

Marktstart in die Wolke



Georg Obermeier, Microsoft: »Office ist der Seismograf für Veränderungen in der neuen Welt des Arbeitens.«

Microsoft hat die neueste Ausgabe seiner mächtigen Office-Reihe gelauncht. »Office 2013« richtet sich an die klassische Desktopnutzung, »Office 365 Home Premium« nun auch an Private in der Wolke.



Ausstattung in einem Haushalt mit Kindern beziehungsweise Jugendlichen. Für Unternehmen ist die Cloud-Suite seit 2011 erhältlich. »Weltweit über eine Milliarde Menschen nutzen Microsoft Office«, rechnet Georg Obermeier vor. »Das macht Office über alle Versionen hinweg zur größten und beliebtesten Produktivitätssoftware auf diesem Planeten.« In der neuen Release wurden besonders Social-Media-Aspekte berücksichtigt. Es ist ein Bereich, der im Internet und mittlerweile auch in Arbeitsprozessen exponentielle Zuwächse erfährt. »80.000 Facebook-Nutzer hat es vor fünf Jahren weltweit gegeben«, so Obermeier weiter. »Ende 2012 waren es rund eine Milliarde. Informationen digital zu

teilen ist nicht mehr Avantgarde, sondern Mainstream.« In dieser neuen Ära liefert Microsoft nun ein intensives Zusammenspiel von Software und Apps mit den Endgeräten. Viele Menschen nutzen unterschiedliche Devices nebeneinander, Microsoft stellt dazu zusätzlich 20 GB Speicherplatz im wolkigen SkyDrive für Office-Abonnenten zu Verfügung. Eines ist jedenfalls klar: der klassische Dreijahreszyklus bei Microsoft-Produkten ist Geschichte. Künftig wird es einfache ständige Verbesserungen im Livebetrieb geben, so Obermeier sinngemäß. □

Ende Jänner hat Microsoft-Geschäftsführer Georg Obermeier das neue Office in Österreich vorgestellt. Überarbeitet worden ist das Design, erweitert die Vernetzung von Geräten und Inhalten. Die Benutzerumgebung ist nun mittels Touch, Tastatur, Maus und Stift bedienbar, als »Antwort auf aktuelle gesellschaftliche

Entwicklungen«, wie es bei Microsoft heißt. Neben »Office 2013« als lokale Installation mit Dauerlizenz (unterschiedliche Preispakete je nach Ausstattung) gibt es mit »Office 365 Home Premium« nun auch eine Version für Privatanwender als Abo aus der Cloud. Die Lizenz um 99 Euro umfasst die Nutzung für ein Jahr auf bis zu fünf Endgeräten – in der Regel die

Nachfolger von Hotmail

Nutzer des Webmaildienstes Hotmail erhalten in den kommenden Wochen eine Nachricht – und ein Upgrade auf Outlook.com. Vieles bleibt dennoch gleich: von der Email-Adresse bis zu Passwörtern, Mails, Kontakten, Regeln und Abwesenheitsnotizen. »Outlook.com ist die konsequente Weiterentwicklung des E-Mail-Dienstes in der neuen Ära von Microsoft«, ist Stefan Sennebogen, Leiter des Geschäftsbereichs Windows bei Microsoft Österreich überzeugt. Sennebogen sieht einen Wandel über alle Produkte aus seinem Haus, darunter nun auch Hotmail, »zu einem sozialen Hub über alle Geräte hinweg.«

Info: www.outlook.com

Online wird wachsen

Auf der Branchentagung »eXtremeCRM 2013« war der Trend zu Webservices bei Microsoft das große Thema,

berichtet der heimische Microsoftspezialist Navax. 2012 wurden 5 % aller Microsoft-CRM-Lizenzen als Cloud- oder Onlinelösungen verkauft. 2013 soll dieser Anteil auf bereits 75 % steigen. Einer der großen Vorteile neben den geringen Investitionskosten sind die stets aktuell gehaltene Software sowie einfachere Updates und individuelle Anpassungen durch klar strukturierte Rahmenbedingungen. Im ersten Quartal 2013 wird ein Update für die aktuelle CRM-Version erscheinen. Hauptpunkt dabei: Das im Herbst von Microsoft gekaufte Marketing-Tool »MarketingPilot« wird ins CRM integriert. Damit wird CRM um Marketingfunktionen ergänzt: Operatives Marketing für etwa die Durchführung von E-Mail-Kampagnen, eine grafisch unterstützte Darstellung von Prozessen – zum Beispiel für die Kampagnenplanung – und eine erweiterte Messbarkeit für Response- und Abschlussraten im gesamten Marketing- und Kampagnenzyklus.

Info: www.extremecrm.com