, sagt Jan Wildeboer, Open-Source-Evangelist beim US-Softwarehersteller Red Hat. Nebenbei sorgt diese Offenheit dafür, dass ein Großteil der Programmierung von Privatleuten in ihrer Freizeit durchgeführt wird.

Es sei diese riesige Anzahl an Entwicklern, die die Software so funktional mache. „Als Lohn erhalten diese dafür eine besondere Reputation in der Szene“, erklärt Wildeboer deren Motivation. Heimliche Hintertüren in der Software seien dadurch nicht zu erwarten. Denn die vielen freien Programmierer finden nicht nur Fehler schneller, sondern spüren auch absichtlich eingebaute Fallstricke im Programm sofort auf.

Diese Transparenz gab unter anderem den Ausschlag dafür, dass die Stadt München ihre gesamte IT-Infrastruktur auf Open Source umstellte.

Denn gekaufte Produkte wie Windows loggen sich in regelmäßigen Abständen auf den Servern von Microsoft ein. Was dabei genau passiert, blieb für die Stadt völlig im Dunkeln. Ein riesiges Problem, wenn auf den Festplatten vertrauliche Steuer- oder Einwohnerdaten liegen.

Zwar ist bislang kein Fall öffentlich geworden, bei dem es durch den Einsatz einer solchen Software zu einer unerwünschten Datenweitergabe gekommen wäre. Gleichwohl ist die Möglichkeit latent vorhanden.

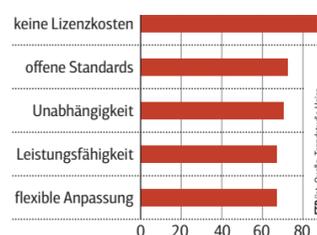
Gegenüber Kauf-Software hat Open Source einen weiteren Vorteil. Während klassische Softwareprodukte Lösungen für gängige Probleme anbieten, treiben sie bei ungewöhnlichen Aufgaben die IT-Abteilungen häufig zur Verzweiflung. Denn proprietäre Software legt eine bestimmte Struktur fest und zwingt diese der übrigen IT-Architektur eines Unternehmens auf. Eine Open-Source-Software lässt sich hingegen durch die haus-eigene IT-Abteilung deutlich leichter

### Nach eigenen Regeln

Open-Source-Software ist bei Unternehmen gefragt. Das hat finanzielle, ideelle und ganz praktische Gründe. Manche Nutzer wollen ein Programm, das auch in 25 Jahren noch zu haben ist und ihnen keine fremde IT-Architektur aufzwingt. Ein anderer Grund ist Datensicherheit: Manche Software gewährt dem Herstellerkonzern Einblick in die Firmenserver.

### Beweggründe für den Einsatz von Open-Source-Software

in %, Mehrfachnennungen möglich



an die individuellen Gegebenheiten der Firma anpassen. „Die IT-Infrastruktur gehört einem wieder selbst“, beschreibt Wildeboer den Effekt.

Völlig problemlos ist der Einsatz von Open-Source-Programmen jedoch nicht. Thomas Uhl, stellvertretender Vorsitzender der Linux Solution Group, einem Verein, der Open-Source-Anbieter miteinander vernetzt, sagt: „Der Hauptvorteil liegt sicherlich in der Einsparung der Lizenzgebühren. Trotzdem ist Open Source nicht kostenlos.“ Denn nicht jedes Unternehmen verfügt über die nötige IT-Expertise, um die Software auch selbst anzupassen. „Wer auf Open Source setzt, darf den Wartungsvertrag für die Infrastruktur nicht vergessen“, macht Uhl deutlich.

Trotzdem stellt Open Source in der Zwischenzeit eine echte Alternative zu Bezahlssoftware dar. Ein Blick in Richtung offene Programme kann daher unerwartete Lösungen bieten für das ein oder andere bislang für unlösbar gehaltene IT-Problem.

