



NB GUIDE
IT & DIGITALISIERUNG

2022

Ihr persönlicher Leitfaden in die
Zukunft der Informationstechnologie.

www.newbusiness.at

EPLAN ePULSE –

Projekte sichten, teilen und kommentieren: einfach, überall jederzeit

Mit EPLAN eVIEW setzen Sie Review-Prozesse im Engineering digital um. Die kostenlose Software ermöglicht Ihnen eine strukturierte Zusammenarbeit mit Kollegen, Kunden und Dienstleistern. Damit können Sie standortunabhängig per Browser Projektdaten sichten und Änderungen über Redlining-Workflows kommentieren.

- Engineering-Software
- Prozessberatung
- Implementierung
- Global Support

Jetzt registrieren auf:

www.epulse.com



PROZESSBERATUNG

ENGINEERING-SOFTWARE

IMPLEMENTIERUNG

GLOBAL SUPPORT

Engineering am Puls der Zeit

Neue Methodik für Ihr Engineering

Mit EPLAN eBUILD machen Sie den entscheidenden Schritt in Richtung automatisiertes Engineering. Vorgefertigte oder auch individuell erstellbare Bibliotheken ermöglichen es EPLAN Anwendern, bei ihrer täglichen Arbeit Schaltpläne praktisch auf Knopfdruck zu erstellen.

- „efficient engineering“ als Auftrag ■
- Ganzheitliche Lösungen als Verantwortung ■
- Optimierte Engineering-Prozesse als Versprechen ■

EPLAN Software & Service GmbH
3300 Ardagger Stift • Betriebsgebiet Nord 47 • Tel.: +43/7472/28000-0
office@eplan.at • www.eplan.at



PROZESSBERATUNG

ENGINEERING-SOFTWARE

IMPLEMENTIERUNG

GLOBAL SUPPORT

FRIEDHELM LOH GROUP



Ist die IT erwachsen? Editorial von Rudolf Felser	06
Digitalisierung #schaffenwir. Vorwort von WKÖ-Vizepräsidentin Amelie Groß	07
Neuigkeiten & Wissenswertes. News-Häppchen aus der IKT.....	08
Hot oder Schrott? Die kommenden IT-Trends	20
Drehscheibe im Wandel. Fachkommentar von Alexander Kremer, Tech Data.....	34
Wir verkaufen Wissen. Interview mit Roman Oberauer, NTT	36
CRM in der Praxis. Fachkommentar von Karsten Sontow, Trovarit	46
Vorschub im Verteilerbau. Schmidberger modernisiert mit Eplan und Rittal	52
Jeder Beitrag zählt. Interview mit Gregor Grindjan, SAP	60
Welche ist die Richtige? Fachkommentar von Sonja König, prodata	72
Fahrt aufgenommen. Interview mit Steffen Lange, Salesforce.....	76
SVS setzt auf die Post. Digitalisierungsstrategie der SVS.....	79
The New Way of Work. Interview mit Johann Martin Schachner, Atos.....	82
Die New School of IT. Fachkommentar von Volker Gruhn, adesso	86
Kein Endzustand, sondern ein Weg. Interview mit Volker Gruhn, adesso	90
Verschenktes Gold. Fachkommentar von Alexander Adrowitzer, Datenauts	96
Von 2G+ bis 5G. Fachkommentar von Philipp Hamid, Apollo7.....	103
ERP-Modernisierung. Strategien im Umgang mit Altsystemen	104
Neue Möglichkeiten. Interview mit Werner Kraus, Magenta Telekom.....	110
E-Mail-Marketing-Trends 2022. Fachkommentar von Franz J. Kolostori, eyepin	122
Der Bedarf ist hoch. Interview mit Walter Seböck, Univ. für Weiterbildung Krems..	126
Rechtzeitig vorbeugen. Interview mit Angelika Sery-Froschauer, BSIC der WKÖ....	130
#thenewITgirls. Initiative für mehr Diversität in der IT.....	134
Schutz vor VoIP-Fraud. Fachkommentar von Markus Scherer, yuutel.....	136



Fotos: Gerd Altmann/Pixabay (20+46+174), NTT (36), SAP SE/Thomas Leonhardi (60), Magenta Telekom (110), Luiza Puiu (134), Vivo (156)

Unsicherheit ist schlecht für Innovation. Interview mit Christian Woschitz, ZTE 142

Das Richtige richtig machen. Interview mit Martin Wallner, Vivo 156

Volle Kontrolle. Continuous-Audit-Application auf Blockchain-Basis 167

Die freie Router-Wahl. Änderungen durch das neue Telekommunikationsgesetz 168

IIoT, 5G, Edge. Wachstum im industriellen IoT 174

Kirchen und Roboter. Neuartiger 6D-Positionssensor 180

Verlässliche Partner. Graz lagert an T-Systems aus 183

26 Milliarden Blätter Papier sparen. Noch Potenzial bei E-Rechnungen 184

Digitalisierung, die ins Ohr geht. Transformation von radio 88.6 186

Digitale Souveränität. Über die Abhängigkeit von Anbietern & Plattformbetreibern ... 188

