



technology



DIE LINUX-REVOLUTION

Linux wird heuer 20 Jahre alt, und seit zehn Jahren gibt es die Linux-Wochen **Seite 49**

DIE STADT DER ZUKUNFT

IBM arbeitet an intelligenten Verkehrsleitsystemen für Smart Cities **Seite 50**

FLAGGSCHIFF
DIE CANON EOS 600D IM PRAXISTEST

SHORT



Wien. Infineon Technologies investiert im Rahmen des für das Geschäftsjahr 2011 geplanten Investitionsvolumens rund 198 Mio. € in den Ausbau der Fertigungskapazitäten sowie in Forschung und Entwicklung in Österreich. Insgesamt will Infineon in diesem Geschäftsjahr in Österreich 400 Arbeitsplätze schaffen. Heute beschäftigt Infineon an den Standorten Villach, Linz, Klagenfurt, Graz und Wien insgesamt rund 2.500 Mitarbeiter, davon rund 900 in der Forschung und Entwicklung.

www.infineon.com/austria



Wien. Der Storage- und Datenmanagement-Lösungsanbieter NetApp hat den Abschluss des Kaufs des Engenio External Storage Systems Business der LSI Corporation gegen 480 Mio. USD (331,5 Mio. €) in bar bekannt gegeben. NetApp gewinnt damit ein Original Equipment Manufacturer (OEM) Business, das 2010 Umsätze in Höhe von 705 Mio. USD (486,88 Mio. €) erzielt hat. Darüber hinaus ermöglicht es NetApp (im Bild: Tom Georgens, President und CEO von NetApp) die Diversifizierung der Vertriebskanäle und hilft die Marktreichweite zu vergrößern.

www.netapp.com



Wien. Im Zuge der „Windows Live Style Campus Tour“ bietet Microsoft Studierenden in Kooperation mit Sony und AIESEC Österreich die Möglichkeit, sich beim „Microsoft Ambassador Programm“ zu bewerben. Als Ambassador ist man Microsoft Trendscout und bekommt laufend neue Hard- und Software, einen Sony Vaio S, ein Windows 7 Smartphone und eine Xbox – und das gratis.

www.windowslivestyle.at

Die hohe Kunst der Internet-Barrierefreiheit



Barrierefreiheit ist ein Konzept Um Menschen mit Behinderungen den Zugang zu Online-Informationen zu gewährleisten, müssen strenge Regeln bei der Planung und Realisierung von Websites eingehalten werden. **Seite 48**

T-Mobile Neuer Vice President Regional Business Sales Geschäftskunden-Regionalvertrieb



Jens Radszuweit bringt langjährige Erfahrung zu T-Mobile mit.

Wien. Jens Radszuweit hat mit April als Vice President Regional Business Sales die Verantwortung für den regionalen Geschäftskundenvertrieb bei T-Mobile Austria übernommen. Der gebürtige Hamburger berichtet an Ewald Zadrazil, Bereichsleiter Business Sales T-Mobile Austria. Radszuweit tritt die Nachfolge von Manfred Dodes an, der die Abteilungsleitung Indirect Sales übernommen hat. „Ich freue mich sehr, in diesem spannenden und dynamischen Markt für T-Mobile Austria das Geschäftskundensegment weiter auszubauen“, sagt Radszuweit.

www.t-mobile.at

C/M'S/
Law, Tax

FOKUS DATENKLAU

Risiken - Rechtslage - Gegenstrategien

Experten beleuchten Datendiebstahl aus rechtlicher, technischer und kommunikativer Sicht

Donnerstag, 19. Mai 2011
17:00 bis 18:30 Uhr

Teilnahme kostenlos!
Anmeldung und mehr Informationen unter
www.cms-rrh.net/datenklau-einladung



www.cms-rrh.com

KOMMENTAR

Eine Stadt ohne
Autoverkehr?

CHRIS HADERER

So hässlich wie die Gegend um den Wiener Westbahnhof wird die Stadt der Zukunft wohl nicht aussehen – glaubt man verschiedenen Projekten und Konzepten, die uns das Leben im Jahr 2025 voraussagen wollen. Denn in Zukunft sollen die urbanen Lebensräume ‚intelligent‘ werden und auf die wachsenden Bedürfnisse ihrer Bewohner in Echtzeit reagieren können. Möglich wird das durch elektronische Systeme, die verschiedenste Bereiche automatisch erfassen und auswerten. Ein solcher Bereich ist der Verkehr, der in Zukunft von IBM und dem AIT geregelt werden soll (siehe Story auf Seite 50). Ein dementsprechendes Verkehrsmanagement-System, das intelligent auf Staus reagieren kann, befindet sich bereits in Entwicklung. Interessant an den diversen Visionen ist die Rolle des Individualverkehrs, die immer höher bewertet wird (obwohl kein Mensch weiß, ob es im Jahr 2025 überhaupt noch Autos geben wird). Blickt man nämlich gute 100 Jahre zurück und auf die damaligen Zukunftsvisionen, dann stellt man fest, dass niemand mit dem heutigen Individualverkehr gerechnet hat. In kaum einer Prognose wurde berücksichtigt, dass Menschen Spaß daran haben werden, sich ewig lang durch Staus zu quälen. Gar so berechenbar ist die Zukunft also nicht – genau das macht sie spannend.

DiTech Von Cisco gekürt
Jahres-Partner

(v.l.n.re.) Achim Kaspar (Cisco), Aleksandra Izdebska, Damian Izdebski (DiTech) und Walter Merkl (Cisco).

Wien. DiTech wurde von Achim Kaspar, Geschäftsführer von Cisco Austria, als „Cisco Small Business Partner of the Year 2011“ ausgezeichnet. Als langjähriger Partner von Cisco bietet DiTech seinen Businesskunden ein breites Portfolio an Produkten und Lösungen, die auf Cisco-Technik basieren. Die in IT-Kreisen anerkannte, europäische Auszeichnung bekam der Computerspezialist aufgrund seines Engagements im Rahmen von Cisco Small Business durch innovative sowie vertriebliche Leistungen im Bereich der kleinen und mittleren Unternehmen. www.ditech.at

tvbutler Der Fernseh-Guide „tvbutler“ ist ein feines Vorzeigeprojekt für die Gestaltung von barrierefreien Webangeboten

„Barrierefreie Webseiten
sind ein Gesamtkonzept“

Werner Rass sieht großes Potenzial und denkt an die Schaltung barrierefrei gestalteter Internet-Werbung.

