

Agile Unternehmensführung · Zusammenarbeit in der Cloud · Nachhaltigkeit im Büro

IT-DIRECTOR
BÜROKULTUR · DIGITALISIERUNG · WIRTSCHAFTSRECHT

BUSINESS · PEOPLE · COMPANIES

DiIRECTOR

ÖSTERREICH: 4,70 EUR
LUXEMBURG: 4,95 EURSCHWEIZ: 8,40 SFR
DEUTSCHLAND: 4,30 EUR

7-8 | 2022

G 31227 | WWW.IT-DIRECTOR.DE

N° 7/8

DIGITALISIERUNG

Keine Angst
vor Veränderung

Seite 16

TITELINTERVIEW

Die digitale Vision
verteidigenIm Interview berichtet Uwe Bergmann,
CEO der Cosmo Consult-Gruppe, über die Hürden und Heraus-
forderungen auf dem Weg zu neuen Geschäftsmodellen.

Seite 22

MEDIENTHAUS VERLAG
Postfach 300111 · 51111 Bergisch Gladbach
»Menge bezahlt«

BUSINESS INTELLIGENCE

Daten revolutionieren die Geschäftswelt

Seite 34

BACKUP

Kontinuität durch Hochverfügbarkeit

Seite 42



4 195039 104303 08



DIGITALISIERUNG < TITELTHEMA

Die Treiber der Digitalen Trans- formation

Deutschlands Wirtschaft wird digitaler. Dadurch werden ganz neue Umsatz- und Wertschöpfungsmöglichkeiten geschaffen. Doch die gegenwärtigen Krisen sorgen auch für Verunsicherung. Drücken die Unternehmen bald wieder auf die Investitionsbremse?

> „Die Corona-Krise war ein digitaler Weckruf für Deutschland“, sagt Alexander Saul, Business-Geschäftsführer bei Vodafone Deutschland. Die Pandemie habe gezeigt, was Digitalisierung schon heute möglich macht. „Sie hat aber auch schonungslos offengelegt, dass Deutschland und die Unternehmen hierzulande noch längst nicht überall gut vorbereitet sind für die Digitale Transformation“, so Saul.



von Alexander Lorber,
Redaktion IT-DIRECTOR

In einer aktuellen Umfrage des Branchenverbands Bitkom geht die große Mehrheit der Unternehmen davon aus, dass digitale Geschäftsmodelle für den eigenen wirtschaftlichen Erfolg immer wichtiger werden. Entsprechend investieren im laufenden Jahr vier von zehn Unternehmen (43 Prozent) mehr in Digitalisie- ➔



TITELTHEMA > DIGITALISIERUNG

→ rung als noch 2021, 31 Prozent halten ihre Investitionen stabil. Doch Russlands Angriffskrieg auf die Ukraine, Lieferkettenprobleme, steigende Energiekosten und Inflation drohen den Digitalisierungszug auszubremsen. So wollen im kommenden Jahr nur noch zwei Prozent deutlich mehr für die Digitalisierung ausgeben, 16 Prozent eher mehr. 19 Prozent wollen hingegen eher weniger in Digitalisierung investieren, 14 Prozent sogar deutlich weniger.

Wer zu kurzfristig agiert, gerät aus dem Takt

„Auch wir beobachten derzeit, dass Unternehmen einige Digitalisierungsprojekte auf den Prüfstand stellen“, sagt Sven L. Roth, Head of Business & Technology Solutions bei Capgemini in Deutschland. Andererseits bleibe die Digitale Transformation weiterhin ein wichtiger Treiber – auch oder gerade in Krisenzeiten. Die aktuellen Herausforderungen treffen alle Branchen, insbesondere aber die Fertigungsindustrie – sie wird mittel- und langfristig von geringerer Produktion und sinkenden Absatzzahlen betroffen sein. „In der Folge rechnen wir einerseits mit Kosteneinsparungen bei Digitalisierungsprojekten – andererseits gibt es aber auch die Chance, mit zusätzlichen Investitionen in digitale Innovation gezielt gegenzusteuern“, betont Roth. „Dazu zählt beispielsweise, unterbrochene Lieferketten über IT-Lösungen oder Hardware-Optimierungen zu kompensieren.“ Auch Daniel Guaper, Scrum Master bei Bright Solutions, rät, zunächst abzuwarten, wie die konkret realisierten Investitionen im Jahr 2023 wirklich aussehen: „Im Februar 2020 hatten wohl die wenigsten Unternehmen auf dem Schirm, dass sie noch im gleichen Jahr unvorhergesehene Anstrengungen und Investitionen stemmen mussten, um den Geschäftsbetrieb

