

COMPUTERWOCHE

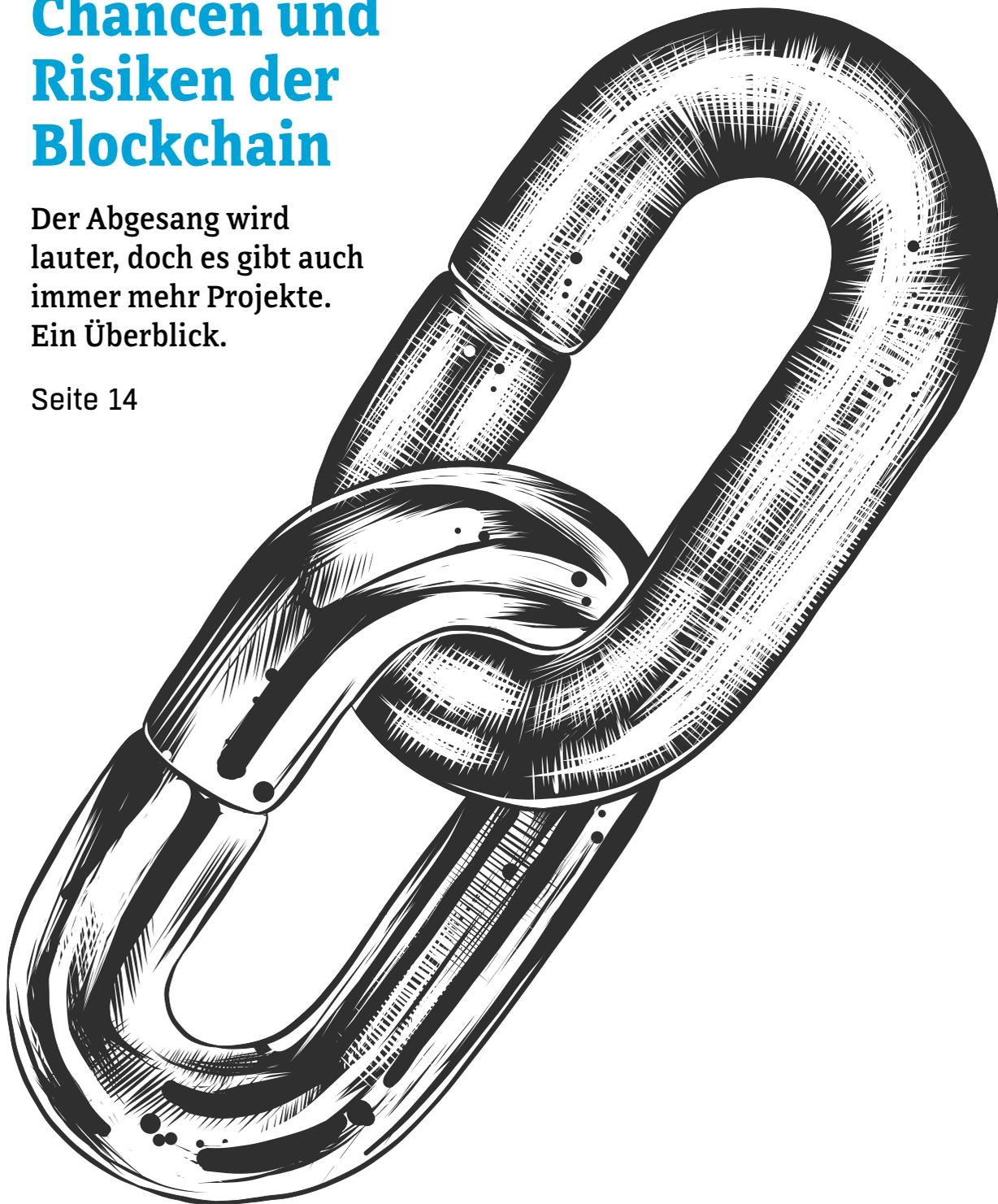
Ausgabe 2019 – 1-3 7. Januar 2019 Nur im Abonnement erhältlich

VOICE OF DIGITAL

Chancen und Risiken der Blockchain

Der Abgesang wird lauter, doch es gibt auch immer mehr Projekte. Ein Überblick.