CHRIS HADERER

Wien. Das Web 2.0 versteht sich als buntes „Mitmach-Web“, in dem Multimedia-Elemente eine zentrale Rolle einnehmen. Beim Design moderner Websites wird allerdings häufig darauf vergessen, dass viele Menschen aufgrund körperlicher Einschränkungen verschiedene Elemente gar nicht oder nur mit Mühe wahrnehmen können. Diese werden dann zu Barrieren, die den Zugang zur Information einschränken. Das mussten auch Werner Rass und Andrea Tscheplak feststellen, als sie die ersten Entwürfe ihres Fernsehguides „tvbutler“ vor gut zwei Jahren von Betroffenen auf Barrierefreiheit testen ließen. „Das erste Ergebnis war erschütternd“, sagt Werner Rass: „Es traten Probleme beim Zugang auf, mit denen wir nicht ansatzweise gerechnet hätten.“ Heute ist der tvbutler nicht nur eines der ambitioniertesten TV-Programmguides im Web, er gilt auch als kleines Vorzeigegestück für barrierefreie Webseitengestaltung.

Wichtige Standards

Obwohl barrierefreie Webseitengestaltung vordergründig eine technische Angelegenheit ist – nämlich die strikte Einhaltung von CSS- und HTML-Standards –, muss sie eigentlich als Gesamtkonzept verstanden werden. Einerseits müssen alle auf einer Seite enthaltenen Elemente Alternativen bieten (im einfachsten Fall also ein erklärender Text zum Bild oder die Transkription einer Audioaufnahme), andererseits muss auch eine einfache Navigation möglich sein. Anstelle der Maus muss also die Eingabe via Tastatur oder anderen Geräten erlaubt werden, Ausgabe-



Die tvbutler-Erfinder Werner Rass und Andrea Tscheplak vor dem Ergebnis einer Überprüfung des Programmguides durch das Web Accessibility Evaluation Tool: „Mit dem barrierefreien Projekt wollten wir Behinderten einen echten Mehrwert bieten.“

seitig sollten auch Braille-Terminals, Screenreader und andere Geräte unterstützt werden. Am Ende eines solchen Entwicklungsprozesses steht im günstigsten Fall eine Website mit nutzerfreundlicher Oberfläche, wie sie beispielsweise im e-Government-Gesetz für Behörden längst vorgeschrieben ist.

Barrierefreie Werbung

Angesichts der Tatsache, dass im deutschsprachigen Raum etwa zehn Mio. Menschen durch Behinderungen eingeschränkt sind, von denen etwa 80% das Internet nutzen, begann Werner Rass mit der Entwicklung des tvbutler-Projekts, um „einen echten Mehrwert zu bieten“, sagt er und kann auf

etwa 60.000 Besucher und 200.000 Page-Impressions pro Monat verweisen. Der Programmguide gewann im Vorjahr außerdem den „Biene“-Preis der Aktion Mensch, mit dem seit dem Jahr 2003 die besten deutschsprachigen Webangebote ausgezeichnet werden. „Das war eine sehr wichtige Bestätigung unseres Projekts“, sagt Rass. Die zum Biene-Preis nominierten Websites werden von Arbeitsgruppen intensiv auf barrierefreie Zugangsmethoden getestet – und bei Fehlern wieder aussortiert.

Einen ersten Eindruck, wie barrierefrei aufgerufene Websites gestaltet sind, kann man sich übrigens mit dem „Web Accessibility Evaluation Tool“ (WAVE) verschaffen, das kostenlos im Web

erhältlich ist. Es überprüft den Quellcode von eingegebenen URLs und markiert eventuelle Barrieren direkt im Browser. Damit können sich Anwender schnell einen Überblick verschaffen, welche Angebote von Barrierefreiheit nur reden.

Derzeit sucht Werner Rass, in seinem früheren Berufsleben Chefredakteur des TV-Magazins *tele*, noch nach Sponsoren für den tvbutler und denkt daran, „barrierefreie Werbung zu schalten. Das würde wirklich Sinn machen. Allerdings muss man da noch viel Überzeugungsarbeit leisten, um Unternehmen zu derart spezieller Internetwerbung zu bewegen.“

www.tvbutler.at
www.barrierefreies-oesterreich.at
wave.webaim.org

Compass Das Unternehmen diskutierte im Theatersalon Hollmann die „Macht der Daten“ für Unternehmen und NGOs

Fehlerhafte Daten sind Gift für das Marketing

Wien. Die Macht der Datenbank – ein recht umfassendes Thema. Vom Marketing bis zu erhobenen Personendaten stellen Qualität und Strukturierung des Materials wesentliche Faktoren dar. Über diese Themen wurde im Rahmen der „Compass Community Convention 2011“ im Wiener Theater Salon Hollmann vergangene Woche ausführlich diskutiert. In einem Punkt waren sich die Podiumsteilnehmer – Johannes Dobretsberger (Senior Marketing Manager Hardware Eastern Europe/CIS, Oracle Austria), Günther Lutschinger (Geschäftsführer Fundraising-Verband Austria), Harald Sattler (Geschäftsführer Agentur Sattler & Eichinger) sowie Gastgeber Nikolaus Futter (Geschäftsführer Compass-Verlag GmbH) – einig: Mangelhafte Datenqualität hat mitunter verheerende Folgen für Marketing-Aktionen.