am Laufen zu halten.“ Gegenüber großen makroökonomischen Herausforderungen könne man sich nicht verschließen, aber eben auch nicht vor Lieferkettenproblemen und dem Fachkräftemangel, meint Wolfgang Reinhardt, Principal bei Ventum Consulting. „Wer hier zu kurzfristig agiert, gerät aus dem Takt“, mahnt der Experte. „Auf der anderen Seite verbessern Unternehmen in kritischen Situationen ihre Fähigkeit, gute Entscheidungen zu treffen. Technologie ist eben Enabler“, so Reinhardt. Das sieht Jens-Peter Feidner, Managing Director Deutschland bei Equinix, ganz ähnlich: „Die letzten zwei Jahre mit der Pandemie haben gezeigt, wie wichtig eine robuste digitale Infrastruktur und eine vorausschauende Digitalstrategie sind, um nicht abgehängt zu werden.“ Trotz der Sorge über eine möglicherweise drohende Rezession und ungeachtet der Diskussionen auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos über das Ende der Globalisierung zeigen sich Unternehmen weiterhin optimistisch hinsichtlich ihrer globalen Expansionspläne. „Da die Digitalisierung für den Ausbau von Geschäften maßgeblich ist, wäre eine Einsparung hier der falsche Ansatz“, so Feidner. „Erst mit einer digitalen Infrastruktur können sich Standorte, Kunden, Dienstleister usw. vernetzen, daher sollten IT-Budgets unbedingt ganz oben auf der Agenda stehen.“

Durch Digitalisierung gewinnen etwa Fabriken umfassende Transparenz über ihre Produktionsprozesse: Wertvolle Daten ermöglichen die kontinuierliche Überwachung, Kontrolle und somit vor allem zügige Reaktion auf Störungen. „Produzierenden Unternehmen gelingt es mit steigender Transparenz, reaktiv zu handeln und die Produktionsprozesse hinsichtlich Materialausschuss, Nachfrage, Energieverbrauch oder Maschinenlaufzeit und -abnutzung zu optimieren“, erläutert Jonas Schramm, Head of Strategic Initiatives bei Cybus. Darüber hinaus schaffen die richtigen Techno-

Alexander Saul, Vodafone Deutschland:
„Ich bin überzeugt, dass nur jene Unternehmen, die den Wandel vorantreiben, langfristig erfolgreich sein werden.“



Sven L. Roth, Capgemini: „Derzeit ist der Mangel an gut ausgebildeten und erfahrenen Fachkräften das größte Hindernis für die Digitalisierung in Deutschland.“



Wolfgang Reinhardt, Ventum Consulting:
„Die Digitalisierung ist eine spannende Aufgabe und zugleich eine Herausforderung für alle.“





DIGITALISIERUNG < TITELTHEMA



Jens-Peter Feidner, Equinix: „Die letzten zwei Jahre mit der Pandemie haben gezeigt, wie wichtig eine robuste digitale Infrastruktur und eine vorausschauende Digitalstrategie sind, um nicht abgehängt zu werden.“



Jonas Schramm, Cybus: „Produzierenden Unternehmen gelingt es mit steigender Transparenz, reaktiv zu handeln und die Produktionsprozesse hinsichtlich Materialausschuss, Nachfrage, Energieverbrauch oder Maschinenlaufzeit und -abnutzung zu optimieren.“