# Selbst gestrickte Rettungsnetze

Nützliche Programme fürs Risikomanagement sind wenig verbreitet. Unternehmen verwenden lieber schlichte Excel-Dateien

Katrin Berkenkopf

In deutschen Unternehmen spielt sich hinter den Kulissen ein verbissener Kampf ab. Anforderungen an die IT-Abteilung, Ablehnung, Protokolle, Memos, Vorlagen für die Geschäftsleitung – das volle Programm. Gegenstand des zähen Kleinkriegs zwischen dem mittleren Management und der Führungsetage sind nicht etwa Beförderungsaufstufen, Dienstwagenstatus oder Gehaltsstufen. Es geht um etwas viel subtileres: den Einsatz von maßgeschneiderten Systemen für Risikomanagement.

Risikomanager verlangen diese Systeme vehement. Zum einen verweisen sie auf die immer größeren und komplexeren Risiken in Unternehmen. Zum anderen auf die härteren Anforderungen an die Compliance, also das gesetzestreue und regelkonforme Verhalten von Unternehmen. Doch vor allem die IT-Chefs verhindern die Anschaffung der Spezialsoftware, weiß Alexander Tsolkas, heute Berater und früher IT-Sicherheitschef eines großen Logistikonzerns. Ein System für das Risikomanagement mache die Prozesse in den Betrieben transpa-

kann zu Schäden führen. Ohne übergreifendes System kann man viele Berührungspunkte von Prozessen gar nicht sehen“, sagt Tsolkas.

Nach einer gemeinsamen Studie der Unternehmensberatung Be One mit der Risk Management Association wird Standardsoftware aus dem Office-Bereich von gut einem Drittel der befragten Unternehmen verwendet. Andere Umfragen, etwa das Risk-Management-Benchmarking 2010 von PwC, beziffern den Anteil von Tabellenkalkulationsprogrammen auf mehr als 50 Prozent. Viele Firmen scheuen den Aufwand für die Einführung eines speziellen Informationssystems für Risikomanagement. Be-One-Berater Peter Kobriger: „Weitere Tools werden als Belastung empfunden.“

Aber die Berater sehen eine Trendwende. „Die Wirtschaftskrise hat sicher das Bewusstsein für Risiken geschärft, gleichzeitig werden die Lösungsansätze systematischer.“ Das zeige sich besonders am großen Interesse kleiner Betriebe, die von Gesetz wegen nicht gezwungen sind, formales Risikomanagement zu betreiben. Kobriger geht davon aus, dass der Anteil der Unternehmen, die Risikomanagementsysteme implementieren, stetig wächst. Auf der

„Die Wirtschaftskrise hat sicher das Bewusstsein für Risiken geschärft“

PETER KOBRIGER, Unternehmensberatung Be One

renter. Oft hätten die IT-Chefs Angst, dass Schwachstellen im eigenen Bereich aufgedeckt werden könnten. Die Folge: Die Riskmanager arbeiten mit selbst gestrickten Excel-Tabellen. Tsolkas Urteil über die noch immer gängige Risikosteuerung per Tabellenprogramm ist hart: „Das ist oft lächerlich, was man da zu sehen bekommt.“