Korrekte Informationen

Gerade für NGOs sind korrekte Daten das Um und Auf, bestätigte Fundraising-Experte Günther Lutschinger. „Hier muss man schon

besonders gute Adressdaten haben, um wirklich durchzukommen und Erfolg zu haben. Daher lautet mein Credo: Investiert in Datenbanken, denn es ist gut investiertes Geld.“

Bei Marketing-Aktivitäten danebenschießen, das könne sich auch Oracle Austria nicht leisten, meint Oracle-Marketing Manager Johannes Dobretsberger. „So ist zum Beispiel für maßgeschneiderte Mailings die richtige Datenselekti-

on besonders wichtig, wie auch die Datenquelle maßgeblich mitentscheidend ist für den Erfolg einer Kampagne – deswegen legen wir darauf besonderes Augenmerk.“

Die große Relevanz von Daten in Sachen Marketing Erfolg unterstrich auch Marketingexperte Harald Sattler: „Eine internationale Studie – und zwar über alle Arten von Marketing-Kampagnen hinweg – belegt, dass 60% des Erfolgs einer Dialogkampagne in der Zielgruppe

zu Hause sind. Das zeigt, wie viel Macht Daten haben.“ Aussagen, die auch der Gastgeber der Veranstaltung, Compass-Geschäftsführer Nikolaus Futter, unterschreiben konnte: „Österreichs Wirtschaft steckt erhebliche Ressourcen in die korrekte Anlage und konsequente Pflege von Stammdaten. Und das völlig zu Recht: Denn die Qualität der Daten trägt maßgeblich zum erfolgreichen Ablauf von Unternehmensprozessen bei.“

Der nicht ganz uneigennützig Grund der Veranstaltung: Der Compass-Verlag unterstützt Unternehmen dabei. „Mit unseren Produkten kann die gesamte Prozesskette im Stammdatenmanagement abgedeckt werden – von der Recherche über die Selektion bis hin zur Integration der Daten.“

Weniger gern werden derartige Aktivitäten bei Datenschützern gesehen, die immer wieder in den Raum stellen, dass viele Daten, die sich auf Kaufkraft oder Haushaltsgrößen beziehen, falsch sind und die Betroffenen oft nichts vom Handel mit ihren Daten wissen.

www.compass.at



Gesprächsteilnehmer im Theatersalon Hollmann (v.l.n.re.): Harald Sattler, Günther Lutschinger, Johannes Dobretsberger, Nikolaus Futter und Ursula Koller.

Linux-Wochen 2011 Vergangenes Wochenende fand am FH Technikum in Wien die größte heimische Themenveranstaltung zu Open Source statt

Eine andere Art des Umgangs ...

Linux wird heuer 20 Jahre alt und seit zehn Jahren gibt es die Linuxwochen.

CHRIS HADERER

Wien. Vor 20 Jahren kam in Finnland ein winziger Stein ins Rollen, der sich bis heute zu einer wahren Lawine entwickelt hat: Im August 1991 veröffentlichte der Student Linus Benedict Torvalds die erste Version des Open Source-Betriebssystems Linux. Microsoft bastelte damals noch an Windows herum, und Apple verkaufte für kurze Zeit mehr Notebooks als IBM. Rund um Linux (und verschiedene Unix-Distributionen) ist eine Szene in der IT entstanden, die auf alternative Softwaremodelle jenseits herkömmlicher Lizenzmodelle aufsetzt. Open Source ist sowohl als Betriebssystem wie auch als Anwendung innerhalb von Unternehmen genauso möglich wie in Institutionen und Behörden.

Als Reaktion auf das Open Source-Phänomen fanden vor zehn Jahren in Österreich erstmals in Linux-Wochen statt. Vergangenes Wochenende fanden sie in Wien im FH Technikum unter dem Motto „Open Government/Open Data“ statt. Annähernd 3.000 Besucher kamen an drei Tagen in den dritten Wiener Gemeindebezirk, um sich über Linux und das Umfeld zu informieren.

Viele neue Communities

„Ganz wichtig bei Linux und den Linuxwochen ist, dass eine Philosophie dahintersteht“, sagt Georg Markus Kainz vom hinter der Veranstaltung stehenden Organisationsverein. „Mit der Veröffentlichung von Linux und dem Aufruf, dass sich jeder an der Weiterentwicklung beteiligen kann, hat Linus Torvalds eine Bewegung ins Leben gerufen. Wir haben gezeigt, dass es möglich ist, weltweit und gemeinsam Software zu entwickeln. Daraus sind dann weitere Ideen und Modelle entstanden, bis hin zu ‚Open Data‘ oder neuen und anderen Konzepten zur Vergütung von Künstlern.“

Mit anderen Worten: Linux und die daraus resultierende Open Source-Philosophie wendet sich gegen überkommene Modelle und versucht im Sinne einer „offenen“ Welt zu agieren. „Open Source“ ist auch eine Art des Umgangs miteinander, was man an den Linuxwochen besonders stark bemerkt.“ In Wien bot die Veranstaltung an die 100 Vorträge, die z.T. neben dem normalen Studienbetrieb im Technikum angeboten wurden. Neben der organisierenden Verein „ist es eine Vielzahl von Communities, die die Linuxwochen trägt“, sagt Kainz; gleichzeitig haben jene die Linuxwochen zur massivsten Veranstaltung zum Thema Linux in Österreich gemacht.

Kernel per Zufall

Die Entstehung von Linux hat ein bisschen etwas von einem Zufall. Anfang der 1990er-Jahre schrieb



Linux-Erfinder Linus Torvalds wollte eine Terminalemulation schreiben.

Linus Torvalds eine Terminalemulation für seinen Computer. Mit seinem Programm wollte er besser auf den Großrechner der Universität zugreifen können und implementierte immer mehr Funktionen, bis er plötzlich erkannte, dass er keine Telekommunikationssoftware geschrieben, sondern das Kernel eines neuen Betriebssystems entwickelt hatte. Das war die Geburtsstunde von Linux.

Torvalds veröffentlichte seine jungen Pläne erstmals am 25. August 1991 im Internetforum comp.os.minix; am 17. September stellte er dann „Linux 0.01“ per FTP-Server zum Download bereit. „Ich ma-

che ein freies Betriebssystem nur so als Hobby für 386/486er AT-Clone-PC“, schrieb er bescheiden. „Es wird nicht so groß und professionell wie etwa GNU werden.“ Ein paar Jahre später, nachdem Linux bereits seinen Siegeszug um die Welt angetreten hatte, fügte Torvalds weniger bescheiden hinzu: „Linux will nicht die Weltherrschaft. Aber nett wär's schon.“

Was die Gemeinde Wien angeht, ist Linux – im Gegensatz zu München, wo bereits 50% der Workstations auf Open Source umgestellt wurden – bislang allerdings noch auf taube Ohren gestoßen.

www.linuxwochen.at



Georg Markus Kainz von den „Linuxwochen“: „Größter Open Source Themenevent“.



business research education

www.softwarepark-hagenberg.com



Vier Gründe für den Softwarepark Hagenberg

office@softwarepark-hagenberg.com

Professor Bruno Buchberger,
Österreicher des Jahres,
freut sich über Ihren Anruf!