Mehr Speed für Audi. Fachkommentar von Harald Ruckriegel, Red Hat 190

OKR – der Heilige Gral? Fachkommentar von Almudena Rodriguez Pardo 192

The Next 3 Big Things. Digitale Trends im Versicherungssektor 200

Patient im Mittelpunkt. Studie zu digitalen Gesundheitsleistungen 204

Fitness für den Geist. Daten und Technologie für die mentale Gesundheit 206

Zeit für Veränderung. Fachkommentar von Baher Al Hakim, Medicus AI 208

IMPRESSUM

Medieneigentümer-, Herausgeber- und Chefredaktionsanschrift: NEW BUSINESS Verlag GmbH, Otto-Bauer-Gasse 6/4, 1060 Wien, Tel.: +43/1/235 13 66-0, Fax: +43/1/235 13 66-999, info@newbusiness.at **Geschäftsführung:** Lorin Polak **Chefredaktion:** Rudolf Felser **Gastautoren:** Tillmann Braun **Art-Direktion:** Genius Graphics Gabriele Sonnberger **Anzeigenleitung:** Lorin Polak **Lektorat:** Julia Teresa Friehs **Coverfoto:** Adobe Stock/peshkova **Verlagspostamt:** 1060 Wien **Druck:** Hofeneder & Partner GmbH. Alle Rechte, auch die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Ab 1 und 2 Urheberrechtsgesetz, sind vorbehalten.



IST DIE IT ERWACHSEN?

Vom beinahe pubertären „Höher, schneller, weiter“ und Megahertz-Kräftemessen ist die IT-Branche mittlerweile abgekommen. Vielmehr werden Nutzen, Sinn und der Anwender in den Fokus gerückt.

Sie erinnern sich vielleicht noch: Es ist erst ein paar Jährchen her, da wurden Prozessoren über immer neue Rekorde der Taktfrequenz verkauft, und die Anbieter lieferten sich ein Kopf-an-Kopf-Rennen. Heute ist es dem durchschnittlichen Anwender komplett Banane, welcher Rechenknecht in seinem Laptop werkelt. Bei Smartphones ging es eine Weile ebenso „kernig“ zur Sache, auch wenn dort nicht die Frequenzen ausschlaggebend waren, sondern die Anzahl an CPU-Cores. Und wenn von „Green IT“ die Rede war, dann ging es vornehmlich darum, die Kosten des Energieverbrauchs zu senken. Dass damit auch der Umwelt Gutes getan wurde, war zwar schön und nützlich fürs Marketing, aber in Wahrheit nebensächlich.

LÖSUNGEN MIT HERZ STATT MEGAHERTZ

Nun fühlt es sich beinahe so an, als wäre (nicht nur) die IT langsam ihren Kinderschuhen und sogar der Pubertät entwachsen. Allenthalben wird der Nutzen von Lösungen für den Anwender in den Mittelpunkt gestellt, werden auch nicht-finanzielle Kennzahlen für Entscheidungen herangezogen – es wird sogar über den Sinn nachgedacht. Den Sinn hinter Begriffen wie Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung, der

sie erst ausfüllt, damit es keine leeren, bedeutungslosen Floskeln bleiben.

AUF DEM WEG DER BESSERUNG

Geben wir uns keinen Illusionen hin: Die IT-Branche ist weiterhin direkt und indirekt, vom Entstehen der Produkte bis zu deren Anwendung und der späteren Entsorgung, für einen gigantischen Verbrauch an Energie und Ressourcen verantwortlich. Aber ihr wohnen auch Chancen zur Veränderung inne und großes Potenzial, die Dinge besser zu machen. Wie heißt es so schön: Selbsterkenntnis ist der erste Schritt auf dem langen Weg der Besserung. Das ist einer der roten Fäden, die sich durch die vielen Gespräche, Zitate und die daraus resultierenden Artikel in diesem Guide ziehen. Wir werfen aber auch gleich mehrere Blicke über die Tellerränder. Denn besonders darum geht es bei digitaler Transformation und den disruptiven Innovationen: das Lernen von anderen Unternehmen und Branchen, auch wenn sie noch so wenig verwandt mit dem eigenen Tortenstück vom Markt erscheinen. ■

Eine nützliche und sinnhafte Lesezeit wünscht Ihnen Ihr

Rudolf N. Felser,
Chefredakteur NEW BUSINESS Guides



DIGITALISIERUNG #SCHAFFENWIR

Es gibt viele Möglichkeiten, die Chancen der digitalen Transformation zu nutzen und Österreich moderner, digitaler, wettbewerbsfähiger und nachhaltiger zu gestalten.

Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind bestimmende Trends. Auch wenn Digitalisierung mitunter immer noch kritisch gesehen wird, steht fest: Der digitale Wandel ist Treiber für mehr Wachstum und neue Arbeitsplätze. Studien zeigen für Österreich ein zusätzliches jährliches Wachstumspotenzial von 0,9 Prozent und damit verbunden 20.000 zusätzliche Arbeitsplätze pro Jahr. Dieses Potenzial gilt es zu heben.

GEMEINSAM DIGITALE TRANSFORMATION MITGESTALTEN #SCHAFFENWIR

Im aktuellen Digital Economy and Society Index (DESI) hat sich Österreich zuletzt verbessert und liegt nun im Europa-Vergleich – mit Rang zehn von 27 – im guten Mittelfeld. Dennoch gibt es auch hier Luft nach oben. Und auch die Verfügbarkeit von privatem Risikokapital ist im internationalen Vergleich zu gering: Wir erreichen beim Anteil von Risikokapital am BIP nur Rang 20. Hier könnte ein Beteiligungsfreibetrag für Start-up-Investoren helfen. Das wäre ein Anreiz, um mehr Risikokapital für die Start-up-Branche nach Österreich zu bringen.

Nachhaltiges und zukunftsorientiertes Denken und Handeln ist jedenfalls Teil der DNA der

österreichischen Betriebe. So sind unsere Unternehmen bereits jetzt ausgezeichnet in Umwelttechnologien aufgestellt. Neun von zehn ausländischen Wirtschaftsdelegationen kommen wegen unserer Umwelttechnologieunternehmen nach Österreich. Das zeigt: Die heimische Wirtschaft ist auf dem richtigen Weg, den ökologischen, aber auch den digitalen Wandel zu schaffen. Der dafür notwendige Transformationsprozess jedoch kann nur mit dem Know-how qualifizierter Fachkräfte gelingen. Es fehlen aktuell aber rund 24.000 IT-Spezialistinnen und -Spezialisten in Österreichs Unternehmen, die Digitalisierungsprojekte umsetzen können.

Insgesamt gibt es viele Möglichkeiten, die Chancen der digitalen Transformation zu nutzen und damit Österreich moderner, digitaler, wettbewerbsfähiger und vor allem nachhaltiger zu gestalten. Die Wirtschaftskammer berät ihre Mitglieder etwa im Rahmen von KMU.Digital und beim alljährlichen E-Day umfassend, ganz nach dem Motto: Gemeinsam die digitale Transformation mitgestalten #schaffen wir! ■

**Viel Spaß beim Lesen wünscht
Amelie Groß**

Amelie Groß,
Vizepräsidentin der Wirtschaftskammer Österreich.
Nähere Informationen finden Sie unter www.wko.at.



NEWS AUS DER DIGITALEN WELT

Die Welt dreht sich immer schneller. Sobald Nullen und Einsen ins Spiel kommen, erhöht sich das Tempo gefühlt noch einmal. Als „Vorspeise“ finden Sie hier ein paar leicht verdauliche Häppchen mit interessanten Neuigkeiten, bevor wir Ihnen den Hauptgang servieren.

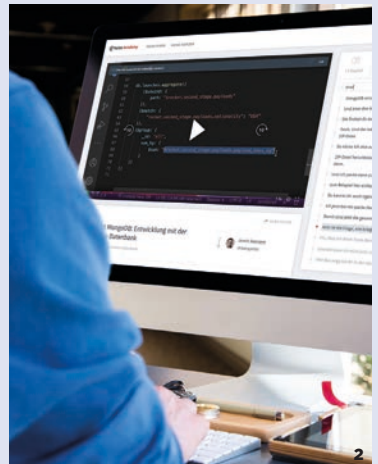


FABASOFT UND DER SCHLAUE FUCHS

Die Linzer Fabasoft AG, Softwareunternehmen und Cloud-Dienstleister für digitales Dokumenten- und Geschäftsprozessmanagement, hat Anfang des Jahres 70 Prozent von KnowledgeFox übernommen, einem erfolgreichen Anbieter für Trainings- und Lern-Apps für Onboarding und Vertrieb. Gregor Cholewa, Mitbegründer und Geschäftsführer von KnowledgeFox (*Bild*), bleibt mit 30 Prozent am Unternehmen beteiligt. Gemeinsam wollen sich KnowledgeFox und Fabasoft für die umfassende Digitalisierung aller Unternehmensbereiche einsetzen. „Wir freuen uns, mit Fabasoft einen starken strategischen Partner gefunden zu haben, der uns mit seiner jahrelangen Erfahrung dabei unterstützt, die Wissensvermittlung in Unternehmen noch effektiver zu gestalten“, so Cholewa. ■