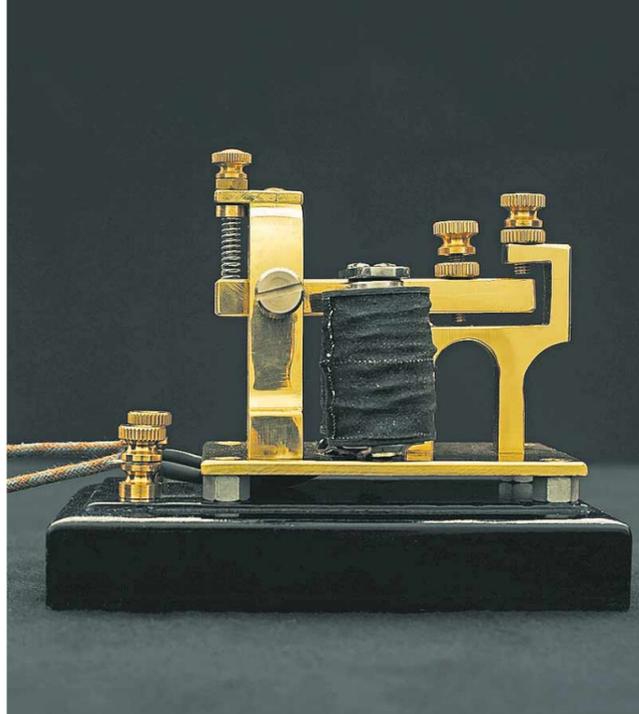
Ein Beispiel: Eine Firma führt in einer Abteilung eine neue IT-Anwendung ein. Sie wird umfangreich auf mögliche Risiken für das Unternehmen abgeklopft. Doch dabei fällt oft nicht auf, dass sie in einer anderen Abteilung schon längst eingesetzt wird. Ebenfalls verbreitet: Der Vorgang ist zwar bekannt, das Ergebnis der früheren Risikoprüfung bleibt jedoch unauffindbar. Und so gibt es für das gleiche Risiko plötzlich eine ganz andere Bewertung. „Das

anderen Seite sei kein dominierender Softwareanbieter in Sicht. „Der Markt ist wirklich zersplittert.“ Für große Softwarehäuser sei der Markt zu klein, um interessant zu sein.

Frank Romeike ist Gründer von Risknet, einem Netzwerk von Experten und Organisationen, die sich professionell mit Risikomanagement befassen. Er sieht ein Hauptproblem darin, dass viele Unternehmen sich auf eine Art Risikobuchhaltung ausrichten, eine vor allem rückwärtsgewandte Betrachtung. „Spannender ist aber ein Blick in die Zukunft, beispielsweise mithilfe einer szenariobasierten Simulation.“ So etwas sei ohne spezielle Software jedoch völlig unmöglich.

Alexander Tsolkas Firma Innomenta hat eine eigene Risikomanagementsoftware entwickelt. Das

Nach dem Vorbild eines historischen Telegrafen hat Sean Slatery seinen RSS Clacker gebaut. Den Apparat fertigte er aus einem Messingblock, die Funktionen stellte er um. Das Gerät übersetzt jetzt Texte aus RSS-Feeds in hörbare Morsezeichen



Interesse sei zwar groß, doch tatsächlich zum Einsatz bringen sie nur wenige, sagt Tsolkas. Das werde zumindest so lange so bleiben, wie die Verantwortung für das Risikomanagement, inklusive der IT-Sicherheit, nicht verbindlich beim Finanzvorstand angesiedelt wird und entsprechende Priorität genießt.

Frank Romeike hat eine andere Erklärung für die geringe Verbreitung. Seiner Meinung nach sind die Anforderungen an eine solche Software von Unternehmen zu Unternehmen einfach zu unterschiedlich. „Während ein Kfz-Zulieferer etwa eine Lösung sucht, um Währungs- und Rohstoffrisiken zu bewerten, benötigt ein Energieversorger eine sehr spezifische Lösung zur Modellierung von Handelsrisiken im Strommarkt.“ Eine Standardsoftware könne es deshalb nicht geben. Die Vorliebe für Excel oder darauf aufgebaute, selbst geschneiderte Risikobewertungssysteme kann er nachvollziehen. „Das Programm hat den Vorteil, dass die Verantwortlichen es kennen.“ Das System der Zukunft müsse vor allem flexibel sein wie ein Baukasten, damit sich Firmen die für sie nützlichen Bausteine aussuchen können. „Einige Lösungen sind im Moment noch zu starr. Die werden Probleme auf dem Markt bekommen.“