bruno.buchberger@jku.at
+43 664 4211646






- 1. STARTKAPITAL**
ab sofort für Firmengründer in Hagenberg
- 2. DIE GRÖSSTEN IT-TALENTE**
aus unseren höchstgereihten internationalen Studiengängen
- 3. TOP-INFRASTRUKTUR**
mit Büros am neuesten Stand der Technik und Architektur
- 4. HIGH-TECH EVENT FACILITIES**
mit einzigartigem Ambiente für Ihre Firmenveranstaltungen, Seminare und Workshops

Softwarepark Hagenberg – der ideale Standort für IT-Unternehmen
Softwarepark Infopoint Hauptstraße 90, 4232 Hagenberg, Tel.: +43 7236 3343-0, E-Mail: office@softwarepark-hagenberg.com

SHORT

Fujitsu orientiert sich voll am Cloud-Markt



Blick ins Fujitsu-Werk in Augsburg: Musterfabrik für Computer.

Wien. „Ein dynamischer Markt fordert innovative Prozesse, Produkte und Lösungen – als Unternehmen muss man sich selbst hier immer wieder auf den Prüfstand stellen und entsprechend ausrichten“, sagt Johannes Baumgartner, Managing Director Fujitsu Österreich. Fujitsu hat seine Strategien daher voll auf die Cloud ausgerichtet, an der lokalen Herangehensweise wird aber nichts geändert.

„Für uns ist die Nähe zum Kunden sehr wichtig. Mit unserem Produktionsstandort in Augsburg haben wir ein Alleinstellungsmerkmal am europäischen IT-Markt, auf das wir besonders stolz sind und der genau diese Nähe möglich macht“, sagt Johannes Baumgartner. Im erfolgreichen Hardware-Geschäft, verbunden mit der Produktionsstätte in Augsburg, konnte Fujitsu die Geschäfte weit über den Erwartungen abschließen.

„Im Bereich ‚Tablets‘ sind wir in Österreich der Marktführer“, sagt Baumgartner. Mit einem Wachstum in Österreich (von 2009 auf 2010) von plus 46% im Bereich Desktops, plus 38% im Bereich Storage und mit einem Plus von 14% im Bereich Server konnte man seine starke Position am Markt festigen und eine gute Basis für die Herausforderungen des dynamischen Markts schaffen.

www.fujitsu.com

Sage freut sich über deutliche Steigerungen



Peter Dewald, CEO von Sage.

Wien. Die Sage Software GmbH, mit 250.000 Kunden ein großer Anbieter von betriebswirtschaftlicher Software und Services im deutschen Mittelstand, konnte im ersten Halbjahr des Geschäftsjahrs 2010/11 (1. Oktober 2010 bis 31. März 2011) ihr Ergebnis in Deutschland und Österreich deutlich steigern. So verbesserte sich der Umsatz um +5 Prozent von 45,5 Mio. € im ersten Halbjahr 2009/10 auf 47,9 Mio. € im ersten Halbjahr 2010/11.

„Der wirtschaftliche Aufschwung, den der Mittelstand aktuell erlebt, schlägt sich auch in der Anschaffung innovativer Softwarelösungen nieder“, sagt Peter Dewald, Geschäftsführer der Sage Software GmbH.

www.sage.at

IBM Im Rahmen der Ausstellung „Before Cities got Smart“ zeigt Big Blue Modelle der Hightech-Stadt von übermorgen

Auf der Suche nach der intelligenten Zukunftsstadt

Gemeinsam mit dem AIT arbeitet IBM an der Entwicklung eines intelligenten Verkehrsmanagementsystems.

CHRIS HADERER

Wien. Wie am alljährlichen Baustellenchaos unschwer erkennbar ist, werden Städte niemals fertig. Sie wachsen, sie verändern sich – und sie werden intelligent. Städteplaner sprechen längst von „Smart Cities“, wenn es um die Städte der Zukunft geht. Auch IBM widmet sich intensiv diesem Thema – einerseits mit der Ausstellung „Before Cities got Smart“, die noch bis Ende Oktober im Headquarter in der Oberen Donaustraße in Wien zu sehen ist und die den Besucher ins Jahr 2050 entführen soll. Andererseits beschäftigen sich IBM und das Austrian Institute of Technology mit den zur Stadt der Zukunft passenden intelligenten Verkehrskonzepten. Gemeinsam haben sie das EU-Forschungsprojekt „Carbotraf“ eingereicht. Die Ziele dieses smarten Verkehrsmanagements sind die Vermeidung von Stau und Stopp&Go-Verkehr und damit die Senkung des Energieverbrauchs sowie CO₂-Reduktion. Graz, bekannt für seine hohe Feinstaubdichte, und Glasgow haben dabei bereits Absichtserklärungen zur Pilotimplementierung unterschrieben.

Exakte Prognose

Bereits heute verursacht der Straßenverkehr rund 30% des Energiekonsums und 20% der CO₂-Emissionen. Im Projekt Carbotraf wird ein System entwickelt, das alle verfügbaren Daten zur Verkehrslage zusammenführt und Alternativen für einen verbesserten Verkehrsfluss berechnet. Dies funktioniert mittels einer neuen Generation optischer Sensoren, die es ermöglichen, die Verkehrslage in Echtzeit zu messen und zu beurteilen. Darauf basierend, können



Eine Ausstellung im IBM Hauptquartier zeigt Modelle und Konzepte zukünftiger Städte mit intelligentem Verkehrsmanagement.

moderne Simulationen das Verkehrsaufkommen der nächsten 30 bis 60 Minuten voraussagen.

Neuartige Sensoren

„Genau das ist der springende Punkt, wenn es um den Verkehr in Großstädten geht: Allein die Verkehrssituation zu erkennen, ist zu wenig“, sagt Michael Schramm, Business Development Executive bei IBM Österreich. „Die Verkehrssituation muss vielmehr *punktgenau* vorhergesagt werden können. Aufgrund dieser Prognosen können dann zielgerichtete Maßnahmen, wie zum Beispiel Ampelregulierung, Hinweisschilder, die

Öffnung von Ersatzstraßen und Ähnliches, zur positiven Verkehrsbeeinflussung gesetzt werden.