Daniel Guaper, Bright Solutions: „Wenn wir jetzt in der Pandemie auf einmal festgestellt haben, dass man nicht für jedes Beratungs- oder Kundengespräch ins Auto oder in den Flieger steigen muss, ist das auch schon ein großer Lernfortschritt.“

logien vor allem Flexibilität innerhalb der Produktion: „Die Hersteller sind dadurch in der Lage, flexibel mit unvorhersehbaren Situationen wie Lieferengpässen, steigenden Energiepreisen oder Fachkräftemangel umzugehen“, so Schramm. Vor dem Hintergrund zahlreicher Herausforderungen, vor denen zurzeit viele Unternehmen stehen, sieht Wolfgang Reinhardt in der Digitalisierung deshalb nicht „bloß Chancen“, sondern eine schiere Notwendigkeit. „Hohen Energiekosten kann vielfach nur noch durch sehr detaillierte Datenauswertungen und leistungsfähige Prädiktion, also durch Rechenmodelle, begegnet werden“, sagt der Experte. „Und dass dem Fachkräftemangel schließlich nur durch Automatisierung abzuhelpen ist, zeigen alle seriösen soziodemografischen Studien.“

Darüber hinaus wird auch die Klimakrise nicht ohne eine umfassende Digitale Transformation in allen Wirtschaftsbereichen zu bewältigen sein. Jens-Peter Feidner: „Rechenzentren kommen als Rückgrat der digitalen Wirtschaft deshalb eine Schlüsselrolle bei der nachhaltigen Digitalisierung zu.“ Das größte Potenzial liege vor allem im Wechsel von kleinen, meist ineffizienten unternehmenseigenen Rechenzentren hin zu hocheffizienten, großen Rechenzentren.

Der Druck wird weiter steigen

„Wenn wir jetzt in der Pandemie auf einmal festgestellt haben, dass man nicht für jedes Beratungs- oder Kundengespräch ins Auto oder in den Flieger steigen muss, ist das auch schon ein großer Lernfortschritt“, meint Daniel Guaper von Bright Solutions. Die Energiekrise, der Klimawandel und der Fachkräftemangel erhöhen nun weiter den Druck zum Umdenken, erschweren aber auch die Umsetzung. „Derzeit ist der

Mangel an gut ausgebildeten und erfahrenen Fachkräften das größte Hindernis für die Digitalisierung in Deutschland“, mahnt Sven L. Roth. „Die angespannte Situation auf dem Arbeitsmarkt bremst Unternehmen massiv aus.“

Was müssen Unternehmen also tun, um bei der Digitalisierung nicht abgehängt zu werden? Unternehmen stünden einem Dilemma gegenüber, sagt Jonas Schramm: „Es kommt nun vor allem darauf an, strategische und langfristige Entscheidungen zu treffen. Gleichzeitig sollten Maßnahmen schnell zu ersten Ergebnissen führen, um alle Stakeholder mitzunehmen und eine anhaltende Motivation sicherzustellen.“ Dieses Dilemma löse sich durch das Aufbauen einer sicheren Infrastruktur, die alle weiteren Projekte ohne hohe Initialkosten, ohne anfängliche Barrieren und ohne Abhängigkeiten zulasse.

Keine Angst vor Veränderung

„Die Digitalisierung ist eine spannende Aufgabe und zugleich eine Herausforderung für alle“, sagt Wolfgang Reinhardt. Aber niemand könne in allem gut sein. Leistungsfähige Partnerschaften und ein Netzwerk von innovationsfördernden Liefer- und Leistungsbeziehungen seien die Basis für ein funktionierendes Digitalisierungssystem. Vorbei sind auch die Zeiten des zögerlichen Abwartens. „Ich bin überzeugt, dass nur jene Unternehmen, die den Wandel vorantreiben, langfristig erfolgreich sein werden“, betont Alexander Saul. „Sie müssen das Verständnis generieren, dass Digitalisierung nichts ist, vor dem wir uns fürchten müssen, sondern dass Digitalisierung uns langfristig hilft.“ Nur mit diesem Verständnis könne die Digitale Transformation erfolgreich gelingen. <