## Compliance

Ob Datenskandal bei der Deutschen Bahn, Korruptionsfälle bei Siemens oder Mitarbeiterüberwachung bei Lidl: Immer wieder mal fallen Unternehmen durch Gesetzes- oder Regelverstöße unangenehm auf. Das schadet ihnen zum einen finanziell, zum anderen leidet auch ihr guter Ruf darunter. Konzerneigene Complianceabteilungen sollen verhindern, dass sich solche Regelverletzungen in Zukunft erneut ereignen. Sie sorgen für die Aufstellung und Einhaltung von Unternehmensrichtlinien für den Umgang mit Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern. Basis dafür sind Gesetze und Vorschriften sowie nationale und internationale Verhaltenskodizes wie der UN Global Compact oder die OECD-Richtlinien für international tätige Unternehmen. Konzerne wie die Deutsche Bahn haben das Thema Compliance mittlerweile auf Vorstandsebene angesiedelt. Nachweislich regelkonformes Verhalten ist eine wichtige Voraussetzung für neue Aufträge.

Mitten im Markt

Messe Stuttgart



## IT für den Mittelstand!

**it & business**  
Fachmesse für Software,  
Infrastruktur & IT-Services

www.itandbusiness.de

DIE EINTRITTSKARTE BERECHTIGT  
ZUM BESUCH BEIDER MESSEN.

**DMS** **DMS**

Digital Management Solutions

Europas Leitmesse und Konferenz für Enterprise  
Content-, Output- und Dokumentenmanagement

www.dms-expo.de

Mitveranstalter  
koelnmesse

## DOPPEL(T)SPITZE

Weil IT & Business und DMS EXPO gleichzeitig in Stuttgart stattfinden. Weil sich beide Messen fachlich hervorragend ergänzen. Weil zusätzlich zu allen wichtigen betriebswirtschaftlichen IT-Themen wie ERP, BPM, BI, CRM, MES, Sicherheit und Infrastruktur jetzt auch die ganze Bandbreite an Softwarelösungen für den nahtlosen Informationsfluss in Unternehmen von der E-Mail-Archivierung bis zur Dokumentation gezeigt wird. Weil IT im Herbst Stuttgart heißt.

**26. – 28. Oktober 2010 | Messe Stuttgart**

# Mit offenem Visier

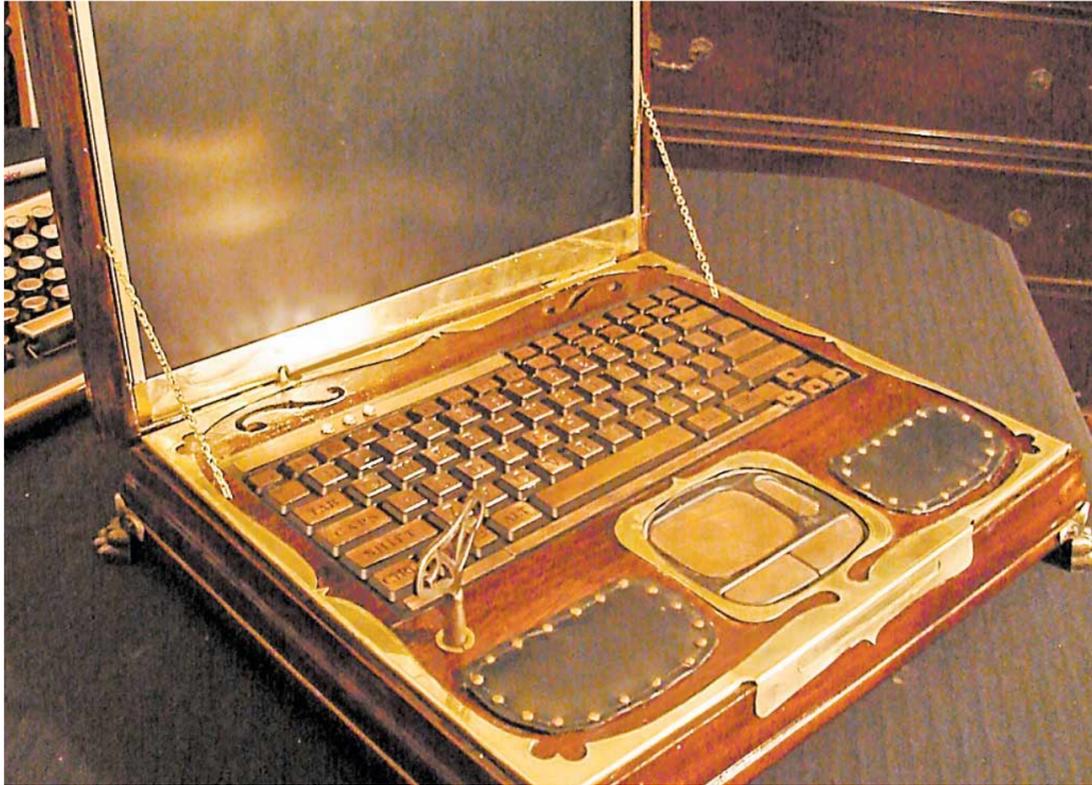
Soziale Onlinenetzwerke sind ein Dorado für Marketing und Kundenbetreuung. Allerdings verbreiten sie auch Kritik im Nu