„Die Grundlage für smartes Verkehrsmanagement bilden die Daten über den aktuellen Verkehrszustand, die von intelligenten Verkehrssensoren in Echtzeit gemessen werden“, sagt Martin Litzenberger, Deputy Head of Business Unit New Sensor Technologies im AIT Safety & Security Department.

Diese Sensortechnologie namens „smart eye TDS“ wurde am AIT Austrian Institute of Technology entwickelt. Im Rahmen des Projekts steuert auch das AIT Mobility Department seine Expertise ei-

ner umfassenden Betrachtung des gesamtheitlichen modernen Mobilitätssystems bei.

Gläsernes Rechenzentrum

Die Smarter Cities-Ausstellung ist übrigens Teil der „IBM Centennial Exhibition“, in deren Rahmen von der ersten Lochkartenmaschine über das gläserne Rechenzentrum bis hin zum Trendthema Cloud Computing zahlreiche weitere Exponate zu sehen sind. Gezeigt wird auch ein von IBM für das New York Crime Department entwickeltes System zur präventiven Kriminalitätsbekämpfung

www.ibm.com

nic.at Die österreichische Registry veranstaltete Anfang Mai bereits zum dritten Mal den gut besuchten „Domainrechtstag“

Grundlagen des aktuellen Domain-Rechts

Wien. Es gibt kaum mehr Unternehmen, die nicht im Internet eine Präsenz hätten. Und auch Kleinbetriebe, EPUs und Privatpersonen versorgen sich immer mehr mit eigenen Domains, um in der Weite des Webs wahrgenommen zu werden. Dass Domains auch eine Rechtsgrundlage haben und bisweilen auch recht weitreichende juristische Implikationen verursachen können (beispielsweise beim Domain-Handel, der ein immer interessanteres Geschäftsfeld wird, oder auch bei Zugriffsrechten auf ausländische Domains), ist hingegen nur wenigen bekannt. Aus diesem Grund veranstaltete die österreichische Registrierungsstelle nic.at Anfang Mai bereits zum dritten Mal den „Domainrechtstag“.

Großer Wissensbedarf

Mehr als 90 Interessierte folgten der Einladung der österreichischen Registry zu Vorträgen von nationalen und internationalen Domainrechts-Experten: Neben aktuellen Fällen der Domainrechtssprechung boten auch Themen wie Domain-



Manfred Vogel, Hofrat des Obersten Gerichtshofs, und Richard Wein, Geschäftsführer nic.at, bei der Eröffnung des „3. Domainrechtstags“ im Wiener Ares-Tower.

parking, europäisches und österreichisches Domainrecht und viele mehr Grundlage für interessante Diskussionen.

„Es gibt in Österreich einen großen Wissensbedarf, was das sehr komplexe Thema ‚Domainrecht‘ betrifft. Als Kompetenzzentrum rund um Domains decken wir mit dem ‚Domainrechtstag‘ genau

diesen juristischen Spezialbereich ab“, so Richard Wein, Geschäftsführer von nic.at, über die Veranstaltung. „Zur Zielgruppe gehören daher für uns nicht nur Domainrechtsexperten, sondern all jene, die tagtäglich auch mit rechtlichen Fragen rund um Domains zu tun haben wie beispielsweise Provider.“ Wobei das Domainrecht

eigentlich nicht losgelöst betrachtet werden kann, sondern mitunter auch mit dem Datenschutz und anderen Bereichen einhergeht.

Domain-Fakten

Den Auftakt des Domaintags machte Manfred Vogel, der als Hofrat des Obersten Gerichtshofs auf über 13 Jahre Erfahrung im Bereich der Domainrechtssprechung in Österreich zurückblicken kann. Er betonte, dass das Rechtsgebiet des Domainrechts einiges an Spezialisierung voraussetzt und eine höchst komplexe Materie sei. Faktisch handle es sich bei einer Domain um die Zuordnung einer Adresse – vergleichbar mit einem Wunschkennzeichen bei einem Auto. Es sei nicht ausreichend, einfach nur Recht zu haben; vielmehr müsse man auch wissen, wie man seine Ansprüche in der Rechtswirklichkeit umsetzen könne, so Vogel. Solides Basiswissen in rechtlichen Belangen schadet auch nicht den Betreibern von Webseiten oder Plattformen.

www.nic.at

QlikTech Mit „QlikView“ will der BI-Anbieter den Wechsel von Business Intelligence zur Business Discovery einleiten

„Die nächste Stufe nach der Business Intelligence“

Managing Director Wolfgang Kobek ortet verstärkte Nachfrage nach Lösungen für mobile Endgeräte.

CHRIS HADERER

Wien. Von der „Business Intelligence“ zur „Business Discovery“, von statischen Analysen hin zum Entdecken der im Datenmaterial eines Unternehmens enthaltenen Fakten – das ist der Ansatz, den der Lösungsanbieter QlikTech mit seinen „QlikView“-Produkten verfolgt. Mit dieser Philosophie konnte das Unternehmen seinen Umsatz um 44% auf 63 Mio. USD (43,5 Mio. €) im Vergleich zum ersten Quartal 2010 steigern. Auch der Lizenzumsatz stieg um 45% auf 37,9 Mio. USD (26,2 Mio. €) im Vergleich zum Vorjahresquartal. Anfang dieser Woche veranstaltete QlikTech eine „Business Discovery Roadshow“ im Wiener Ares Tower. Bei dieser Gelegenheit sprach Wolfgang Kobek, Managing Director und Vice President D-A-CH mit medianet.technology über die Herausforderungen in einem Markt mit starkem Wachstumspotenzial.



Wolfgang Kobek, Managing Director von QlikTech, während der Business Discovery Roadshow über den Dächern von Wien.

Strikter Wachstumskurs

medianet technology: Was ist der Unterschied zwischen klassischer Business Intelligence und Business Discovery?