ERWEITERUNGEN UND NEUES VON CODEVERSITY

Heise Medien und das Wiener EdTech-Start-up Codeversity haben ihre IT-Lernplattform heise academy seit dem Start im März 2021 auf über 60 Onlinekurse und zusätzlich 100 Online-Livetrainings und -Konferenzen in sechs Spezialgebieten ausgebaut. Das E-Learning-Angebot umfasst derzeit die Bereiche „Container und Kubernetes“, „IT-Security“, „Machine-Learning“, „Netzwerke & Cloud“, „Softwareentwicklung“ sowie „Webtechnologien“ und wächst weiter. Seit Kurzem können Unternehmen und Nutzer auch mittels jährlicher Flatrate auf die gesamte Lernbibliothek der heise academy zugreifen. Zudem arbeitet Codeversity mit der European Systemic Business Academy an einer digitalen Plattform für systemische Unternehmens- und Teamentwicklung, die im dritten Quartal 2022 unter der Marke „Sycademy“ gelauncht wird. ■



MACH HEUTE MORGEN MÖGLICH

Microsoft hat im Jänner die österreichweite Initiative „Mach heute Morgen möglich“ (www.machheutemorgen-moeglich.at) angekündigt. Zum Start haben sich ihr bereits über 100 österreichische Unternehmen und Organisationen angeschlossen, um Österreich als Land und Wirtschaftsstandort durch Digitalisierung zu stärken. Mit Projekten in den vier Bereichen Innovation, Kompetenz, Nachhaltigkeit und Sicherheit sollen die Chancen der Digitalisierung greifbar gemacht und Impulse gesetzt werden. Im Zentrum stehen erfolgreiche Transformationsprojekte in österreichischen Unternehmen und Organisationen.

Die Vorstellung dieser Projekte soll weitere Akteure dazu ermutigen, den Schritt in Richtung Digitalisierung zu gehen. Durch die Förderung und Unterstützung von digitaler Transformation will die Initiative das Fundament für ein Netzwerk zum weiteren Austausch über Digitalisierung in Österreich legen. Neben Organisationen wie WKO, Industriellenvereinigung oder Handelsverband unterstützen u. a. Unternehmen wie etwa A1, Strabag, Kapsch, RHIMagnesita, Bäckerei Ströck, Energie Steiermark, die ÖBB sowie auch die Ausbildungsinitiative des BMDW fit4internet die Initiative. ■



NACHWUCHS FÜR DIE IT

Österreichweit fehlen rund 24.000 IT-Mitarbeiter, allein 6.000 in Wien. Die Berufsgruppe der Wiener IT-Dienstleister geht bei der Rekrutierung von Nachwuchs daher auch unkonventionelle Wege. Sie hat eine neue Website erstellt (www.it-ausbildung.wien), auf der sie die ganze Bandbreite an IT-Ausbildungen aufzeigt: angefangen von IT-Lehre und HTL über Fachhochschule und Universität bis hin zu Kursen und Workshops im zweiten Bildungsweg. Die Basisversion ist bereits online, im Lauf des Jahres werden noch zahlreiche Erweiterungen folgen. Ing. Rüdiger Linhart, B.A. M.A., Berufsgruppensprecher der IT-Dienstleister in Wien (*Bild*), möchte nicht nur das breite Bildungsangebot ins Zentrum stellen, sondern auch die vielfältigen Betätigungsfelder: „Wir benötigen in der IT nicht nur logisch-analytisch denkende Persönlichkeiten, sondern je nach Einsatzgebiet auch kommunikative Menschen, die unseren Kunden die komplexe Materie einfach vermitteln können.“ ■

Fotos: KnowledgeFox (1), Codeversity/Heise (2), Microsoft (3), Ruediger Linhart (4)



1

BRANCHENLÖSUNGEN AUS DER CLOUD

T-Systems hat 2021 die Zusammenarbeit mit Google Cloud weiter ausgebaut. Gemeinsam wollen die Partner Innovationen mit Ende-zu-Ende-Lösungen für Kunden in Schlüsselindustrien entwickeln. Das sind zunächst der öffentliche Sektor, das Gesundheitswesen, die Automobilindustrie und der öffentliche Verkehr. Google bringt Technologie- und Branchenlösungen ein, T-Systems die Präsenz vor Ort und das Verständnis der Kundenbedürfnisse in strategischen Schwerpunktbereichen. T-Systems wurde außerdem von Google Cloud als ein Managed Service Provider zertifiziert: Kunden profitieren dadurch von einer breiten Palette skalierbarer und unmittelbar einsatzbereiter Lösungen, die ihren Weg in die Cloud und ihre digitale Transformation insgesamt beschleunigen. ■

UNFÄLLE MINIMIEREN

Arbeitssicherheit spielt in der österreichischen Betonfertigteilindustrie eine immer bedeutendere Rolle. Der Verband Österreichischer Beton- und Fertigteilwerke (VÖB) stützt sich auch auf Digitalisierung, um einheitliche Sicherheitsstandards für die gesamte Branche zu etablieren. So wird seit Kurzem in ausgewählten Werken eine spezielle Arbeitssicherheitssoftware (Safe.PRO) angewendet. Diese ist cloudbasiert, wird als Software as a Service angeboten und verursacht dadurch keine Anschaffungskosten für Hardware oder Software. Ihr Kernfeature ist die Etablierung eines dokumentierten, wirksamen Kontrollsystems im Unternehmen. Durch die rechtzeitige Identifizierung und rasche Meldung wird es möglich sein, konkrete Unfälle in den Unternehmen effektiv zu minimieren. ■