Oliver Rahayel

Mit einem Video auf Youtube rächte sich der Gitarrist Dave Carroll an der Fluggesellschaft United, die für einen Schaden an seinem Instrument nicht aufkommen wollte. Angesichts der unangenehmen Publicity knickte United ein und zahlte. Ähnlich erging es in den letzten Monaten Nestlé, Nissan oder Jack Wolfskin. Solche PR-Unfälle kommen vor, seit Onlineportale Verbrauchern wie Mitarbeitern weltweite Foren liefern. Dennoch engagieren sich immer mehr Firmen in den sogenannten Social Media oder Social Networks. Denn deren Risiken stehen ungleich größere Chancen gegenüber.

Laut einer Umfrage des Onlinevermarketers Emarsys sind bereits über 70 Prozent der befragten deutschen Unternehmen in sozialen Netzwerken aktiv. Kein Wunder: Das Portal Twitter etwa zählt weltweit rund 200 Millionen User, allein in Deutschland zwei Millionen. Die Portale StudiVZ, SchülerVZ und MeinVZ weisen nach eigenen Angaben zusammen über 17 Millionen Mitglieder auf. Deren Vorbild ist unter anderem Facebook, das seit seiner Gründung 2004 sogar rund 550 Millionen User versammeln konnte.

Vielfältig sind die Möglichkeiten für Unternehmen, über Social Media in Kontakt zu ihren Kunden zu treten. Viele erstellen selbst eigene, mit Foren bestückte Benutzerseiten. Dort können Kunden Lob und Kritik äußern, auf die das Unternehmen möglichst sofort reagiert. Christine Faßnacht, Referentin für Corporate Publishing und Webkommunikation beim IT-Fachverband Bitkom, rät auch kleineren Unternehmen, sich auf diese Weise zu engagieren: „Es nicht zu machen heißt Potenzial verschenden.“



Sieht aus wie eine Spieluhr aus vergangener Zeit, ist aber ein **Laptop**. Richard R. Nagy, Künstlername Datamancer, hat die Hülle des mobilen Computers in Handarbeit aus Holz, Messing und Leder gefertigt. Darunter verbirgt sich neueste PC-Technik. Gestartet wird der Laptop durch Drehen des großen Uhrwerkschlüssels. Die Leuchtdioden zur Funktionsanzeige verbergen sich hinter Brillanten aus Plastik



Firmen mit IT-Affinität sind meist leichter von den Vorteilen der Netzwerke zu überzeugen als solche aus anderen Branchen. „Telekom hilft“ – so heißt die Twitter-Service-Seite des Konzerns. Andreas Bock, Leiter für Social Media Vertrieb & Service bei der Telekom, ist überzeugt: „Das ist die Zukunft für den Servicebereich, neben den vorhandenen Servicekanälen.“

Auch die Beratungsbranche nutzt das Potenzial der Netzwerke. „Irgendwann geht es nicht mehr ohne diese Portale“, glaubt Meike Leopold, PR-Managerin bei Cirquent, auch wenn „viele Kunden noch konservativ“ seien.

