



project 57 Journal für Business Computing und Technologie

[backstage - news revisited 01]
die woche im überblick: 4. bis 10. august 2003

[inhalt]

[basta!] Es geht aufwärts! Oder abwärts! Je nach dem.

[news revisited]

- Cisco – mal so und mal so
- Novell voll auf Linux-Kurs?
- IBM und Red Hat wehren sich mit Gegenklagen gegen SCO
- EMC-Speicherschränke mit iSCSI

[plus + minus]

- SAP-Zahlen

[quergelesen]

- Berlusconi – Macht und Leidenschaft
- Schröder – Macht und Maschsee
- „Bei ZDF und Douglas stinkt was“

[flaschenpost]

- „Ein Lob vom Chef ersetzt den Orgasmus“
-

[basta!]

Es geht aufwärts! Oder abwärts! Je nach dem.

VON HARTMUT WIEHR

„Wer denkt, ist nicht wütend.“
Theodor W. Adorno
„Im Gegenteil. Wer denkt, wird wütend.“
Darcy Maria Moreira

Es musste ja so kommen. Nicht nur, dass uns überall aus der angeblich so bunten Werbewelt jede Menge vordergründiger Varianten von „Geiz ist geil“ entgegenblicken, nun hat auch die „Wirtschaftswoche“ eine kongeniale, längst überfällige Überschrift gefunden: „Gewinn ist geil“ (Ausgabe vom 7. 8. 2003, Seite 114). Wer hätte das gedacht! Gewinnstreben galt ja mal als etwas Unfeines, die Berufszunft der professionellen Geldmacher wurde lange Zeit aufgeteilt in ehrliche und eher böse Prototypen (jene vom „produktiven“ und diese vom „zinsheckenden“ Kapital, und was der mehr oder feinen Unterscheidungen mehr waren). Ganze politische Bewegungen haben sich entlang solcher Unterschiede profiliert, bis sie in so genannte „Volksparteien“, die nur noch Bürger, vulgo: „Menschen“ kennen, aufgegangen sind. Das Anrühige ist geblieben. Selbst Anspielungen galten als unfein und „historisch überholt“ – man erinnere sich: feiste, Zigarren schmauchende „Kapitalisten“ in Bild und Wort zu beschreiben in der freien Presse, das galt als gerichtstaugliche Unterstellung, mit Publikationsentzug nicht unter zehn Jahren zu bestrafen. Und wurde regelmässig gekontert mit Termini wie Arbeitsplatzbeschaffer, technischer Erneuerer oder Wohltäter der Menschheit. Wenn jetzt ein so parteiisches Blatt wie die Wirtschaftswoche ganz offiziell die Hosen runter lässt und sich zu dem bekennt, was sich manchmal zwischen den Zeilen und genannten Lobhudeleien versteckte, dann ist das nicht nur erfrischend ehrlich. Denn drumherum geht das vertraute Versteckspiel weiter: Der Konjunkturaufschwung wird breitflächig herbeigebetet, nicht nur von den Regierungspropagandisten und ihren Freunden in den Wirtschaftsinstituten, die beide noch jede Prognose kurz danach zurücknehmen mussten, so unverschämt, dass das Titelblatt besagter Ausgabe schon fragt: „Wie weit geht es nach oben?“ Nach oben? Wo doch alle Indikatoren stramm nach unten zeigen? Wie gut, dass es da auch noch die hübsche Vokabel vom (Konjunktur-)Tal gibt, dass „sichtbar“, „durchschritten“ oder – „fast, demnächst, bald, in Kürze“ – wieder „verlassen“ wird. Die „Computerwoche“ vom 8. 8. 2003: „Die Talsohle ist erreicht, doch die IT-Branche tritt noch auf der Stelle.“ Und Karl Heinz Achinger, Software AG: „Über die Summe aller Länder haben wir die Talsohle durchschritten.“ Während die einen den Aufschwung in den USA schon am Werk sehen (Wirtschaftswoche), hat er für andere „an Kraft verloren“ (Neue Zürcher Zeitung). Schön die „Spiegel“-Überschrift: „Gefühlter Aufschwung“. Wahrhaft erstaunlich, wie die rationalste aller Volkswirtschaften permanent auf Gesundbeterei und Wirtschaftspsychologie zurückgreifen muss. Eigentlich müsste sie nicht, sondern nur Zahlen und Gründe offen auf den Tisch legen und ein paar (gegensteuernde, antizyklische) Maßnahmen ergreifen.