Wolfgang Kobek: Klassische BI bedeutet, dass man Daten analysieren kann, aber die IT dazu braucht. Es handelt sich dabei um ein recht langfristiges Thema, bei dem jemand Cubes programmieren oder OLAP-Abfragen starten muss. Hier sehen wir einen klaren Trend in der Industrie: Firmen sind nicht mehr bereit, dafür Geld auszugeben. Darüber hinaus kommen neue Devices, wie etwa das iPad, auf dem etwa klassische OLAP-Abfragen nicht möglich sind. Wir setzen mit unserer Philosophie genau bei diesen Problemkreisen an: Welche Werkzeuge kann man einem Endanwender anbieten, damit er seine Analysen durchführen kann, ohne gleich die IT-Abteilung damit zu behelligen? Mit ‚QlikView‘ geben wir dem Endanwender die Möglichkeit, eigene Applikationen zu erstellen, eigene Analysen durchzuführen und eigene Schlussfolgerungen zu ziehen – bei extrem einfacher und assoziativer Bedie-

nung. Warum ist beispielsweise Google eine so erfolgreiche Seite? Weil sie einfach aufgebaut ist und funktioniert.

technology: Von welcher Seite kommt die Nachfrage nach Analysen auf mobilen Endgeräten?

Kobek: Beim iPad wurde Apple wahrscheinlich selber davon überrascht, dass über 40 Prozent der Geräte ins Business gehen; da werden sie hinsichtlich Sicherheit und Administration noch nachbessern

müssen. Der Druck kommt aus meiner Sicht aus den Abteilungen, von der Anwenderseite.

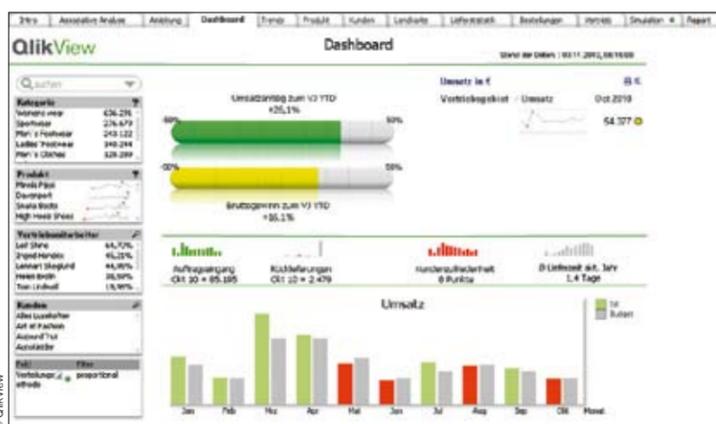
technology: Zu Ihren Kunden gehören etwa Pierre Lang und Schlumberger. Wie sehen Ihre Ziele für das heurige Jahr aus?

Kobek: Gartner meint, dass wir erst knapp 40 Prozent des eigentlichen Potenzials von Business Discovery adressieren. Wir sind eine Firma, die ganz klar auf Wachstum getrimmt ist. Im vergangenen

Quartal haben wir knapp 40 Prozent Wachstum erzielt, und diesen Weg wollen wir konsequent weitergehen. Wir wollen mehr als die Hälfte unseres Umsatzes indirekt generieren, dazu brauchen wir weitere hochqualifizierte Partner. Zu unserer Strategie gehört auch das Land-and-expand-Motto. Das bedeutet, dass wir uns über den Bedarf in Fachabteilungen in Unternehmen, die vielleicht schon ein BI-System haben, annähern.

technology: War die zurückliegende Wirtschaftskrise ein Motor für die Branche?

Kobek: Die Krise war für das Thema Business Intelligence eine Art Wundermittel. Für viele Unternehmen waren Einsparungen ein Anlass, tiefer und schneller in ihre Daten einsehen zu wollen, um sich besser und effizienter aufstellen zu können. Da hat die Einsicht mitgespielt, dass man in einer globalisierten Welt schnelle Entscheidungen treffen muss, und dazu wollen wir mit QlikView die entsprechenden Werkzeuge liefern.



Das QlikView Dashboard: Anwender können assoziative Datenanalysen durchführen.

Erocom Nutzerumfrage Social Media im Berufsalltag



Christoph Schwartz sieht großen Bedarf an Social Media in der PR.

London/München/Wien. Laut der aktuellen Umfrage des PR-Netzwerks „Eurocom Worldwide“ sollen 2011 die Budgets für Social Media bei 38% der Unternehmen ansteigen. Aber auch die wachsende Präsenz von Unternehmen mit eigenen Profilen auf Facebook (51%) spiegelt die gestiegene Bedeutung wider. Eurocom Worldwide hat über 650 Führungskräfte in Technologie-Unternehmen nach ihrer Einschätzung zu Themen wie Soziale Netzwerke, Unternehmensblogs, Recruitment im Social Web sowie zum Einsatz und zur Bedeutung von Social Media befragt. Trotz des Bedeutungszuwachses sehen 54% der Unternehmen klassische Public Relations nach wie vor als die effizienteste Kommunikationsdisziplin an – vor Internet Marketing (50%) und Social Media (35%).

Unschärfe Grenzen

„Die Grenzen zwischen Social Media und Public Relations verwischen zunehmend“, sagt Christoph Schwartz vom deutschen Eurocom Worldwide Partner Schwartz PR in München. „Gerade bei Social Media haben die PR-Agenturen eine zentrale Funktion übernommen. Sie kennen ihre Kunden thematisch oft am besten, sie entwickeln und erstellen für ihre Kunden sachbezogene Inhalte, sie kommunizieren diese Inhalte. Social Media ist damit ein Teil der Öffentlichkeitsarbeit geworden.“ www.eurocompr.com



Facebook: angeblich auch aus der Werbung nicht wegzudenken.



Gase in der Bauindustrie

Die Einsatzmöglichkeiten von Gasen in der Bauindustrie sind vielfältig. Die Anwendungen reichen von der Versorgung mit Schweißgasen, über den Einsatz von Kohlensäure zur Neutralisation bis hin zum Kühlen von Beton und Erdreichgefriermaßnahmen zur Abdichtung oder Stabilisierung.

Das Messer Austria Expertenteam steht Ihnen mit Rat und Tat zur Seite und erarbeitet gemeinsam mit Ihnen eine für Ihren Anwendungsfall maßgeschneiderte Lösung.

Sprechen Sie uns an!

