

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2023 – 8-9 20. Februar 2023

VOICE OF DIGITAL

App für App in die Cloud

Bei der Cloud-Migration kommt es darauf an, sich jede einzelne Anwendung im Detail anzuschauen

Seite 12

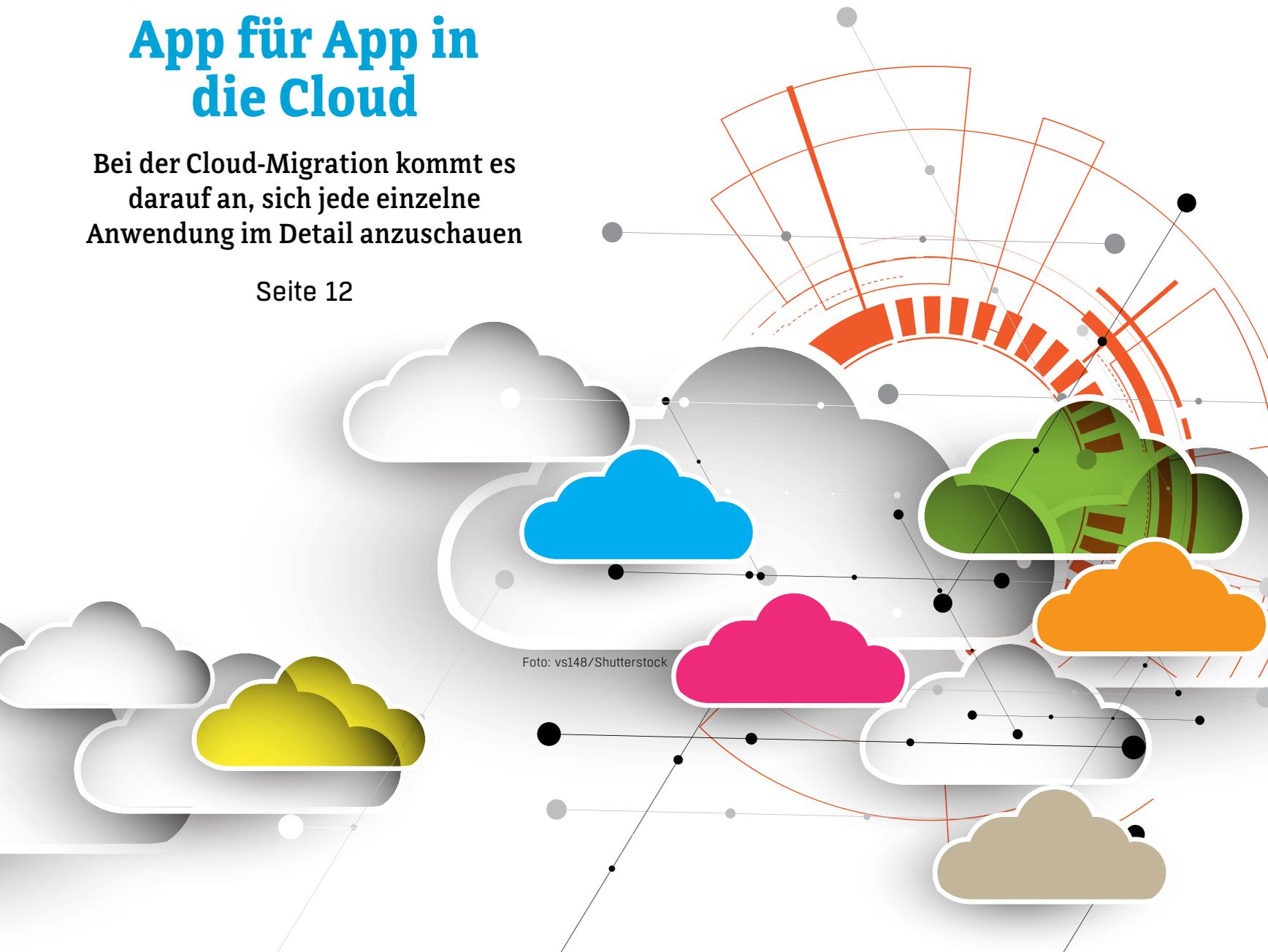


Foto: vs148/Shutterstock

Materna-Chef im CW-Interview

Warum Deutschland mit der Digitalisierung seiner Verwaltung so langsam vorankommt

Seite 6

Gut aussehen in der Videokonferenz

Schlechte Kamera, mieser Ton, Chaos im Hintergrund – in Videocalls kann man viel falsch machen

Seite 32

Kleine Gesten, große Wirkung

Gerade in wirtschaftlich turbulenten Zeiten sollen Führungskräfte ihre Mitarbeitenden respektieren

Seite 40

Vielleicht mal mit dem Kunden reden ...