2

FINAPI SCHAFFT WIN-WIN-SITUATION

Wenn Steuerberater bisher für ihre Mandanten die Bankauszugsdaten einlesen wollen, dann brauchen sie (vor allem einen lesenden) Zugang zu deren Bankkonten. Das war bisher durch einen zusätzlichen Verfüger im Telebanking oder einen aufwendig einzurichtenden sogenannten EBICS-Bankzugang möglich. Die EU-Richtlinie PSD2 ermöglicht jetzt, ergänzend zum Telebanking, auch einen einfachen, aber dennoch sicheren Zugriff für Steuerberater und Mandant. Die österreichischen Banken setzen bei der Umsetzung der PSD2 auf den gemeinsamen Standard XS2A, der es erlaubt, über API spezielle Online-



banking-Angebote zu realisieren. Mit der Integration von finAPI hat BMD nun eine Möglichkeit für einen direkten Bankzugang geschaffen, der die Vorteile der modernsten Anbindung ausspielt – vor allem in Verbindung mit der Mandantenplattform BMD Com oder der App „My BMD Com“. Mag. Wolfgang Foißner (*Bild*), Verkaufsleiter BMD: „Der Partner von BMD, die finAPI GmbH, hat sich darauf spezialisiert, diese Schnittstelle zu programmieren, und bietet sie Herstellern von Buchhaltungssoftware, ERP-Lösungen oder Webshops an.“ ■

Sophos stoppt Ransomware.



1

WIENER KI UNTER DEN WELTWEITEN TOP 5

Der österreichische KI-Spezialist Deepsearch – 2010 von CEO Roland Fleischhacker (*Bild*) gemeinsam mit Reinhard Pötz (CTO) gegründet – setzt dort an, wo Chatbots die Erwartungen nicht erfüllen: bei der sinnvollen Unterstützung von Callcenter-Agents und Helpdesk-Mitarbeiter:innen durch KI. Mit dem Produkt „Deep Assist“ wird jede Art von Text aus jedem Kommunikationskanal verarbeitet, und relevante Informationen werden extrahiert. Kunden sind im deutschsprachigen Raum z. B. Wiener Wohnen oder „Die Netzwerkpartner“, ein Zusammenschluss deutscher Energieversorger. IT-Marktforscher Gartner hat „Deep Assist“ in seinem Report „Gartner Cool Vendor 2021“ nun unter die fünf weltweit besten Technologien im Bereich Natural Language Technologies eingestuft. ■

20 JAHRE NTS IN WIEN

Der Wiener Standort des IT-Dienstleisters NTS feierte Jubiläum. Seit 2001 zählt er zu den wichtigsten Niederlassungen in Österreich und darüber hinaus. NTS Wien ist im Viertel Zwei beheimatet. Von hier aus gestalten, installieren und betreuen rund 100 Mitarbeiter:innen IT-Lösungen und Services für internationale Businesskunden. Alexander Albler, NTS-Gründer und CEO (*Bild*): „Der Standort in Wien ist ein extrem wichtiger Baustein unserer Erfolgsgeschichte der vergangenen 20 Jahre. Wir sind sehr stolz auf viele erreichte Meilensteine, die das Wiener Team setzen konnte und die zum Erfolg von NTS maßgeblich beigetragen haben. Gemeinsam mit unseren Herstellerpartnern freuen wir uns daher auf die nächsten 20 Jahre und viele weitere spannende Projekte.“ ■



2

WELTMEISTERIN VERSTÄRKT HUAWEI

Die Programmiererin Valeria Ryabchikova, World Champion im IT-Wettbewerb „Olympiade“, startet ihre Karriere als Senior Engineer bei Huawei. Gemeinsam mit zwei Teamkollegen konnte das ICT-Nachwuchstalent den 44. International Collegiate Programming Contest (ICPC) für sich entscheiden. Im Jahr 2021 nahmen am ICPC, dem weltweit renommiertesten Wettbewerb für algorithmisches Programmieren, insgesamt 118 Teams aus der ganzen Welt teil. Ryabchikova wird sich im Huawei-Forschungszentrum in Nischni Nowgorod, Russland, mit Beschleunigungstechnologien für intelligente Computeranwendungen beschäftigen. Zuvor schloss die junge Absolventin ihr Studium am Institut für Informationstechnologie, Mathematik und Mechanik an der Universität von Nischni Nowgorod ab. Von Beginn an unterstützte Huawei den ICPC-Wettbewerb und hat so seinen Beitrag zu dessen Erfolg geleistet. „Wir sind der festen Überzeugung, dass wir durch internationale Wettbewerbe ein innovatives und attraktives Umfeld für junge Programmertalente schaffen“, meint Harvey Zhang, CEO von Huawei Österreich. ■