Seite 14



IT erobert den Maschinenraum

Ein Gang über die Nürnberger Fachmesse SPS.

Seite 6

Frankreichs Bahn ist digital auf Kurs

Ein Besuch bei der SNCF zeigt, wohin es geht.

Seite 30

Topmanager sind ihr Geld wert

Warum es sich lohnt, nur die Besten anzuheuern.

Seite 38

Ohne IT-Know-how kein Management

Im Zuge der Digitalisierung wird klar: Manager brauchen IT-Wissen. Ein CIO oder CDO im Vorstand ist ein Anfang, eine Geschäftsleitung mit solidem Digital-Know-how der nächste Schritt.

Warum sind Amazon, Google, Microsoft & Co. so erfolgreich? In diesen Unternehmen haben alle Topmanager ein fundiertes digitales Verständnis. Sind ja auch IT-Unternehmen, könnte man einwenden – und das stimmt natürlich. Doch gilt das heute nicht für jedes Unternehmen? Lenken wir nur einmal den Blick auf die gängigen betrieblichen Funktionen: Marketing, Vertrieb, Produktion, Beschaffung, Personalwesen, Logistik, Forschung und Entwicklung etc. Innovationen in diesen Bereichen sind heute fast nur noch digital geprägt. Fortschritte werden hier durch den Einsatz digitaler Technologien erzielt.

Ein Marketing-Chef, der nichts von digitalem Marketing und Marketing-Automation versteht, hat keine Zukunft mehr. Dasselbe gilt für den Personalchef, der sich nicht mit Human-Capital-Management und Online-Recruiting beschäftigt, oder den Vertriebler, der von CRM und Customer-Experience-Management nichts wissen will. Und der Produktionschef muss einen Überblick haben, was mit Industrie 4.0, dem Industrial Internet oder auch mit Mixed Reality auf ihn zukommt. Logistiker sollten wissen, was die Distributed Ledger Technology bringen wird – und so weiter ...

In diesen funktionalen Inseln zu denken, ist noch die einfachste Übung. Es geht am Ende aber um digitale End-to-End-Prozesse hin zum Kunden, den Aufbau von Plattformen oder auch die Beteiligung an digitalen Ökosystemen. Einen IT- oder Digitalchef in den Vorstand zu berufen, ist ein richtiger Schritt, wenn es gilt, Engpässe in Sachen Digitalkompetenz zu überwinden. Auf lange Sicht werden Unternehmen aber nur dann erfolgreich sein, wenn im Vorstand IT-Wissen so selbstverständlich ist wie betriebswirtschaftliches Know-how.

Herzlich,
Ihr



Heinrich Vaske, Editorial Director



Heinrich Vaske,
Editorial Director



Alles zur Digitalisierung

Spannende Geschichten rund um den digitalen Wandel in den Unternehmen finden Sie auf der Website der COMPUTERWOCHE: www.cowo.de/k/3533

▶▶ 14

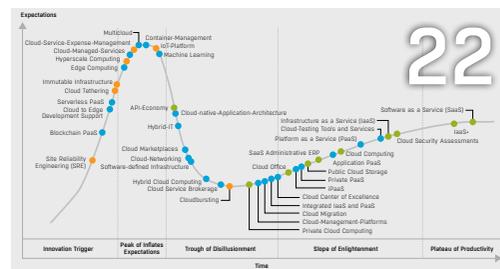
Chancen und Risiken der Blockchain

Die Blockchain ist eine unreife Technologie, deren Potenzial unterschiedlich eingeschätzt wird. Derzeit lässt sich noch nicht seriös vorhersagen, welchen Einfluss Distributed-Ledger-Technologien auf die Unternehmen und ihre IT-Organisationen haben werden. Fakt ist aber, dass gegenwärtig in nahezu jeder Branche Dinge ausprobiert werden, auch wenn sich die Investitionen noch nicht rentieren. Dabei zeigt sich: Nicht die Technologie ist das größte Problem. Die Anwender stoßen bei Fragen zu Organisation, Regularien, Rechten und Governance an ihre Grenzen.