Disruptive Veränderungen sind für Unternehmen eine Herausforderung, und im Moment häufen sie sich. Eine starke Kundenbindung kann helfen, mit den Störereignissen fertigzuwerden.

Coronakrise, Ukraine-Krieg, Inflation, immer mehr Ransomware-Angriffe – es ist, als stolpere die Weltwirtschaft von einer Herausforderung in die nächste. Und dabei sind hier nur die kurzfristigen Einflüsse genannt. Über den Klimawandel, die alternde Gesellschaft, fehlende IT-Talente oder die derzeit sprunghafte und schwer absehbare Entwicklung im IT-Sektor – Stichwort: ChatGPT – haben wir noch gar nicht gesprochen.

Woran können sich Unternehmen in Zeiten stürmischer Veränderungen festhalten? Ich möchte hierzu einen ganz unkonventionellen Vorschlag machen und den Kunden ins Spiel bringen. Denn was für viele selbstverständlich klingen mag, ist es leider nicht. Unternehmen denken über Effizienz und Automatisierung nach, über Lieferketten, Vertriebsstrukturen und Mitarbeitende. An ihre Kunden denken sie nicht, auch wenn sie es hartnäckig behaupten.

Glauben Sie nicht? Wie war denn Ihre jüngste „Customer Experience“? Wie lange hat es gedauert, bis Sie in einer Service-Hotline einen kompetenten Menschen an die Strippe bekamen? Wann hat Ihnen zuletzt eine FAQ auf einer Website – oder gar ein Chatbot – Ihre Fragen wirklich zufriedenstellend beantwortet? Und wann hatten Sie das gute Gefühl, dass es im Kontakt mit einem Unternehmen um Sie ging und nicht um irgendein Cross-, Up- oder Sonstwas-Selling?

In Zeiten zunehmender Disruption sind es die treuen Kunden, die Unternehmen helfen, Stürme zu überstehen. Leider sind aber viele Betriebe kontaktscheu geworden. Mein Tipp: Verlagern Sie die Automatisierung ins Backend und sorgen Sie dafür, dass Ihre Leute mit den Kunden reden. Es lohnt sich.

Herzlich,
Ihr

Heinrich Vaske, Editorial Director



Heinrich Vaske,
Editorial Director



Kundenzufriedenheit:

Wissen Sie, was ein CCO ist? Nein, hier geht es nicht um Musik, sondern um den Chief Customer Officer.

www.cowo.de/a/3551006

▶ 12

Bei der Cloud-Migration kommt es auf jede einzelne Anwendung an

Cloud Computing ist für die meisten Unternehmen zu einer Selbstverständlichkeit geworden. Doch die Umstellung von einem On-Premises- auf einen Cloud-Betrieb ist meist schmerzhaft. Die Betriebe müssen ihr Vorgehen priorisieren und für jede einzelne Anwendung entscheiden, wie sie damit umgehen wollen.



Markt

- 6 **Materna-Chef Wibbe im Interview**
Rund ein Drittel seines Umsatzes macht Materna mit der öffentlichen Hand. Wir haben den Vorstandsvorsitzenden Martin Wibbe gefragt, warum Deutschland beim E-Government so weit abgehängt ist.
- 9 **IBM will an AIX festhalten**
Das Unternehmen hat Gerüchten widersprochen, wonach es für das hauseigene Unix-Derivat AIX keine Zukunft mehr geben soll.
- 10 **Ampelkoalition enttäuscht Bürger**
Der Digitalreport 2023 der ESCP Business School hat die Stimmung der Deutschen in Sachen Digitalisierungsfortschritte erhoben. Demnach nähern sich die Erwartungen dem Nullpunkt, und die Politik ist nicht unschuldig.