Den Netzwerk-Usern geht es primär darum, Kontakte zu knüpfen und sich auszutauschen. Mithilfe ihrer Selbstdarstellungen finden sie Gleich-

gesinnte. Das können Marketingabteilungen perfekt nutzen. Indem sich die Benutzer in Gruppen aufteilen lassen, etwa nach Geschlecht, Wohnort, Familienstand und vor allem Vorlieben, kann Werbung zielgerichtet und effektiv auf deren Seiten geschaltet werden. Damit verdienen die Betreiber ihr Geld. Sobald sich die User zudem etwa über eine Jeansmarke oder eine CD austauschen, wird das ebenfalls registriert. Unabhängige Software durchsucht sämtliche Social Media, alle Blogs und Foren nach entsprechenden Einträgen.

Die User hantieren ganz selbstverständlich mit Markennamen. Laut einer Studie von Volkswagen und MTV veröffentlichten 43 Prozent der 19- bis 29-Jährigen ihre Lieblingsmarken in den Netzwerken und 50 Prozent verlassen sich umgekehrt auf dort gepostete Empfehlungen. Dabei bewegen sich keineswegs nur junge Leute in den Netzwerken.

Datenschützer werfen den Netzwerkbetreibern seit Langem einen mangelnden Schutz der Kundendaten vor. Auch die Stiftung Warentest tadelt einen zu laxen Umgang damit. Die Profile seien oft mühelos einsehbar und

die Netzwerke nur unzureichend vor Zugriffen von außen geschützt. Einige der Betreiber haben inzwischen auf derlei Vorwürfe reagiert. Dabei ist das, was die Datenschützer kritisieren, ihr täglich Brot: verwertbare persönliche Daten. Hannes Bauer, Erfinder der Suchmaschine Kolibri und Mitinhaber des Onlinemarketingunternehmens Adlodge, sieht in der Weitergabe persönlicher Daten für Werbezwecke kein großes Problem. Bedenklicher ist laut Bauer, dass „man Informationen, die man einmal gepostet hat, nicht mehr heraus bekommt.“

Auch Blogs können eine immense Breitenwirkung haben, wie das Webtagbuch der Heather Armstrong zeigt, besser bekannt als Dooce, das Millionen von Usern und die Industrie lesen.

Chancen und Risiken bergen auch die Onlineaktivitäten der eigenen Mitarbeiter. Zwar geben die Unternehmen oft Guidelines zur Kommunikation heraus, aber die Mitarbeiter schreiben letztlich, was sie wollen. „Das ist eine kulturelle Herausforderung, die vielen Unternehmen noch schwerfällt“, sagt Thomas Mücke, Sprecher von Microsoft Deutschland. Da der Konzern das eigene System „Xchange“ anbietet, bewegten sich die Mitarbeiter kaum in externen Netzen. Die PR-Abteilungen haben derlei Ausdrucksformen kaum noch im Griff: „Es gibt keine Kontrolle mehr“, so Leopold.

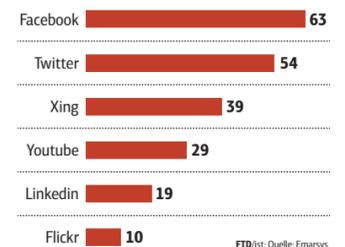
Die Experten hoffen, dass die User in Zukunft verantwortungsvoller mit ihren Daten umgehen. „Es wird bald eine zweite Generation geben, die weiß, dass man in den sozialen Netzwerken genau aufpassen muss, was man dort hochlädt“, sagt Bauer.