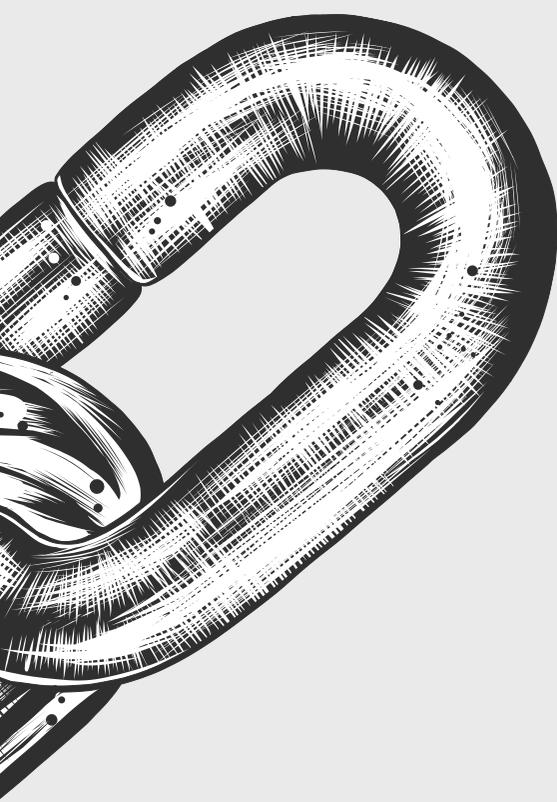
Markt

- 6 Die Produktion wird smarter**
Auf der Nürnberger Messe SPS zeigt sich: IT-Themen wie Advanced Analytics, Mixed Reality, Machine Learning oder Digital Twin stehen heute im Fokus der Industrieautomatisierung.
- 8 Customer-Experience-Management**
Eine Umfrage unter SAP-Kunden belegt: Starre Systeme und die Angst der Mitarbeiter vor Veränderung behindern den Fortschritt im Kunden-Management.
- 9 GE Digital wird eigenständig**
Der angeschlagene Industriekonzern General Electric hat entschieden, seine Plattform Predix und die Aktivitäten rund um das Industrial Internet of Things (IIoT) in eine eigene Gesellschaft auszulagern.



Technik

- 22 Die Zukunft des Cloud Computing**
Gartner hat sich in seinem berühmten Hypecycle mit den verschiedenen Cloud-Technologien beschäftigt. Eine Erkenntnis: Die Private Cloud steckt tief im Tal der enttäuschten Erwartungen.
- 26 Netapp will Cloud-Integrator sein**
Der Spezialist für Speicher- und Daten-Management präsentierte ein vierstufiges Modell und etliche Tools für die Cloud-Integration.
- 28 Red Hat bietet mehr Java-Support**
Die künftige IBM-Tochter will die Nutzung des Open Java Development Kit (JDK) unter Windows langfristig mit kommerziellem Support unterstützen. Damit erweitert der Open-Source-Spezialist sein Java-Engagement.



Praxis

30 Frankreichs Bahn ist oben auf

Geht doch, möchte man den Machern der Deutschen Bahn zurufen und auf den französischen Nachbarn verweisen: Benoît Tiers, CDO und CIO bei der SNCF, erklärt, wie er einen guten Teil des digitalen Umbaus bewältigt hat. Die französische Bahn habe sich als moderner Dienstleister für Massenmobilität neu erfunden.

34 Firmen haben eine Digitalstrategie

Die Analysten von Crisp Research werfen für COMPUTERWOCHE-Leser einen Blick in die Zukunft. Sie glauben, dass die größten Fortschritte in den vier Bereichen Digitalstrategie, Datenverfügbarkeit, menschliche Interaktion und Technologie zu sehen sein werden.



Job & Karriere

38 Was Top-Führungskräfte auszeichnet

Für Unternehmen lohnt es sich definitiv, die allerbesten Manager anzuwerben und dabei nicht zu sehr aufs Geld zu schauen. Der Erfolg spricht Bände.

42 Ignoranz bremst Digitalisierung

Die fehlende Bereitschaft leitender Mitarbeiter, ihren Führungsstil zu ändern, ist eines der Kernprobleme im digitalen Wandel.