Technik

- 20 **Die besten ESM-Lösungen**
Das IT-Service-Management entwickelt sich immer mehr zum Enterprise-Service-Management, strukturierte Serviceprozesse werden in vielen Unternehmensbereichen gebraucht. Lesen Sie, welche unterstützenden Softwareprodukte am besten ankommen.
- 24 **Microsoft Bing erhält KI-Turbo**
Die Beteiligung an Open AI bringt Microsoft den direkten Zugriff auf generative KI. Diese fließt nun in viele Produkte des weltgrößten Softwarekonzerns ein, auch in die Bing-Suche.
- 26 **Google-Bot Bard mit Startproblemen**
Googles Antwort auf ChatGPT ist der Konversations-Bot Bard, der sich allerdings bei der ersten Präsentation fehlerbehaftet zeigte.



Praxis

- 32 Gut aussehen in der Videokonferenz**
Viele Menschen müssen Tag für Tag eine Vielzahl von Videocalls überstehen. Dabei kann die Routine zur Gefahr werden. Lesen Sie, worauf Sie bei Lichtverhältnissen, Hintergrund, Mikrofon und anderen Details achten sollten.
- 36 Schwächen im Datenmanagement**
Carsten Meinecke, Analytics-Chef von DXC Technology, hat untersucht, wie Unternehmen mit ihrem Datenmanagement vorankommen. Sein Fazit: Es gibt Nachholbedarf.
- 38 US-Behörde reizt AWS-Cloud aus**
Die US-Börsenaufsicht gehört zu den größten Cloud-Anwendern der Welt. CIO Steve Randich, CIO der zugeordneten Behörde Finra, berichtet über seine Erfahrungen mit der Amazon-Cloud.



Job & Karriere

- 40 Führen mit Respekt**
In schwierigen Zeiten wird der Umgangston in den Unternehmen oft rauer. Dabei sollten die Führungskräfte gerade jetzt der Fels in der Brandung sein.
- 42 Agiles Arbeiten im Fachbereich**
Die IT-Abteilung des deutschen Automobilzulieferers Webasto hat ein agiles Zusammenarbeitsmodell für alle Entwicklungsstandorte konzipiert.
- 44 Resilienz am Arbeitsplatz**
Arbeitgeber müssen Mitarbeitenden ein Gefühl der psychologischen Sicherheit vermitteln, um ihnen zu zeigen, dass sie gerade in schwierigeren Zeiten gebraucht werden.
- 47 Stellenmarkt**
- 49 Impressum**
- 50 IT in Zahlen**



Martin Wibbe ist Vorstandsvorsitzender (CEO) der Materna Information & Communications SE in Dortmund. Auf der Lünen-Lösung-Liste 2022 wird Materna als das führende mittelständische IT-Beratungs- und System-integrations-Unternehmen in Deutschland gerankt.

Foto: Materna

Materna-Chef im Interview: „Alle fragen sich, warum es nicht schneller geht“

Materna macht ein Drittel seiner Umsätze mit der öffentlichen Hand. Wir haben den Vorstandsvorsitzenden Martin Wibbe gefragt, warum Deutschland beim E-Government so weit abgehängt ist.



Von Heinrich Vaske,
Editorial Director

CW: Materna macht ein Drittel seines Umsatzes mit der öffentlichen Hand. Sie können sicher erklären, warum die Fortschritte beim E-Government noch überschaubar sind.

Wibbe: Ich kann Ihren Eindruck bestätigen. Man muss sich nur die verschiedenen Analysen ansehen, den E-Government-Monitor 2022 der Initiative D21 zum Beispiel, da wird das ja faktisch belegt. Die digitale Nutzungslücke liegt in Deutschland bei 57 Prozent, bei den deutschsprachigen Nachbarn Österreich oder Schweiz aber nur bei 42 beziehungsweise 46 Prozent. Auf der anderen Seite ist das OZG mit den 575 angepeilten Leistungen aber auch wirklich hochkomplex. Dahinter stehen 11.000 Einzelleistungen, das ist eine schwierige Aufgabe, die durch unser föderales System noch einmal massiv in der Umsetzung erschwert wird. Immerhin haben wir einen Koalitionsvertrag, in dem das Thema Digitalisierung einen Schwerpunkt einnimmt. Sie dürfen auch nicht vergessen, dass die Rahmenbedingungen für die Bundesregierung derzeit alles andere als günstig sind: Aufgrund des Ukraine-Kriegs und

der daraus resultierenden Energiekrise hat die Politik mit vielen Themen parallel zu kämpfen.