RED HAT SIEHT ROTH

Werner Knoblich, Senior Vice President and General Manager für die Region EMEA, hat Red Hat Ende 2021 verlassen. Hans Roth (*Bild*), seit 2016 im Unternehmen und bislang Senior Vice President und General Manager Global Services sowie Technical Enablement bei Red Hat, tritt seine Nachfolge an. Roth leitete die globale Organisationseinheit für Consulting- und Training-Services bei Red Hat, davor war

er für das Services-Geschäft in EMEA zuständig. Während seiner zwei Jahrzehnte in der IT-Branche war er in leitender Position in den Bereichen Business-Process-Management, IT-Strategie, Systemintegration und strategisches Outsourcing tätig. Roth wird sich auf die Entwicklung und Umsetzung der Geschäftsstrategie von Red Hat in EMEA konzentrieren. Schwerpunkte sind dabei u. a. Enterprise und Channel-Sales, Professional Service, Telekommunikation, Media und Entertainment, Consulting- und Training-Services sowie Funktionen in Abteilungen von Marketing, HR und Legal. ■

Fotos: Deepsearch (1), Clemens Schmiedbauer (2), ICPC/Huawei (3), Red Hat (4)



„ALTER BEKANNTER“ KOMMT ZURÜCK

Die InfraSoft Datenservice Ges.m.b.H., ein nach ISO9001:2015 zertifiziertes Personalienstleistungsunternehmen, spezialisiert auf Informationstechnologie und Mitglied im Verband Österreichischer Software Industrie, begrüßte mit Jänner 2022 einen „alten Bekannten“ im Team. Ewald Rotter übernahm die Funktion des Business Development Executive. Er war bereits ab 2013 für sechs Jahre bei dem Unternehmen, zuletzt unter anderem als Chief Financial Officer. Rotter (*Bild*) kennt die InfraSoft-Kunden und -Mitarbeiter:innen sehr gut und kann so die Kontinuität in der Betreuung und Zusammenarbeit gewährleisten. Er bringt langjährige Erfahrung in der IT-Branche mit, von der er einen nicht unbeträchtlichen Teil bei der IBM und deren Tochterunternehmen verbracht hat. ■

JUNGES SALES-START-UP

Der 19-jährigen Gründerin Viktoria Izdebska wurde das Unternehmertum bereits in die Wiege gelegt: Ihre Eltern sind Damian Izdebski und Aleksandra Izdebska, die Gründer der Handelskette DiTech, die seit 2014 zur e-tec Unternehmensgruppe gehört. Bereits mit 17 Jahren machte sie mit ihren ersten eigenen Unternehmungen von sich reden. Eine steile Lernkurve und zwei Jahre später gründet sie nun die



Advanced Sales Technologies GmbH, ein Start-up, das disruptive Technologien für den Vertrieb entwickelt. Das erste Tool heißt Salesy. Salesy scannt das Web im Zielmarkt des Anwenders nach B2B-Kunden, die relevante Ereignisse, die einen Vertriebsabschluss besonders wahrscheinlich machen – sogenannte Trigger-Events – auf Unternehmensebene aufweisen. Als Mitstreiter hat Izdebska den Start-up-Unternehmer und Vertriebsprofi Benjamin Ruschin (Gründer von WeAreDevelopers und CEO der Code Capital Holding; *im Bild links*) für sich gewinnen können. Ebenso wurde der Finanzexperte Roman Schweitzer (*im Bild rechts*), Gründer und CEO der Schweitzer + Partner SteuerberatungsgmbH, als Investor und Finanzberater ins Team geholt. Salesy (www.salesy.at) launcht im April 2022 in der Beta-Phase. ■



Synesgy

The sustainability network.

ESG PLATTFORM MEHR TRANSPARENZ BEI ESG-KRITERIEN

Nachhaltigkeit ist der große Gamechanger unserer Zeit. Wie wir in Zukunft ökologisch und sozial nachhaltig wirtschaften ändert sich. Die ESG Tansparency Plattform von CRIF ist die erste weltweite Lösung, die nachhaltiges Wirtschaften transparent und messbar macht. Sie ermöglicht einfach ESG Kriterien von Unternehmen zu erfassen, messbar zu machen und mit dem ESG-Zertifikat zu bestätigen. Dies entspricht den regelkonformen Standards, die Unternehmen erfüllen müssen. Die einfache Lösung für mehr Nachhaltigkeit.



www.synesgy.com


Together to the next level

PÖTTINGER VERTRAUT RITTAL ZWEI RECHENZENTREN AN

Schon 2015 hat die PÖTTINGER Landtechnik GmbH erfolgreich mit Rittal ihr neues Rechenzentrum inklusive einer Freecooling-Lösung umgesetzt. Jetzt wurde das lang geplante Backup-Rechenzentrum wieder mit Rittal realisiert. Neben Racks, Stromverteilung und USV ist auch die Rack-Klimatisierung LCP DX dabei. Diese ist ideal für kleine und mittlere IT-Anwendungen.