[„California prefer blondes.“ Mehr dazu demnächst in „project 57 – Journal für Business Computing und Technologie“. Denn: Kalifornien, da war doch noch was? Richtig – Computer, E-Business, Start-ups ohne Ende; Gewinne ebenfalls, Aktienoptionen und schneller Reichtum, seltsame Stromgeschäfte. Ein Blick zurück, der sich lohnt.]

[news revisited]

Cisco – mal so und mal so

[p57] – Der weltweit größte Hersteller von Netzwerkkomponenten konnte seinen Reingewinn im letzten Quartal um 27 Prozent steigern. Im Quartal davor waren es es

noch 35 Prozent gewesen. Positive Zahlen schreibt der Konzern schon seit einiger Zeit bei fallenden Umsätzen – also auf Basis von Kosteneinsparungen, Produktionsauslagerungen, Entlassungen, kurz Rationalisierungen, wo es nur geht. Damit befindet sich Cisco in guter Gesellschaft mit anderen amerikanischen IT-Unternehmen, die die gleiche Strategie praktizieren und damit schwarze Zahlen produzieren. Unter der Hand geben Finanzmanager allerdings durchaus zu, dass man das nicht ewig so weitertreiben könne. Ohne reales Wachstum beim Produktabsatz wird es bei einer Scheinblüte bleiben, und selbst die wird irgendwann ausbleiben. Das sehen wohl auch die amerikanischen Aktienanleger so, die sehr gründlich jeden Morgen ihr Leib- und Magenblatt „Wall Street Journal“ studieren. Prompt bestrafte sie Cisco mit einem Kursrückgang von sieben Prozent. Da Cisco als Leithammel der Börse gilt, wurden in den folgenden Tagen zahlreiche weitere Titel mit in die Tiefe gezogen.

Novell voll auf Linux-Kurs?

[p57] – Auf der Linuxworld in San Francisco vollzog der Anbieter des arg ins Schlingern geratenden Netzwerkbetriebssystems Netware laut „Computerwoche online“ (6. 8. 2003) einen bemerkenswerten Kurswechsel: Wahrscheinlich werde man Netware zugunsten von Linux aufgeben. Bislang sah die Roadmap noch etwas verklausuliert eine Art Doppelstrategie vor. Langsame Portierung von Produkten wie eDirectory und anderen auf Linux, und ab 2005 dann alles auf zwei Kernen ausgeliefert, so dass sich der Kunde dann für einen – Netware oder Linux – entscheiden könne. Das war er eigentlich schon, der Kurswechsel. Allerdings drapiert mit schönen Worten von „konsequenter Fortsetzung“ des bisherigen Kurses und „Orientierung an den Kundenwünschen“. In den USA war man jetzt offener: Auf jeden Fall werde man Netware weiter im Support unterstützen, auch wenn das Produkt nicht weiter entwickelt werde. Wie da wohl die (restlichen) Netware-Kunden reagieren werden, nach all den Bekenntnissen der Vergangenheit? Schneller Wechsel zu Microsoft oder langsamer zu (Novell-)Linux? Ob die Linux-Strategie von Novell aufgeht, ist noch lange nicht ausgemacht. Trotz der Übernahme von Ximian, einem Anbieter von Desktop- und Servermanagement-Lösungen für Linux, dessen Gründer Miguel de Icaza und Nat Friedman aus der Open-Source-Bewegung kommen.

