

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2020 – 34-36 17. August 2020 Nur im Abonnement erhältlich

VOICE OF DIGITAL

Oracle will einen Kulturwandel

Wie Deutschland-Chefin Stefanie Kemp die Kundenbeziehungen verbessern will.

Seite 6

Was Sie über SASE wissen sollten

Secure Access Service Edge ist der nächste Schritt der Security Transformation.

Seite 18

Führung auf Distanz verunsichert

Manager müssen in der digitalen Kommunikation sicherer werden.

Seite 38



Home Office – alles, was Recht ist

Die rechtlichen Grundlagen bei der Arbeit zu Hause sind unscharf. Lesen Sie, worauf Sie jetzt achten sollten.

Seite 24

Schöne neue (Home-)Office-Welt

Auch wenn der Umzug in die Heimbüros technisch gut geklappt hat, bleiben die rechtlichen Grundlagen vage. Pragmatismus ist angesagt, um die Vorteile des New Normal zu bewahren.

Es ist gerade einmal 60 bis 140 Nanometer groß und hat doch die Arbeitswelt für Millionen Menschen auf den Kopf gestellt. Seit sich SARS-CoV-2, besser bekannt als Coronavirus, global immer weiter ausbreitete, wurden Millionen Angestellte aus ihren Büros ins Home Office umgesiedelt. Vermeintlich fest zementierte Präsenzregeln waren von heute auf morgen ausgehebelt. Daran dürfte sich auf absehbare Zeit wenig ändern. Auch wenn in vielen Unternehmen nach der Urlaubssaison die ersten Back-to-Office-Initiativen anlaufen – das Home Office hat sich im New Normal der Arbeitswelt seinen festen Platz gesichert.

Aus technischer Perspektive hat die Umstellung zum überwiegenden Teil schließlich gut funktioniert – auch wenn Experten von einem großen „Experimentierraum“ sprechen. Und dort kann es ja bekanntlich durchaus auch einmal knallen. Gerade im Regelwerk für die schöne neue Arbeitswelt finden sich so manche Unschärfen und Unklarheiten, über denen schnell Streit ausbrechen kann. Feinheiten wie die Unterschiede zwischen Home Office und mobilem Arbeiten, sowie so manches Detail betrieblicher Vereinbarungen wollen erst einmal klar herausgearbeitet, verstanden und umgesetzt werden.

Um den digitalen Wandel im Geschäftsbetrieb – und hier können viele Unternehmen stolz auf das bisher Erreichte sein – nicht abzuwürgen, sollten alle Seiten pragmatisch vorgehen. Ehrlich und offen kommunizieren, was Erwartungshaltung und Wünsche in Sachen neuer Büroalltag angeht. Gerade hybride Szenarien bringen durchaus eine gewisse Komplexität mit sich. Wer kann, soll oder möchte zurück ins Office und wer nicht? Für die richtigen Antworten braucht es Fingerspitzengefühl und keine Betonköpfe, die auf Paragraphen herumreiten.

Herzlich,
Ihr

Martin Bayer, Deputy Editorial Director



*Martin Bayer,
Deputy Editorial Director*



Home Office kann nicht die Lösung sein

Für Zukunftsforscher Matthias Horx ist das Büro längst nicht tot. Lesen Sie, was Anwender von seinen Thesen halten:
www.cowo.de/3638311

▶▶ 24

Arbeiten im Home Office – was sind die rechtlichen Grundlagen?

Für Millionen Menschen ist Home Office nichts Neues mehr. Der Umzug hat in den meisten Unternehmen gut geklappt. Doch die arbeitsrechtlichen Grundlagen sind noch wackelig. Während die Telearbeit geregelt ist, gibt es beim „mobilen Arbeiten“, das für eine Flexibilisierung der Arbeitswelt eingeführt wurde, Unschärfen. So muss der Arbeitgeber auch hier seinen rechtlichen Schutzpflichten nachkommen. Praktikabel ist das jedoch kaum.



