

Technologie

Keine gemähten Wiesen

Der Darmstädter Software-Konzern Software AG sucht seine Mission künftig in stärkerer Anlehnung am Markt und an den Anforderungen des Kunden. Altes soll mit Neuem verbunden werden. Interne Umstrukturierungen sind nun endgültig abgeschlossen.

Thomas Jäkle

„Wir haben unsere Kunden ein wenig aus den Augen verloren. Das ist nun aber anders“, erklärt Software-AG-Vorstand Alfred Pfaff. Das deutsche Software-Haus mit dem klangvollen Namen Software AG – nomen est omen, für Marketing-Experten kein einfaches Unterfangen, den Namen treffend zu positionieren – hat mit Umstrukturierungen zum Jahr 2005 einen Strich unter die Vergangenheit gezogen. Mehr Kundennähe, mehr Partnerschaften mit anderen Software-Unternehmen von Weltrang und die Intensivierung der profitträchtigen Beziehungen zu „Altkunden“ werden den Software-Konzern eigenen Aussagen zufolge nach vorne bringen.

Zudem soll das Aufspringen auf neueste Trends die Software-Schmiede für die Zukunft rüsten. Die Losung lautet SOA. Das nichtssagende Kürzel steht für software-orientierte Architektur. Schlauer? Es handelt sich um eine Herangehensweise, die darauf abzielt, eine gesamtheitliche Sicht auf die Bedürfnisse von Unternehmen anzuwenden. Und nicht nur IT-technisch, versichert Software-AG-Vorstand Pfaff: „Wir haben ja immer wieder exzellente Techniker und Programmierer gehabt. Sie haben schön vor sich hinprogrammiert.“

Tüfteln zum Selbstzweck

Dass da vieles programmiert wurde, was der Vertrieb nicht unbedingt brauchte, und der Vertrieb wiederum Anforderungen an die Ingenieursstuben richtete, deren Tüftler nicht wirklich erkannten, was „draußen benötigt wurde“, soll laut



Blühende Landschaften und „grüne Wiesen“ wünscht sich die zuletzt stark gebeutelte Software-Industrie. Die Software-Schmieden wollen sich stärker auf die Kunden einlassen. Foto: Bilderbox.com

Pfaff Vergangenheit sein. „Unsere Techniker konnten etliche Programmiersprachen. Die Fähigkeit, in Marktkategorien zu denken, war nicht so stark ausgeprägt, aber in den 1970ern bis fast zum Jahr 2000 auch zu der Zeit noch nicht wirklich gefordert“, erklärt Software-Vorstand Pfaff, der erst im November 2005 von IBM kam. Heute sei das anders. Die Programmierer in den Entwicklerstuben des Darmstädter Software-Konzerns müssen in neuen Marktkategorien denken, um zu verstehen, was wirklich gebraucht wird.

Software-Vorstandsvorsitzender Karl-Heinz Streibich hat mit der Stabübernahme ab dem Jahr 2005 mit derartigen Szenarien

aufgeräumt und den Software-Konzern neu geordnet. Noch im November 2005 erklärte Streibich, dass es nicht einfach wäre, geeignete Leute zu finden, um den 1969 gegründeten Konzern nach der New Economy-Blase in die richtige Richtung zu lenken. Und das trotz eines gut gefüllten Marktes an Jobsuchenden in der IT-Branche. „Die haben nicht die richtigen Fähigkeiten und sind nicht wendig genug“, streute Streibich nicht gerade Rosen.

Der Konzernherr über weltweit 2.700 Mitarbeiter in 60 Ländern forderte Ende 2005 gar die Einführung einer „Green Card“ für IT-Experten, um die Nachfrage nach „geeigneten Spezialisten“ befriedigen zu können.

Mit dem SOA-Konzept „Crossvision“ wollen die Darmstädter künftig die Bausteine aus Altem mit neuer Informationstechnologie verbinden. „Sicher ist es schöner, auf der grünen Wiese IT aufzubauen“, meint Pfaff. Aber in den Unternehmen gibt es noch jede Menge Altanwendungen, die in die Neuzeit geführt werden müssen. Gut die Hälfte der 3.000 Software-AG-Kunden, die auch auf die Datenbanksysteme Adabas des Unternehmens vertrauen, besitzen derartige Programme. Die Hälfte der Kunden setzt außerdem noch auf Großrechnersysteme. Im Vorjahr hat der Softwarekonzern weltweit einen Umsatz von 438 Mio. Euro erzielt.

Warenkorb

● **Kleiner Reisebegleiter.** 1,86 Kilogramm leicht, 12,1-Zoll-Widescreen, starker Intel Core Duo-Prozessor, 80 GB-Festplatte, Double Layer DVD: Das sind die Eckdaten des Toshiba U200, die ihn zum idealen Reisebegleiter für Beruf und Freizeit machen. Selbst in einem eng bestuhlten Touristenbomber findet das U200 den nötigen Platz auf dem Klappstisch. So bleibt man unabhängig und kann bequem die eigenen Filme ansehen. Dank eines mitgelieferten Adapters werden sechs verschiedene Speicherkartenstandards unterstützt, damit man gleich die Urlaubsfotos begutachten kann. Leider hat Mobilität ihren Preis: 1.550 Euro drücken auf das Urlaubsbudget. Foto: Toshiba



● **Weg mit dem Reiselärm.** Egal ob im Flugzeug, in der Bahn oder am Strand: Der Umgebungslärm trübt meistens den mobilen Musikgenuss. Der österreichische Kopfhörerhersteller AKG hat ein Mittel dagegen: Der 119 Euro teure K28NC reduziert den Lärmstress mittels einer aktiven, batteriebetriebenen Geräuscherdrückung, die zusätzlich am Kabel hängt. Das Ergebnis überzeugt: Im economy-Test konnte der Kopfhörer selbst bei leisem Betrieb überzeugen. kl Foto: AKG



ITnT

Fachmesse für Informationstechnologie und Telekommunikation

30. 01. - 01. 02. 2007
MESSEZENTRUM WIEN NEU

der branchenevent für ost und west

- nationale und internationale Aussteller
- erstklassiges Rahmenprogramm
- hochkarätige Fachbesucher
- CEE-Schwerpunkt

Jetzt
anmelden!

Reed Exhibitions
Messe Wien

www.itnt.at

Infos und Anmeldeunterlagen zur ITnT:

■ T: +43 (0)1 727 20-376 ■ F: +43 (0)1 725 20-376 ■ E: itnt@messe.at