## Unternehmen als Sozialarbeiter

An Sozialen Netzwerken kommt heute fast kein Unternehmen mehr vorbei. Rund 70 Prozent der deutschen Firmen sind dort mittlerweile aktiv, angezogen von den Möglichkeiten für Kundenservice und Marketing. IT-affine Unternehmen gelten als die Vorreiter bei der Nutzung von Social Media. Am beliebtesten sind die Onlineportale Facebook, Twitter und Xing. Auch auf Youtube ist ein Drittel der befragten Firmen präsent. Eine kleine Rolle spielt erst das Bildportal Flickr, auf dem Fotos betrachtet und ausgetauscht werden.

### Genutzte soziale Netzwerke

in %, Umfrage, Mehrfachnennungen möglich



# Vernetzt.

Kommende Sonderthemen der FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND



Ergänzend zur tagesaktuellen Berichterstattung bietet die FTD in ihren Sonderbeilagen ausführliche Analysen und detaillierte Hintergrundinformationen zu verschiedenen Schwerpunktthemen:

Sonderthema	Erscheinungstermin
Grüne IT	17. 12. 2010
CeBIT	01. 03. 2011
E-Commerce	12. 04. 2011

Bei Interesse an einer Anzeigenschaltung wenden Sie sich bitte an:  
Murat Kalavaoglu 040/3703-3339 oder  
kalavaoglu.murat@guj.de

**FINANCIAL TIMES**  
DEUTSCHLAND

Wissen, was wichtig wird. Immer und überall.

Hinweis: Die Abbildungen zeigen bereits erschienene Sonderthemen.

## Auf eigene Faust zum Kredit

Banken finanzieren neue IT nur zögerlich. Hersteller und Leasingunternehmen springen ein

Kathinka Burkhardt

Viele Unternehmen stehen bei der Anschaffung von Hard- und Software vor einem Problem: Die Banken geben ihnen keinen Kredit. „Gerade durch die Finanzkrise tun sich Banken bei der IT-Finanzierung noch schwer“, sagt Christoph Heitjans von IBM Global Financing. Die meisten Finanzinstitute meiden IT-Projekte, oft fehlt ihnen die Expertise dafür. Aus diesem Grund bieten immer mehr Branchenspezialisten eigene Finanzierungsmodelle an. Der Vorteil: Die Anbieter wissen, was der Kunde benötigt und welche Investitionen sinnvoll sind. Dadurch können Projekte besser bewertet und einem Kunden passende Angebote gemacht oder Alternativen aufgezeigt werden.

Hat der Kunde beim Fachhändler das passende Equipment gefunden, geht oft alles sehr schnell: „Die Fachhändler können per Onlinetool innerhalb von zehn Minuten prüfen, welche Möglichkeiten für den Kunden und sein Projekt bestehen“, sagt Renate Hauss von Grenkeleasing. Wichtigstes Kriterium ist die Bonität des Unternehmens. Doch bei Anbietern wie Grenkeleasing können auch schon kleine Anschaffungen über Leasingverträge finanziert werden. „Wir konzentrieren uns auf kleine und mittelständische Unternehmen“, sagt Hauss. Grenkeleasing finanziert bereits Investitionen ab 500 Euro, die durchschnittliche Höhe ihrer Projekte beträgt 7600 Euro.

Auch große IT-Konzerne haben mit der Einrichtung eigener Financial-Services reagiert, denn erhalten Firmen kein Darlehen von ihrer Bank, wird der

Hersteller seine Computer nicht los. Avaya, Spezialist für Telekommunikationssysteme, bietet über 200 Partnern in Deutschland nicht nur seine Produkte, sondern auch deren Finanzierung an. „Das ist ein wichtiges Instrument für die Vertriebspartner, weil so das Risiko eines Zahlungsausfalls minimiert wird“, sagt Christian Bernhard, Regional Sales Director von Avaya Financial Services.