Die Farben Rot und Gelb dominieren bei der PÖTTINGER Landtechnik GmbH, und dennoch geht es ums Grün. Und das nicht nur, weil das Unternehmen Geräte und Maschinen für die Landwirtschaft produziert, sondern weil



Die drei eingesetzten LCP-DX-Geräte mit jeweils 12 kW saugen die Luft hinten seitlich ab und blasen sie gekühlt seitlich in den vorderen Teil des Serverschranks zurück.

man sich schon seit Jahren mit den Themen Nachhaltigkeit und Energieeffizienz auseinandersetzt. 2015 hat auch die IT in diesem Bereich Akzente gesetzt. Da wurde in Zusammenarbeit mit Rittal eine Freecooling-Lösung im Rechenzentrum in der Zentrale im oberösterreichischen Grieskirchen umgesetzt. Im Mai 2021 wurde nun das Backup-Rechenzentrum am Standort in Taufkirchen fertiggestellt. Wieder mit dabei: Rittal und seine Kühlösung LCP DX.

WENN DIE IT IN DIE PRODUKTION KOMMT

Vor 150 Jahren wurde PÖTTINGER gegründet. Das Unternehmen produziert Geräte für die Grünlandbewirtschaftung und den Ackerbau. Die IT mischt in der Produktion schon längst mit. Allerdings ist das Zusammenspiel zwischen IT und OT (Operational Technology) immer wieder eine große Herausforderung, wie DI Gerhard Wagner, Bereichsleiter IT, weiß: „Die OT hat den Fokus auf der Produktion. Es müssen Produkte hergestellt werden. Themen wie Informationssicherheit oder Konnektivität kommen erst weiter hinten.“ Da wäre es nötig, Bewusstsein zu schaffen. Und das gehe nur mit jahrelanger Meinungsbildung, die nun ihre Früchte trägt. „Mittlerweile werden wir beim Kauf neuer Maschinen im Vorfeld eingebunden“, freut sich Ing. Benedikt Hartl, Abteilungsleiter IT-Systemadministration.



Die Wärmeenergie aus den Racks wird von zwei vor dem Raum aufgestellten externen Verflüssigern an die Umgebung abgegeben. Das bedeutet: kein Aufheizen des Backup-Zentrums.

Dass die IT näher an die Produktion rückt, macht dezentrale Infrastrukturen nötig. Treiber sind etwa moderne Industrie-4.0-Anwendungen: Durch die dort installierte Fertigungsautomatisierung müssen sehr viele Sensordaten in Echtzeit direkt vor Ort verarbeitet werden. Die Datenübertragung an ein zentrales Rechenzentrum würde eine Echtzeitverarbeitung verzögern und Netzwerke sowie Bestandssysteme überlasten. Wer also künftig IoT-Infrastrukturen betreiben möchte, sollte frühzeitig auch die benötigte Serverleistung bereitstellen, damit Anwendungen die volle Netzkapazität nutzen können. Dabei kommen Edge-Rechenzentren zum Einsatz. Mit ihnen gelingt der rasche und dezentrale Aufbau von IT-Infrastruktu-



DI Gerhard Wagner, Bereichsleiter IT, und Benedikt Hartl, Abteilungsleiter IT-Systemadministration, freuen sich über das neue Rechenzentrum.

ren, um beispielsweise entfernte Produktionsstandorte punktuell mit mehr Rechenleistung zu versorgen. Rittal beschäftigt sich schon seit Langem mit Edge-Datencentern. Dabei handelt es sich konkret um schlüsselfertige IT-Umgebungen, die als Rack- oder komplette Container-Lösung modular und skalierbar aufgebaut sind. Durch die Erweiterungsmöglichkeiten sind die Lösungen für Unternehmen aller Größen geeignet. Da Komponenten für Kühlung, Energieversorgung, Monitoring und Sicherheit vorinstalliert und aufeinander abgestimmt sind, gelingt der Aufbau einer Edge-Umgebung innerhalb kurzer Zeit.

Zusätzlich wandern weiterhin zahlreiche Aufgaben in die Cloud. Hier zeichnet sich

allerdings ein Trend zu Services und Dienstleistungen ab. „Bei PÖTTINGER setzen wir speziell bei den Schnittstellen mit unseren Stakeholdern auf die Cloud, etwa bei Lieferanten- oder Kundenportalen. Denn wir glauben, dass für uns eine hybride Version mit Cloud- und On-Premise-Lösungen die beste Variante ist. Wir setzen die Cloud dort ein, wo sie für uns sinnvoll ist, also wo es um Big-Data-Analysen und die entsprechenden Kapazitäten geht“, sagt Gerhard Wagner.