Markt

- 6 Oracle will auf Kunden zugehen**
Stefanie Kemp schlägt neue Töne an. Im Interview erklärt die neue Deutschland-Chefin, was in der Vergangenheit schiefgelaufen ist, und wie sie die Kundenbeziehungen verbessern will.
- 10 Apple trotz der Coronakrise**
Covid-19 zum Trotz meldete Apple glänzende Zahlen. Der Marktwert nähert sich der Zwei-Billionen-Dollar-Marke. Davon profitiert auch CEO Tim Cook, der zum Milliardär wird.
- 12 Trump schürt IT-Konflikt mit China**
Die US-Administration will chinesische IT-Technik und Apps aus den eigenen Netzen verbannen. Zu spüren bekommen das derzeit vor allem TikTok und WeChat.



Technik

- 14 Wie UEM durch die Krise hilft**
Mit Unified Endpoint Management lassen sich alle möglichen Devices steuern und verwalten. Diese Flexibilität brauchen Unternehmen gerade jetzt, um gut durch die Krise zu kommen.
- 18 SASE – Security als Netzfunktion**
Secure Access Service Edge beschreibt eine neue Security-Architektur. Netzwerksicherheit wird dabei in die Cloud verlagert. Lesen Sie, wie sich IT-Sicherheit transformiert.
- 21 Hyperscaler bauen mehr Data Center**
In den vergangenen Jahren hat sich die Zahl der großen Rechenzentren verdoppelt. Weil die Nachfrage nach Cloud-Diensten wächst, brauchen Amazon, Google und Co. neue Data Center.



Praxis

32 Otto Versand baut BI-Plattform

Der Händler forciert seine Transformation zur Online-Plattform. Dreh- und Angelpunkt bilden Funktionen für Business Intelligence. Die sollen alle nutzen: Mitarbeiter, Kunden, Partner.

34 „Dual Mode IT“ bei Boehringer

Der Pharmakonzern stellt seine IT neu auf. Weg von der Rolle eines Anbieters von Tools und Systemen hin zu einer „Dual Mode IT“, die auch digitale Services entwickeln, kommerzialisieren und betreiben kann.

36 Sourcing-Markt in Europa knickt ein

Während die Nachfrage nach Cloud-Diensten auch in der Coronakrise wächst, brach die Nachfrage nach Managed Services ein.



Job & Karriere

38 Verunsicherte Chefs

Auch in Videokonferenzen müssen Führungskräfte professionell agieren. Unsicheres Verhalten gilt es zu beheben, wenn digitale Kommunikation fester Bestandteil der Firmenkultur wird.

41 Dürfen Betriebsräte Twitter nutzen?

Soziale Medien sind aus dem Firmenalltag nicht mehr wegzudenken. Nun sollte das Bundesarbeitsgericht darüber urteilen, ob Betriebsräte dort über ihre Aktivitäten berichten dürfen. Das fiel aber aus.

42 Eine erste Corona-Bilanz

Die Mannheimer Wissenschaftlerin Jutta Rump erläutert, was sich jetzt schon in der Arbeitswelt verändert hat und womit sie noch rechnet.

47 Stellenmarkt

49 Impressum

50 IT in Zahlen

Stefanie Kemp, Oracle: „Wir brauchen Stabilität in der Kundenansprache“

Stefanie Kemp ist neue Country Leader von Oracle Deutschland. Im Interview spricht sie über die Fehler der Vergangenheit, ihren neuen Ansatz und die Beziehung zu den Oracle-Kunden.



Von Heinrich Vaske,
Editorial Director

„Mein Anspruch ist, hier länger zu wirken und die Beziehungen zu Kunden dauerhaft zu verbessern – auch wenn es natürlich für nichts Garantien gibt.“

CW: Sie waren jahrelang CIO, unter anderem bei Vorwerk und Innogy. Jetzt haben Sie bei Oracle die deutsche Geschäftsführung übernommen. Was hat Sie zu diesem Seitenwechsel veranlasst?

Kemp: So etwas passiert nicht geplant, da spielen Zufälle eine Rolle und natürlich die Tatsache, dass ich im Laufe meiner Karriere viele Menschen kennengelernt habe, die vielleicht auch im richtigen Augenblick mal anrufen.

CW: Und warum Oracle?

Kemp: Ich habe in den letzten drei Jahren aus verschiedenen Perspektiven auf die Themen Digitalisierung, Innovation und Prozesse in den Unternehmen geschaut. Einer der Megatrends ist natürlich Cloud Computing. Da ist Oracle später eingestiegen, aber von der Technologie her machen wir das Richtige.