Der Kunde profitiert gleich mehrfach. Die monatlichen Raten an einen Hersteller belasten die eigene Bilanz nicht so sehr. Dadurch kann der Unternehmer bei der Hausbank gleichzeitig Kredite für andere Anschaffungen aufnehmen. Zusätzlich entledigt er sich oft der IT-Wartung, die meistens im Gesamtpaket enthalten ist. Das spart Personal. Hersteller wie IBM finanzieren die Einführung einer neuen IT-Ausstattung auch dann, wenn Einzelteile, wie etwa Laptops, von einem anderen Hersteller bezogen werden.

Wer ein Leasing eingeht, sollte jedoch schon bei Vertragsabschluss ans Ende des Finanzierungsbündnisses

denken. Nach der vereinbarten Laufzeit gibt es drei Möglichkeiten. Erstens: Der Kunde beendet die Zusammenarbeit und lässt das Equipment abholen. Hat er zu diesem Zeitpunkt jedoch keine neue Anlage installiert, kann er nicht weiterarbeiten. Zweitens: Die Leasingpartner setzen die Zusammenarbeit fort und lassen mit einem neuen Vertrag Geräte und Programme aufrüsten. Drittens: Der Leasingnehmer kauft dem Hersteller das Equipment über eine Restrate ab. In der Regel ist diese Schlussrate jedoch so hoch, dass sich das gesamte Geschäft für den Kunden nicht rechnet.

Ein Vorteil für die Hersteller: „Natürlich ist das Leasinggeschäft für Avaya und seine Partner wichtig, um Kunden zu binden“, sagt Bernhard. Bleibt der Kunde einem Anbieter treu, entledigt er sich immerhin weiterer leidiger Probleme: „Wir kümmern uns am Ende auch um die Wiederverwertung und Entsorgung der alten Geräte und gewährleisten eine sichere Datenvernichtung“, sagt IBM-Mann Heitjans.

## IMPRESSUM

**Financial Times Deutschland**  
Stubbenhof 3 · 20455 Hamburg  
Tel. 040/31990-0 · Fax 040/31990-310  
www.ftd.de · E-Mail: leserservice@ftd.de

**Redaktion:** Volker Bormann (verantwortl.), Helmut Broeg  
**Gestaltung:** Andreas Voltmer (Ltg.)  
**Bildredaktion:** Florian Kraska, Christian Kolrich  
**Infografik:** Jens Storkan  
**Bildbearbeitung:** FTD-Bildbearbeitung  
**Chefin vom Dienst:** Dr. Hiltrud Bontrup  
**Korrektur:** Dörte Kanis

**Verlag:** GfJ Wirtschaftsmedien GmbH & Co. KG  
**Geschäftsführer:** Dr. Bernd Buchholz, Ingrid M. Haas  
**Postanschrift:** Brieffach 02, D-20444 Hamburg

**Verlagsleiter:** Jan Honsel, Albrecht von Arnswald  
**Gesamtanzeigerleiterin:** Helma Spieler  
**Anzeigerleiter:** Jens Kauerauf (FTD, HSI, enable),  
Martina Hoss (Capital, impulse, BORSE ONLINE),  
E-Mail: sonderthemen@ftd.de  
**Syndication:** Picture Press Bild- und Textagentur GmbH,  
Koordination: Petra Martens, Anfragen: Nicole Wulff  
Tel. 040/3703 3401, E-Mail: wulffnicole@picturepress.de

„Financial Times“, „Financial Times Deutschland“ und „FTD“ are registered trademarks of The Financial Times Limited and used under license.

**Druck:** Presse-Druck- und Verlags-GmbH, 86167 Augsburg; BZV Berliner Zeitungsdruck GmbH, 10365 Berlin; Druck- und Verlagszentrum GmbH & Co. KG, 58099 Hagen; Mannheimer Morgen Großdruckerei und Verlag GmbH, 68167 Mannheim