IBM und Red Hat wehren sich mit Gegenklagen gegen SCO

[p57] – Es war vorauszusehen. IBM, so erfahrene Prozessbeobachter, habe einfach genug Anwälte, um jeden juristischen Angriff auf das eigene Firmenimperium elegant abzuschmettern. Genau so ist es jetzt gekommen. Man schickt die eigenen Rechtsanwälte los und baut juristische Abwehrfronten in Form von Gegenklagen gegen das Vorpreschen von SCO auf – jenem Unternehmen mit Unix-Historie, das sich zum Gralhüter der Linux-Rechte ernannt hat. Selbst wenn sich SCO nicht durchsetzen sollte mit seinen finanziellen Ansprüchen, ein gewisser Marketingeffekt ist dem ganzen Theater nicht abzusprechen. Da es aber auch und nicht zuletzt um Geld geht, hat Red Hat, eng mit IBM verbandelt, nun ebenfalls juristisches Geschütz aufgefahren. Solche Verhaltensweisen gehören nicht nur in den USA zum geschäftlichen Alltag, jeder gestandene Unternehmer und Manager beherrscht das. Etwas Durchblick in dem Rechtsstreit in der Open-Source-Welt auf: www.nwfusion.com/news/2003/0807ibmfiles.html?net.

EMC-Speicherschränke mit iSCSI

[p57] – Der Speichergigant erweitert seine im Februar präsentierte neue Symmetrix-Baureihe DMX um zwei Modelle, die DMX 800 und die DMX 3000. Natürlich mit verbesserter Kapazität und mehr Performance. Beide Modelle unterstützen nun auch iSCSI-Verbindungen. Bisher argumentierte man in der Speicherindustrie immer damit, dass sich das (teure) Fibre Channel mit dem (billigeren) iSCSI „komplementär ergänzen“ werde – Fibre Channel für die SANs bei den großen Enterprise-Kunden und iSCSI mehr für mittlere und kleinere Unternehmen. Diese Strategie könnte mit der EMC-Ankündigung schon wieder über den Haufen geworfen worden sein. Denn die DMX-Symmetrix dürften nach wie vor etwas überdimensioniert für KMUs sein. Von den Preisen mal ganz abgesehen.

[plus + minus]

ERP-Primus kämpft mit rückläufigen Lizezeinnahmen

VON ANDREAS BEUTHNER

Die Vorstandsetage des Standardsoftwareherstellers SAP beschäftigt sich nicht zum ersten Mal mit der Frage, was ein nachfrageschwacher IT-Markt an Produkten überhaupt noch verkraftet. Softwarelizenzen sind es nicht: Laut dem aktuellen Halbjahresergebnis der Walldorfer sind die Lizenzumsätze gegenüber dem Vorjahr weiter gesunken. Besonders krass hat es die einstigen Hoffnungsträger Customer Relationship Management (CRM) und Supply Chain Management (SCM) erwischt. Im zweiten Quartal 2003 waren es bei CRM 16 Prozent (Umsatz: 85 Millionen Euro) weniger gegenüber dem gleichen Zeitraum im Vorjahr (Umsatz: 101 Millionen Euro) und rund 17 Prozent (Umsatz: 86 Millionen Euro) weniger bei SCM (Vorjahr: 104 Millionen Euro).

Bilanzzahlen freilich sind lediglich das Spiegelbild einer nüchternen Gewinn- und Verlustrechnung. Weniger Einnahmen deuten noch lange nicht auf hausgemachte Managementfehler oder Performanceverluste der Geschäftsbereiche hin. Ganz im Gegenteil. „In einem schwierigen ökonomischen Umfeld haben wir uns besser behauptet als die meisten unserer Wettbewerber“, gibt Henning Kagermann, Vorstandssprecher der SAP AG, zu Protokoll. Die operativen Geschäfte liefen gut, „wir haben die Marktführerschaft weiter ausgebaut.“ Die Börse sah das eher mit gemischten Gefühlen und reagierte prompt mit einem Kursrückgang der SAP-Aktie von über fünf Prozent.

Von einem angeknacksten Selbstbewusstsein bei den SAP-Lenkern ist nichts zu spüren. Trotz rückläufiger Umsätze erhöhte sich laut SAP der weltweite Marktanteil bei Standardsoftware in nur einem Jahr von 45 Prozent auf jetzt 55 Prozent. Gegenüber den Aktionären verweist das Unternehmen auf gestiegene Margen im operativen Ergebnis und liquiden Mitteln in Höhe von 1,8 Milliarden Euro. Rechnet man akquisitionsbedingte Aufwendungen und die Kosten für aktienbezogene Vergütungsprogramme heraus, legte das „Pro-forma-operative-Ergebnis“ im ersten Halbjahr sogar um 23 Prozent auf 692 Millionen Euro gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres (562 Millionen Euro) zu.