CW: Hätte die neue Regierung ein reines Digitalministerium einrichten müssen?

Wibbe: Ich glaube schon, dass hier eine Chance verpasst wurde. Es wäre gut, wenn eine Digitalministerin oder ein -minister, ausgestattet mit Rechten und Budget, am Regierungstisch sitzen würde. Jetzt wird wieder weiter in einer Matrix gearbeitet, alle digitalen Themen werden auf die verschiedenen Ministerien und Ressorts aufgeteilt. Der Abstimmungs- und Koordinationsaufwand ist hoch – das zieht sich wie in den Jahren zuvor durch. Das wird von der breiten Bevölkerung und den Unternehmen, die zunehmend digital arbeiten und leben, schmerzlich wahrgenommen. Natürlich fragen sich alle, warum es nicht schneller geht.

CW: Und warum geht es nicht schneller? Warum hinkt Deutschland EU-weit bei den öffentlichen Diensten immer noch hinterher?

Wibbe: Das ist eine komplexe Frage, die so pauschal kaum zu beantworten ist. Wichtig wäre aus meiner Sicht jetzt ein hochpragmatisches Vorgehen. Und das wurde auch erkannt. Nehmen wir mal das OZG: Ich glaube, dass es richtig war, 35 Leistungen zu priorisieren und für den sogenannten Booster auszuwählen.

CW: Die sind aber ebenfalls nicht planmäßig fertig geworden ...

► können. Trotz aller Krisen um uns herum haben wir es geschafft, zweistellig zu wachsen, unseren Mitarbeiterstamm auszubauen und erfolgreich am Markt zu agieren. Auf der anderen Seite stellt sich aber natürlich die Frage: Wofür steht Materna als Gruppe eigentlich? Unsere Tochter cbs zum Beispiel ist mit ihren SAP-Services fokussiert auf Unternehmen im Bereich diskrete Fertigung und Prozessindustrie, und das weltweit. Dann haben wir unser rein deutsches Geschäft mit der öffentlichen Verwaltung, da wollen wir bei allen Themen von der Registermodernisierung über Fachverfahrensentwicklung und föderale Datenhäuser bis zu OZG mit eigenen Lösungen helfen. Und schließlich planen wir, mit unseren Digital Industry Solutions den Industriesektor ein gutes Stück weiter zu bearbeiten. Wir wollen hier zusammen mit den Hyperscalern Themen wie Digital Twin, Internet of Things, Automatisierung und künstliche Intelligenz vorantreiben.

Es gibt aber auch noch andere übergreifende Themen wie Enterprise Service Management oder Cyber Security, in denen wir gut aufgestellt sind. Auch das sind für uns weitere Wachstumsthemen. Sicher haben wir aber auch ein paar Themen im Angebot, etwa Materna Intelligent Passenger Solutions, wo wir wenige Synergien zum Rest des Portfolios erleben.

CW: Steht Materna mitunter die eigene Historie im Weg? Ist ja nicht so einfach, sich von Geschäftsfeldern zu trennen, in denen Sie als Mittelständler langjährige Kunden haben, die Sie aber nicht wirklich weiterbringen.