44 Wer eignet sich zum agilen Coach?

Oft werden Agile Coaches aufgrund ihres fundierten Methodenwissens berufen. Doch das allein reicht nicht aus, um die Veränderungen voranzutreiben.

47 Stellenmarkt

49 Impressum

50 IT in Zahlen

Industrie 4.0 – mit Vollgas in die smarte Produktion

Themen aus der IT-Welt wie Cloud- und Big-Data-Technologien, Augmented Reality, Machine Learning oder digitale Zwillinge rücken immer stärker in den Fokus der Industrieautomatisierung.



Von Manfred Bremmer,
Senior Editor IoT & Mobile

Siemens-Vorstand Klaus Helmrich kam im Rahmen einer Pressekonferenz auf der Nürnberger Messe SPS IPC Drives zu einem positiven Befund: „Immer mehr Industrieunternehmen, insbesondere aus dem Mittelstand, sind auf dem Weg zur Industrie 4.0 und erhöhen schon jetzt mit digitalen Lösungen ihre Wettbewerbsfähigkeit“, sagte der Manager. „Dies betrifft alle Branchen mit sich schnell wandelnden Marktanforderungen, wo zunehmend Produkte in kleinerer Stückzahl schnell und flexibel hergestellt werden müssen.“ Die Euphorie unter den Anbietern sei groß: 2018 war laut Helmrich das Jahr, in dem die Kunden Industrie-4.0-Lösungen implementiert haben.



Immer mehr Industrieunternehmen machen sich auf den Weg zur Industrie 4.0, konstatierte Siemens-Vorstand Klaus Helmrich.

Auf der SPS zeigte Siemens zahlreiche Neuheiten aus den Bereichen Automation und industrielle Software, Kommunikation, Sicherheit und Services. Um Anwender in der Umsetzung ihrer IIoT-Projekte zu unterstützen, bieten die Münchner nun für ihre Plattform MindSphere die drei neuen Anwendungspakete „Connect & Monitor“, „Analyze & Predict“ und „Digitalize & Transform“ einschließlich umfassender Beratungsleistungen an. Die Pakete sollen unter anderem helfen, Assets schneller anzubinden, zu analysieren und zu optimieren sowie ungeplante Anlagenstillstände vorherzusagen und zu verhindern. Darüber hinaus sollen sie die Entwicklung neuer Services und Geschäftsmodelle vereinfachen.

Außerdem erläuterte Siemens-Vorstand Helmrich am Beispiel der HPE-Tochter Aruba, welche Bedeutung Kooperationen im Zeitalter von Industrie 4.0 haben. Die beiden Unternehmen haben im Rahmen einer strategischen Partnerschaft vereinbart, ihre komplementären Pro-

duktportfolios zusammenzulegen, um Kunden bei der Realisierung von integrierten IT/OT-Netzen von der Fabrikhalle bis in Büroumgebungen zu unterstützen.

Als weiteres Beispiel nannte der Siemens-Mann eine Zusammenarbeit mit Bentley Systems. Beide Unternehmen hatten kürzlich die gemeinsame Entwicklung der „PlantSight Cloud Services“ bekannt gegeben. Damit haben Anwender über ein einfaches Web-Portal jederzeit Zugriff auf 1D/2D/3D-Daten und damit stets einen aktuellen digitalen Zwilling ihrer Maschinen im Blick. Dies ist insbesondere für Anlagenbetreiber angesichts der langen Lebensdauer ihrer Prozessanlagen und fortlaufender Investitionsprojekte ein entscheidender Vorteil.

Maschinenzustände in Echtzeit überwachen

Aber auch andere Unternehmen hatten in Nürnberg innovative Lösungen für die vernetzte Fabrik vorzuweisen. So gab ABB einen ersten Einblick in seine „Asset Management Application“. Die Software bietet Betreibern von Industrieanlagen eine Echtzeit-Zustandsüberwachung von Maschinen, um Ausfallzeiten zu reduzieren, Geräteausfälle zu vermeiden sowie den Betrieb und die Wartung der Installatio-



Customer-Experience-Management bringt viele SAP-Anwender an ihre Grenzen

Dank neuer Anwendungen und Analytics-Möglichkeiten hätten Unternehmen eigentlich beste Voraussetzungen, ihr Kunden-Management zu modernisieren. Doch starre Strukturen und IT-Systeme stehen dem Fortschritt im Wege.