Eine der großen Herausforderungen für CIOs ist ja, dass man nie ein völlig integriertes Portfolio hat, was Datenbank, Middleware und Anwendungen betrifft. In der heutigen Oracle-Welt können Kunden ihr Unternehmen technisch komplett integriert und durchgängig Ende zu Ende gestalten. Das war für mich ein zündender Moment. Ich habe mir gesagt: Wenn ich schon die Seiten wechsele, dann zu einem integrierten Supplier, der verstanden hat, wie und mit welchen Produkten sich komplette Unternehmensprozesse integrativ abdecken lassen.

CW: Wie haben denn Ihre vielen Freunde aus der CIO-Community reagiert, als Sie ihnen Ihre Oracle-Pläne offenbart haben?

Kemp: (Lacht) Es gab natürlich einige ‚witzige Reaktionen‘, aber auch viele Gratulationen, über

die ich mich wirklich gefreut habe. Was wir als CIOs bei Oracle vielleicht ein bisschen vermisst haben, war das Denken in Lösungen und nicht nur in Produkten. Da möchte ich ansetzen, das macht es interessant für mich. Ein paar CIOs haben zu mir gesagt: Jetzt haben wir bei Oracle jemanden, der unsere Sprache spricht und weiß, was wir erwarten. Das ist natürlich ein Ansporn ...

CW: Oracle ist für seine weltweit zentrale Aufstellung bekannt und steht im Ruf, ein stark Sales-getriebenes Unternehmen zu sein. Wie viel Spielraum haben Sie überhaupt für individuelle Kundenlösungen?

Kemp: Eines der vielen Themen, über die wir im Vorfeld gesprochen haben, war die Wahrnehmung von Oracle bei Kunden und die Gestaltung dieser Schnittstelle. Mit der Entscheidung, mich in diese Position zu berufen, setzt Oracle neu an: Statt in Sales- und Produktkategorien zu denken, wollen wir den Lösungsansatz intensiver verfolgen – und so auch von den Kunden wahrgenommen werden. Das ist ein Kulturwandel, den Oracle hier vorantreiben möchte. Und ich bin überwältigt, wie auch die Oracle Mitarbeiter dies aufnehmen.

CW: Oracle-Gründer Larry Ellison hat sich zu Beginn über Cloud Computing mächtig lustig gemacht. Welche Strategie verfolgt Oracle heute in der Cloud?

Kemp: Die ersten Cloud-Ansätze im Markt waren aus Business-Sicht ja auch noch nicht wirklich ernst zu nehmen. Wenn man sich aber die Iterationen seit den ersten Gehversuchen ansieht, dann zeigt sich einmal mehr die rasanten Innovationsgeschwindigkeit, in der sich der IT-Markt entwickelt. Wir haben in den vergangenen Jahren eine Menge gelernt. Cloud heißt ja nicht nur, ich setze im Rechenzentrum ein paar Services auf und rechne die nach Verbrauch ab. Es geht vielmehr darum, dass Unternehmen ihre verschiedenen Portfolien abbilden und in-

Oracle in Zahlen

- **Hauptquartier:** Redwood City (Kalifornien);
- **Gegründet:** 1977;
- **Gründer:** Lawrence Ellison, Bob Miner, Ed Oates;
- **CEO:** Safra Catz;
- **Umsatz (Fiskaljahr 2020):** 39 Milliarden Dollar;
- **Gewinn (Fiskaljahr 2020):** 10 Milliarden Dollar;
- **Kunden:** 430.000 in 175 Ländern;
- **Mitarbeiter:** 136.000;
- **Partner:** 20.000;
- **Akquisitionen:** Mehr als 140 (Volumen: über 80 Milliarden Dollar);
- **Cloud-Infrastruktur:** 25 Regionen (davon sechs mit Oracle-Microsoft-Interconnect) – Ausbau auf 36 Regionen bis Ende 2021 geplant.