Nach fester Überzeugung der Walldorfer ist das Geschäft mit Software für das Enterprise Resource Planning (ERP) wieder im Wachstum beriffen. Bereits in naher Zukunft rechnen Experten mit einem Modernisierungsschub, der die lähmende Kaufzurückhaltung der ERP-Kundschaft ablösen könnte. Die strategische Weichenstellung dafür hat der Konzern nach eigenen Angaben längst vorgenommen: Mit einem Customer Services Network will SAP Barrieren bei der Einführung komplexer Software abbauen und bessere Dienstleistungen beim Release-Wechsel oder Upgrading anbieten.

Den harten Konkurrenzkampf im krisengeschüttelten IT-Markt hat der Softwareprimus vorerst überstanden. Ein bisschen vom alten Siegerimage konnte Kagermann sogar in das zweite Halbjahr hinüberretten. Doch im Umfeld rumort es weiter. Die Wettbewerber wollen mit allen Mitteln den Abstand zum Marktführer verkleinern. Peoplesoft holt sich J.D.Edwards ins Boot und Oracle will am liebsten alle beide schlucken und dann nach eigenem Gusto verdauen. Microsoft geht mit hinzugekauften Business Solutions auf Kundenfang und begnügt sich sicherlich nicht mit ein paar Krümeln vom ERP-Kuchen. Ein bescheidenes Wachstum von 1,5 Prozent bei der „Pro-forma-operativen-Marge“, den der SAP-Vorstand für dieses Jahr anpeilt, zeugt daher von Realismus. Viel mehr wird wohl nicht drin sein, auch wenn die pralle Cash-Kasse manchen IT-Vorstand vor Neid erblassen lässt.

[quergelesen]

Berlusconi – Macht und Leidenschaft

[p57] – Der „Economist“ aus Großbritannien gilt hierzulande als etwas verstaubt: Das Layout ist noch immer eher klassisch aufbereitet, auch wenn die Fotos inzwischen farbiger und deutlich größer als früher ausfallen. Die Texte sind gründlich recherchiert, witzig und scheuen nicht vor deutlichem Positionsbezug zurück. In England und den USA reicht das, um auch ökonomisch und mitten in der Zeitungskrise zu einem Erfolgsrezept zu geraten. Berlusconis Machenschaften werden schon seit Jahren nicht nur oberflächlich beobachtet, wie es in der deutschen Tagespresse so üblich ist und die bei ihrer Berlusconi-Fixierung konstant jede Hintergrundberichterstattung vermissen lässt. Anders der Economist: Er hat sich jetzt so richtig mit Italiens reichstem und mächtigstem Mann angelegt und ein Dossier im Umfang von 8.000 Seiten angekündigt. Näheres unter: www.economist.co.uk.

Schröder – Macht und Maschsee

[p57] – Wenn schon der Kanzler und sein Generalsekretär, wenn also Schröder und Scholz in nationalistischem Stolz zu Hause bleiben – Schröder: „man hat Deutschland (!) beleidigt“ – und ganz nebenbei etwas von dem BILD-fremdem Toskanafraktion-Image loswerden (wollen), dann muss man es ihnen ja nicht nachmachen. Ein schönes kleines Büchlein zur Vorbereitung einer Italientour liegt von der ausgewiesenen Kennerin Alice Vollenweider vor (die auch einiges Lesenswertes zu den Kulinarika Italiens beigesteuert hat): Italia! Unterwegs zu den verborgenen Schönheiten Italiens, 159 Seiten, Schöffling & Co. 1997, ISBN 3-89561-561-7.