Das klassische Customer-Relationship-Management (CRM) hat ausgedient – die Zukunft gehört dem Customer-Experience-Management (CEM). Dahinter verbirgt sich das Bedürfnis der Unternehmen, Kunden besser zu verstehen und ihr Verhalten vorherzusagen und beeinflussen zu können.

Daten, die an den unterschiedlichen Berührungspunkten generiert werden, erlauben es, ein ganzheitliches, detailliertes Bild vom Kunden zu bekommen. Die Betriebe können herausfinden, wie ihre Produkte, Marken oder Serviceleistungen ankommen. Das analysierte Kundenverhalten kann den Anbietern helfen, die eigenen Produkte und Services genauer an die Bedürfnisse der Klientel anzupassen und so mehr Geschäft zu generieren.

Die Analysten von PAC haben im Auftrag des Kundenbeziehungs-Spezialisten Maihiro im August und September 2018 gut 100 Manager aus IT- und Fachabteilungen von SAP-Kunden mit mehr als 250 Mitarbeitern aus Deutschland und Österreich nach dem Stand der Dinge in Sachen CEM befragt. Es zeigte sich, dass die meisten Firmen ihr Kunden-Management neu aufstellen wollen. Doch angesichts der sich ständig verändernden Kundenanforderungen und der wachsenden Datenmengen sehen sich die Verantwortlichen besonders gefordert.

Rund 60 Prozent der Befragten halten es für schwierig, abteilungsübergreifend Prozesse zu etablieren, um das Kundenerlebnis bewerten und verbessern zu können. Ihnen fällt es schwer, durchgängige Prozesse vom Webshop bis ins Backend (beispielsweise ins ERP-System) zu schaffen beziehungsweise alle für das Kundenerlebnis relevanten Daten zu bündeln. Darüber hinaus ist es für mehr als die Hälfte der

Unternehmen ein Problem, aus den Ergebnissen der Datenanalyse auch die richtigen Schlüsse fürs Business zu ziehen. Und schließlich gibt es in vielen Betrieben Schwierigkeiten, benutzerfreundliche Anwendungen für das Kunden-Management bereitzustellen und die dafür erforderlichen Prozesse anzupassen. So rückt das Ziel, umgehend auf sich veränderndes Kundenverhalten reagieren zu können, in weite Ferne.

Zwei Drittel arbeiten an CRM-Transformation

Immerhin haben die meisten Firmen erkannt, dass sie aktiv werden müssen, so ein Ergebnis der Umfrage. Demnach arbeiten zwei von drei Befragten bereits an der Transformation ihres Kunden-Managements. Allerdings sprechen nur 13 Prozent von einer kompletten Neuausrichtung. 54 Prozent erklärten, einzelne Prozesse in bestimmten Bereichen prüfen und sich speziell dort neu ausrichten zu wollen. Ein Drittel der Befragten will an den bestehenden Prozessen festhalten und lediglich offenkundige Schwachstellen optimieren.

Starre IT-Systeme erweisen sich für ein Drittel der Befragten als Hindernis. Doch viele IT-Entscheider geben auch zu, es im eigenen Unternehmen mit geringer Veränderungsbereitschaft und einem Mangel an Skills zu tun zu haben. Auf der Marktseite fürchten die Anwender die unübersichtliche Angebotslage sowie hohe Kosten für den Betrieb und die Weiterentwicklung vieler nicht integrierter Applikationen für die verschiedenen Aspekte des Kunden-Managements. Wichtig sei den Anwendern, dass sich die Lösungen mit Hilfe von Add-ons erweitern ließen.

(ba)

Hindernisse beim Kunden-Management

Die größte Hürde auf dem Weg zu einem agilen und flexiblen Kunden-Management sind die zu starren IT-Systeme, die die Anwenderunternehmen noch im Einsatz haben.