▶ **Lesen Sie mehr über die Oracle-Strategie:**
Oracle will in der Cloud gegen SAP punkten
www.cowo.de/3548204
Oracle legt alte Feindbilder ad acta – und schafft sich neue
www.cowo.de/3547731
Oracle und Microsoft verknüpfen ihre Clouds
www.cowo.de/3547163

▶ **CW:** *Ich könnte mir schon vorstellen, dass der eine oder andere deutsche Kunde nichts dagegen hätte ...*

Kemp: Technisch möglich wäre es wohl.

CW: *Ist es bei Oracle ein Tabu, mit Amazon Web Services zusammenzuarbeiten? Larry Ellison schlägt in seinen Keynotes ja regelmäßig heftig gegen AWS aus ...*

Kemp: Es gibt immer Tabus, oft durch persönliche Ereignisse getrieben. Ich würde aber aus der deutschen Rolle heraus sagen: Deutschland ist ein anderer Markt, hier laufen Ausschreibungen anders. Auch der Umgang unter Wettbewerbern ist ein anderer als in den USA. Am Ende werden wir immer in der einzelnen Situation entscheiden, was geht und was nicht.

CW: *Kommen wir zu einem anderen Tabu: Oracle streitet sich seit Jahren mit seinen Kunden über die Lizenzkonditionen für Oracle-Produkte, wenn diese in Virtualisierungs-Umgebungen anderer Anbieter wie VMware oder Microsoft genutzt werden. Die Kunden fühlen sich hier gerupft.*

Kemp: Dazu kann ich Ihnen sagen: Ich habe ganz klar die Ambition, hier etwas Entscheidendes zu ändern. Wir werden so schnell wie möglich Gespräche führen, Termine mit der Anwenderorganisation Doag sind bereits vereinbart worden. Da hatte ich ja auch in meiner alten Rolle als CIO mal Herausforderungen. Wir wollen hier eine saubere Lösung finden, die auch unser US-Headquarter mittragen kann. Übrigens: Wenn ich heute mit unserem Softwarelizenz-Management-Team rede und mir die Audits ansehe, dann ist der Prozess durchaus verbessert worden.

CW: *Würden Sie sich bei einer Doag-Konferenz auf die Bühne stellen?*

Kemp: Das würde ich ganz sicher tun!

CW: *Lassen Sie uns über den künftigen Stil im Umgang mit Kunden reden. Wie wollen Sie auf die Kunden zugehen?*

Kemp: Es gab einige Management-Wechsel bei Oracle, jetzt will das Unternehmen in Deutschland die Stabilität wieder erhöhen. Wenn jemand nur zwölf Monate dableibt, dann kann er in einer komplexen Struktur, wie sie dieses Unternehmen hat, gar nicht so viel umsetzen. Mein Anspruch ist also, hier länger zu wirken und die Beziehungen dauerhaft zu verbessern – auch wenn es natürlich für nichts Garantien gibt.

Wir brauchen Stabilität in der Kundenansprache. Wir haben in den vergangenen Jahren vieles ausprobiert, aber wir merken jetzt auch, dass es wichtig ist, die richtigen Menschen längerfristig in den Projekten und im Kundenkontakt zu halten. Die Architekturbilder in den Unternehmen werden komplexer, gerade wenn wir über die Cloud sprechen, da muss auf unserer Seite Kompetenz verlässlich verfügbar sein. Ich muss Ihnen nicht erklären, wie aufwändig es ist, sich in die Architektur eines DAX-Konzerns einzuarbeiten, um dann passgenaue Lösungen zu bauen. Wir wollen also stabiler zum Kunden hin arbeiten.

CW: *Deutschland ist ein mittelständisch geprägter Markt. Hat Oracle dafür auch Antworten?*

Kemp: Ich sehe das Mittelstandsegment als eines der wichtigsten. Hier ist für uns ein intensiverer Ausbau des Partnernetzwerks entscheidend. Kleinere Unternehmen haben oft ihre zwei oder drei Trusted Advisors, denen sie vertrauen. Bei Vorwerk zum Beispiel haben wir mit solchen IT-Dienstleistern auf der Beratungs- und Systemintegrationsebene eng zusammengearbeitet. Wir brauchen solche Partner, die Oracle-Produkte im Rucksack haben und zum Kunden tragen.

CW: *Gilt das nur für Datenbank-Systeme und Middleware oder haben Sie vor, auch bei den*