Folgende Bereiche bieten wir an:

- Schweiß- und Schneidgas
- CO₂ zur Neutralisation
- Rohrfrosten
- Erdreichgefrieren mit Stickstoff-flüssig
- Trockeneisstrahlen zur Reinigung
- Kühlen von Beton direkt und indirekt
- Zementkühlung



Messer Austria GmbH
A-2352 Gumpoldskirchen
Tel + 43 (0) 664 8195025
Fax +43 (0) 50603-273
gottfried.hatz@messergroup.com

Part of the Messer World

SHORT

Neue Videobeamer im Jackentaschen-Format



Nur 338 Gramm schwer und extrem handlich: der MP180 Beamer von 3M.

Wien. Das Technologieunternehmen 3M hat zwei neue Modelle aus seiner Mini-Beamer Familie angekündigt. Der MP180 bietet echte 32 Lumen Lichtleistung, volle zwei Stunden Akkuzeit und 4GB internen Speicher. Als erster Mini-Beamer mit Bluetooth und Wifi-Technologie ist er außerdem von (möglicherweise fehlenden) Kabeln weitgehend unabhängig. Der MP160 stellt hingegen als wirtschaftliche Version ohne eigenen Speicher die Lösung für reine „Plug & Play“-Anwendungen dar. Beide Beamer ermöglichen dank hoher Auflösung (SVGA) die hochwertige Projektion von Videos, Fotos und Computeranwendungen auf bis zu 203 cm Bildhöhe.

www.3m.com/at/Mpro

Enterprise-Drucker für mittlere Arbeitsgruppen

Wien. Mit der HP LaserJet Enterprise M4555 MFP-Serie unterstützt HP die Arbeit von 6- bis 15-köpfigen Teams. Die Hochleistungsgeräte, die auf ein empfohlenes Druckvolumen von 5.000 bis 20.000 Seiten ausgelegt sind, drucken bis zu 52 Seiten pro Min. und geben das erste Blatt nach weniger als 9,5 Sek. aus. Durch automatischen Duplexdruck und digitalen Workflow lässt sich Papier sparen. Dank integrierter Sicherheitsfunktionen sind die HP LaserJet Enterprise M4555 Modelle vor unbefugtem Datenzugriff geschützt. Die Preise reichen von 2.399 € bis 4.399 €. www.hp.com/at

Neue iMacs mit stark verbesserter Leistung



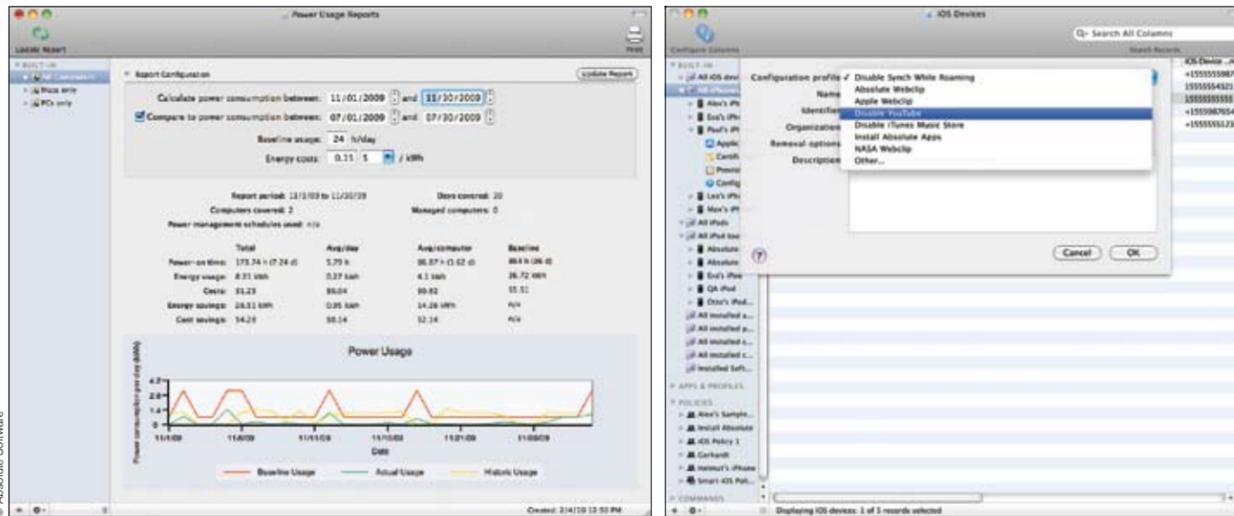
iMac Update: mehr Leistung und bessere Grafikeigenschaften.

Wien. Apple hat eine neue Version seines All-in-one iMac mit Quad-Core-Prozessoren der nächsten Generation, leistungsstarker neuer Grafik, Hochgeschwindigkeits-Thunderbolt I/O Technologie und einer neuen FaceTime HD-Kamera vorgestellt. Beginnend zu einem Preis ab 1.149 €, ist der neue iMac laut Herstellerangabe bis zu 70% schneller. Die neue Grafik soll eine bis zu dreimal bessere Leistung als die vorhergehende Generation bieten. www.apple.com/at

Absolut Manage Die Lösung von Absolute Software erlaubt die zentrale Administration von beliebigen iOS4-Geräten

Ein eigener AppStore für den Unternehmensseinsatz

Apple bietet zurzeit noch keine vergleichbare Unternehmenslösung für seine Geschäftskunden an.



© Absolute Software

Mit „Absolute Manage“ von Absolute Software ist die zentrale Verwaltung von iOS4-Geräten möglich – eine Lösung, die Lifestyle-Hersteller Apple bislang noch nicht selbst für den unternehmensweiten Einsatz seiner Geräte anbietet.

CHRIS HADERER

Wien. Offenheit ist etwas, das man Apple nicht gerade vorwerfen kann. Speziell was den Markt an iOS-Geräten betrifft, legt das lifestyle Unternehmen aus Cupertino eine ausgesprochen restriktive Politik an den Tag: Es wird geschützt und verschleiert, was sich eben nur schützen und verschleiern lässt. Dem Geschäftseinsatz von iOS-Geräten wie dem iPhone oder dem iPad ist diese Problematik eher abträglich, denn jede IT-Abteilung zwischen dem Silicon Valley und der Wüste Gobi bekommt graue Haare, wenn der Plan im Raum steht, iOS-Geräte im Unternehmensnetz einzusetzen. Sie sind nämlich – durch die im Consumer-Bereich durchaus sinnvolle Zentrierung auf den AppStore – nur mit Mühe zentral administrierbar. Nun hat Absolute Software eine Lösung zur zentralen Verwaltung von iOS4-Geräten veröffentlicht, die zwar bei der Installation einigermaßen umständlich ist (auf-

grund der schon angesprochenen Verhinderungspolitik von Apple), aber dennoch eine nähere Betrachtung verdient.