Wibbe: Um das Beispiel der Intelligent Passenger Solutions noch mal aufzugreifen – manche Wettbewerber wären über ein mehr als 20 Jahre andauerndes, gut laufendes Geschäft zum Beispiel mit der Lufthansa sicher ganz froh, auch wenn es auf den ersten Blick nicht sonderlich modern wirkt! Von daher sehe ich das zunächst mal entspannt. Aber ich gebe Ihnen recht, es ist natürlich wichtig zu schauen, wie man das Portfolio weiterentwickeln kann. Das stetige

„Es stimmt schon, wir sind breit aufgestellt. Das ist ein bisschen Fluch und Segen zugleich.“

Innovieren und Differenzieren des Portfolios ist eine meiner Kernaufgaben, da arbeiten wir intensiv dran. Grundsätzlich muss man sich in der heutigen Zeit immer fragen: Wofür steht man und wie wollen wir uns künftig weiterentwickeln? Aktuell liegt der Fokus auf der Mission 2025. Ein wichtiger Baustein in der langfristigen Entwicklung zum Erhalt unserer Unabhängigkeit als Familienunternehmen.

CW: Auf den Public Sector entfällt rund ein Drittel Ihres Geschäfts. Aber Behörden-IT steht für Behändigkeit und wenig Innovation. Ist das für Sie hinderlich, wenn Sie an privatwirtschaftliche Unternehmen heranwollen?

Wibbe: Überhaupt nicht. Behörden sind unser Kerngeschäft, da kommen wir her. Ich bin froh, dass wir dort so gut aufgestellt sind. Aber natürlich tickt das Geschäft mit privaten Industrieunternehmen ganz anders. Nach meiner Erfahrung lässt sich das gut vereinbaren. Die Behörden haben ja einen hohen Anspruch an Sicherheit, Prozessstreuung und Qualität. Das sind Themen, die unsere Werte widerspiegeln. Und all das finden ja auch die großen Industrieunternehmen gut. Unternehmen wie BASF oder Mercedes arbeiten gerne mit uns. Es heißt ja so schön: „Big enough to scale, small enough to care.“ Einen Mittelständler wie uns kann man durchaus noch davon überzeugen, Dinge kundenspezifisch umzusetzen – und dabei das Thema Qualität im Fokus zu haben. Im IT-Markt gab es da schon einen Paradigmenwechsel in den vergangenen Jahren. Es geht nicht mehr nur um das günstigste Angebot, sondern auch um Qualität und Differenzierung. Das Know-how, das wir sowohl im öffentlichen Sektor haben als auch im privaten, ist ein Asset.

CW: Warum haben Sie vor allem Softwareprodukte zugekauft?

Wibbe: Weil es zu unserer Strategie gehört, unsere Fähigkeiten im Dienstleistungsgeschäft mit eigenen Assets zu untermauern. Ich bin fest davon überzeugt, dass man sich so differenzieren kann und muss. Zu sagen: ‚Wir können Dienstleistung‘, ist schön und gut, aber eigene Software zu haben, um zum Beispiel im Public Sector die Kommunikation absichern zu können, ist ein Asset. Ebenso im SAP-Bereich, um schneller zu sein als andere. Damit können wir uns differenzieren. Deswegen haben wir Firmen wie Radar und TraffGo Road gekauft.

CW: Geht es nicht auch darum, mit Lizenznahmen höhere Gewinnmargen zu erzielen?

Wibbe: Natürlich hat jeder ein Interesse daran, rekurrierende Umsätze zu machen, um langfristige Kundenbindungen aufzubauen. Das ist ein schöner Nebeneffekt, aber mehr auch nicht.

CW: Materna hat starke Konkurrenz vor Ort – auch wenn es um knappe Talente geht. Adesso zum Beispiel, die sind börsennotiert und können den IT-Nachwuchs mit Aktienoptionen locken. Wann geht Materna an die Börse?

Wibbe: Um Beteiligungsmodelle umzusetzen muss man nicht unbedingt an der Börse sein. Und es geht bei der Mitarbeitergewinnung bei-leibe nicht nur um die Vergütung, auch wenn die sehr wichtig ist. Es geht mindestens genauso um interessante Projekte und eine gute Weiterbildung. Als Familienunternehmen haben wir einen guten Ruf. Unsere Arbeitgeberwerte lauten „Autonomie-Könner“, „Freiräume schaffen“ und „Substanz zählt“. Wir legen bei Einstellungen Wert darauf, Leute zu finden, die unsere Kunden substanzuell nach vorn bringen und in unser Team Materna passen.

CW: Also planen Sie keinen Börsengang?

Wibbe: Nein, den wird es nicht geben. ■