„Bei ZDF und Douglas stinkt was“

Der zweimal pro Woche erscheinende Nachrichtendienst „getfax“ berichtet in seiner Ausgabe vom 7. August 2003:

„Mainz; gf. – In einmaliger „*Equal goes it loose*“-Anglistik (frei: Gleich geht es los) à la Ex-Bundespräsident Heinrich Lübke lädt die Parfümerie Douglas ein: „*Come in and find out!*“ In sich gehen und herausfinden, dass nicht alles gut riecht, was nach Geld riecht, kann jetzt das ZDF. Es vermischte Nachrichtenteil mit Douglas-Werbung. Als der Römische Kaiser Vespasian (69 bis 79) seinem Sohn Titus, der über die neue Uristeuer witzelte, eine daraus gerade erwirtschaftete Münze unter diese Nase hielt, tat er dies mit dem Hinweis: „*Pecunia non olet!*“ Dass Geld sehr wohl stinken kann, muß das ZDF jetzt erfahren. „In bisher einmaliger Weise vermischt ausgerechnet das öffentlich-rechtliche ZDF auf seinen Internet-Seiten Werbung und Inhalt“, wettet der „Spiegel“. Unter dem Logo der ZDF-Sendung „Leute Heute“ verbirgt sich eine Werbekampagne der Parfümeriekette Douglas, die auch noch laut Kopfbalken „mit Unterstützung des ZDF“ entstand. Das ZDF verstößt damit gegen das journalistische Trennungsgebot zwischen Werbung und Inhalt: Ernste News („Marie Trintignant ist tot“) wechseln mit Reklame wie „Coole Sommerdüfte“. Fürs ZDF eine „Lizenzierung“, dank derer die „Rundfunkgebühren erträglich gehalten werden“. Anrühriger geht's kaum.“ [mehr zu und von getfax unter: getfax@t-online.de]

[flaschenpost]

„Ein Lob vom Chef ersetzt Orgasmus“

„Hamburg – Was ist schöner als ein Orgasmus? Ein Lob vom Chef zum Beispiel! Kein Scherz: 13 Prozent aller Bundesbürger denken so – ergab eine Umfrage des P.M. Magazins unter Deutschen im Alter von 18 bis 60 Jahren. 51 Prozent aller Frauen und 41 Prozent der Männer ziehen ein gutes Gespräch dem sexuellen Höhepunkt vor, 24 Prozent mögen lieber ein gutes Essen, 21 Prozent ein Sonnenbad, 17 Prozent ein Buch, zehn Prozent gehen lieber ins Kino statt ins Bett. Insgesamt gesehen ist Männern der Orgasmus wichtiger als Frauen.“ (Hamburger Morgenpost vom 19. Mai 1995)

[anzeige]

Ab November 2003 erscheint „project 57 – Journal für Business Computing und Technologie“ mit jeweils mindestens 80 Seiten alle zwei Monate. Das Highend-Magazin für professionelle Anwender und alle, die es werden wollen, erscheint ausschließlich im Abonnement: Das Abo für 6 Ausgaben pro Jahr (inclusive 6 PDF-Ausgaben von project 57 im Umfang von jeweils etwa 16 – 20 Seiten, die an die Abonnenten per E-Mail verschickt werden) kostet 100 Euro (Einzelpreis pro Heft: 20 Euro). Nähere Informationen und Abo-Bestellung an: info@zazamedia.de.

[anzeige]

Im April 2003 hat ZAZAmedia das erste Buch veröffentlicht: State of Storage – Speichernetze: von der Technologie zum Garanten des Geschäftserfolgs. Ein kleiner Leitfaden in 10 Kapiteln von Rainer Graefen / Hartmut Wiehr, 68 Seiten, Preis: 15 Euro (ISBN 3-924943-35-4). Weitere Informationen, Auszüge aus Rezensionen sowie ein Probekapitel auf: www.zazamedia.de.
Bestellungen direkt an: info@zazamedia.de oder Fax: 089/2607388.

[impressum]

project 57 – Journal für Business Computing und Technologie

© ZAZA*media*, München 2003

Herausgeber und Chefredakteur: Hartmut Wiehr (verantwortlich i. S. des Pressegesetzes)

Redaktion: Rainer Graefen (Leitg.), Andreas Beuthner, Achim Killer, Bernd Schöne, Nicole Winkler

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste 2/2003 (Kontakt: info@zazamedia.de)

www.zazamedia.de