Zentrale Verwaltung

Mit der Version 5.4 der plattformunabhängigen Managementlösung „Absolute Manage“ (die von brainworks vertrieben wird) sollen Administratoren ein Tool mit Möglichkeiten zur sicheren Verwaltung, Konfiguration und Steuerung von iOS4-Geräten erhalten. Die Erweiterungen in den Bereichen Sicherheit, Konfiguration und Applikationsverteilung schließen konzeptionelle Lücken der iOS4-Devices und unterstützen IT-Abteilungen bei der Verwaltung der Geräte, die aufgrund ihrer einfachen Handhabung vor allem in Managementkreisen immer beliebter werden. „Dieses Release hat unsere Erwartungen weit übertroffen und stellt die derzeit innovativste Mobile Device Management Lösung dar“, sagt Christian Rattmann, Manager

Business Development beim Distributor brainworks.

Zu den auf den Bedarf von Unternehmen zugeschnittenen Funktionen von „Absolute Manage“ gehören unter anderem intelligente Gruppen zur übersichtlichen Verwaltung mehrerer tausend eingesetzter iOS4-Geräte

Die Einbindung neuer Geräte erfolgt dabei über Active Directory. Darüber hinaus ist die zeitsparende Konfiguration unter Verwendung von Variablen möglich. Auch die Integration unternehmensrelevanter Daten in intelligenten und unlimitierten Freitextfeldern ist vorgesehen.

Firmeneigener AppStore

Besonders interessant in „Absolute Manage“ ist ein firmeneigener AppStore, auf den die Öffentlichkeit nicht zugreifen kann. Er bietet Benutzern sowohl selbstentwickelte Apps, als auch Apps aus dem Apple Appstore zur Installation an. Neu ist außerdem, dass Kon-

figurationen nicht nur direkt über the air installiert, sondern auch über den firmeneigenen Appstore zur Installation angeboten werden können. Damit beseitigt Absolute Software ein großes Manko der iOS-Geräte: Durch die von Apple eingebauten, bisweilen ans paranoiden grenzenden Schutzverfahren können Apps im Regelfall nur über den öffentlichen Store bezogen werden (für Unternehmen, die ihren Mitarbeitern firmenspezifische Kleinanwendungen bieten wollen, ein mehr oder weniger untragbarer Zustand), ohne die Hardware mittels „Jailbreak“ aufzubohren. Absolute Manage 5.4 identifiziert außerdem Jailbroken-Devices und andere Verstöße gegen Richtlinien und macht es einfach, Firmendaten zu schützen, auch automatisiert.

Absolute Manage MDM für iOS4 Devices Version 5.4 ist ab sofort als Standalone-Lösung oder als integrierter Bestandteil von Absolute Manage über brainworks ab 6,95 € pro iOS-Device erhältlich.

www.brainworks.de

Kurztest Die Canon Eos 660D ist eine Top DSLR-Kamera mit neuen Features und ausgesprochen einfacher Bedienung

Wachablösung in der DSLR-Mittelklasse

Wien. Canon hat sein Eos-Sortiment im Mittelklassebereich aufgeräumt. Die Eos 550D, bislang das Flaggschiff in diesem Sortiment, wird näher am Einsteigerbereich positioniert, die Führung übernimmt nun die Eos 600D, die zahlreiche neue Funktionen zu einem erschwinglichen Preis bietet und – wie wir im Kurztest feststellen konnten – ausgezeichnete Bilder produziert.

Sie liegt sehr gut in der Hand, ist schnell einsatzbereit und belichtet mit bis zu 18 Megapixel. Dadurch sollten auch bei anspruchsvolleren Fotografen keine Wünsche mehr offen bleiben.

Beste Ausstattung

Die Eos 600D ähnelt in vielen Punkten der 550D sowie der größeren Eos 60D. Auffällig neu ist das an zwei Achsen ausklappbare Live-View LCD-Display an der Rückseite, das alternativ zum klassischen DSLR-Sucher verwendet werden kann. Auch der Empfindlichkeitsbereich wurde gesteigert und reicht nun von ISO 100 bis ISO



© Canon

Die Canon Eos 660D kostet bei diversen Onlinehändlern schon unter 600 Euro.

6.400 (wenn man Bildrauschen in Kauf nehmen möchte, ist auch eine Steigerung bis ISO 12.800 möglich). Alte Bekannte sind hingegen das 9-Punkt-Autofokus-Messsystem, die „iFCL“-Belichtungsmessung (mit immerhin 63 Messfeldern) sowie der gute alte CMOS-Chip, der auch in der 550D, 50D und 7D zum Einsatz kommt.

Neben den bekannten Einstellmöglichkeiten, die man sich von einer DSLR-Kamera in dieser Preisklasse erwartet, sowie verschiedenen (ebenfalls ausgezeichneten) Motivprogrammen ist in der Eos 600D erstmals die „Scene Intelligent Automatik“ enthalten, wobei die Kamera alle Einstellungen vornimmt und das Bild auch

nachschärft. Nachträgliche Effektveränderungen (z.B. ein Fischauge) sind möglich.

Wie bei anderen Canon-Modellen auch ist die Videofunktion der Schwachpunkt der Kamera. Sie kann zwar Clips in Full HD aufnehmen (bei erstaunlich guter Bildqualität), der Autofokus erweist sich im Einsatz aber als Kreativbremse. Da im Live-View-Modus, der bei Videoaufnahmen aktiviert wird, der Autofokus auf Kontrastbasis arbeitet, kann es bis zu drei Sekunden dauern, bis ein Bild scharfgestellt ist.

Während des Filmens einer Szene wird das Scharfstellen auf ein sich bewegendes Motiv dadurch zur extremen Herausforderung. Der Autofokus liefert dabei praktisch keine brauchbaren Ergebnisse, und auch im manuellen Betrieb ist eine exakte Fokussierung nur sehr schwer möglich. Vor allem bei hellem Umgebungslicht hat das Live-View-Display den Stellenwert einer besseren Postkarte: Man kann das Motiv errahnen aber nicht professionell damit interagieren.

www.canon.at