100 PROZENT FREECOOLING

Im Rahmen des Unternehmensprojekts „Arbeitswelt 2015“ wurde das alte PÖTTINGER-Rechenzentrum in Sachen Energieeffizienz umgerüstet. Zum Einsatz kam ein im Freien aufgestellter Chiller, der die Umgebungstemperatur zur Kühlung des Kühlmediums der verwendeten Rittal LCPs nützt. Im Alpenraum ist diese Variante sehr effizient. Denn hier liegt die durchschnittliche Jahrestemperatur bei ca. 9°C. Das bedeutet, man kann rund die Hälfte des Jahres die freie Kühlung verwenden. „Im Winter nützen wir das Freecooling zu 100 Prozent, nur in den heißen Sommermonaten läuft hin und wieder der Kompressor“, freut sich



Zur Überwachung der verschiedenen Sensoren in den Racks kommt das CMC III zum Einsatz.

Benedikt Hartl. Um Energieeffizienz ging es auch beim neuen Backup-Rechenzentrum in Taufkirchen. Dieses befindet sich im Ersatzteil-Logistikcenter des Unternehmens, und es ist der richtige Ort für die Errichtung des Ausfallsrechenzentrums. Aufgrund der dort schon benötigten Netzwerkinfrastruktur gab es bereits den Raum für die Aufstellung der neuen Racks. Zu den vorhandenen zwei TS-IT-Racks kamen noch drei weitere mit jeweils drei LCP-DX-Geräten mit 12 kW Leistung dazu, die sich ideal für die Kühlung von kleinen und mittleren IT-Anwendungen eignen. Das LCP saugt die Luft seitlich an der Rückseite der Serverschränke ab, kühlt diese über Hochleistungs-Kompaktregister ab und bläst die abgekühlte Luft wieder seitlich in den vorderen Teil des Serverschranks. Die aufgenommene Wärmeenergie wird am Standort von zwei vor dem Raum aufgestellten externen Verflüssigern an die Umgebung abgegeben. Das bedeutet: kein Aufheizen des Backup-Zentrums. Ergänzt wird das Equipment durch eine Rittal-Stromverteilung, eine USV sowie eine Löschanlage. „Den bereits vorhandenen Doppelboden verwenden wir im Grunde nicht für die Klimatisierung, sondern nur als ‚luxuriösen‘ Kabelkanal. Wir wollten die Netzkabel von den Kälte- und Stromleitungen trennen, die im Doppelboden untergebracht sind“, erklärt Benedikt Hartl.

KÜNFTIG ÜBER 70 KW WÄRMEABFUHR PRO RACK

Wasser im Schrank gehört zu den größten Alpträumen der IT-Welt. Schon vor 20 Jahren, als die flüssigkeitsgekühlten Systeme in den Rechenzentren Einzug gehalten haben, waren die Bedenken groß. Aber die Vorteile, die sich in Sachen Energieeffizienz durch die rackbasierte Klimatisierung ergeben haben, sowie die Sicherheit der Systeme



me haben mittlerweile sämtliche Skeptiker überzeugt. Nun geht man einen Schritt tiefer ins Rack – in die Prozessorebene direkt zur Chipkühlung. „Rittal ist an vorderster Front dabei“, erklärt Manfred Wurzinger, Senior Key Account IT-Infrastruktur bei Rittal Österreich. Anfang 2020 haben Rittal und ZutaCore, Experte für Prozessor- und Flüssigkeitskühlung, eine strategische Partnerschaft für High Performance Direct Chip Cooling-Lösungen geschlossen. Das wasserlose Zwei-Phasen-Flüssigkeitskühl-System von Rittal und ZutaCore sorgt für eine bislang unerreichte Wärmeabfuhr – aktuell über 55 kW pro Rack, künftig bis 70 kW und mehr pro Rack. Es nutzt latente Energie bei der Verdampfung von Kühlmittel bei voller Rack-Auslastung. Dadurch brauchen Kunden bis zu 20 Prozent weniger Rechenzentrumsfläche bei gleichbleibender Leistung. Server Hotspots werden eliminiert, da das System exakt dort kühlt, wo Hotspots auftreten. Das Risiko von IT-Ausfällen sinkt.

NEVER CHANGE A WINNING TEAM

Vor gut sechs Jahren haben die ersten Überlegungen und Planungen für das Backup-Rechenzentrum in Taufkirchen begonnen. Die Konzepte und Ausschreibungen waren schon im Gange und konnten dann lange nicht umgesetzt werden. „Corona und den damit verbundenen staatlichen Förderungen sei Dank, konnten wir nun endlich unser dringend notwendiges Backup-Rechenzentrum umsetzen“, erzählt Wagner und ergänzt: „Denn was passiert, wenn die IT steht, mag ich mir gar nicht ausmalen. Ohne IT produziert man keine Landmaschinen. Der Image- und der wirtschaftliche Schaden wären im Fall des Falles nicht auszudenken. Auch wenn wir bislang mit Redundanzen abgesichert waren: So ist es doch besser.“ Die Zusammenarbeit mit Rittal beschreibt er als gewohnt sorglos. „Bei einer langjährigen Zusammenarbeit kennt man einander. Rittal weiß, was wir wollen, und wir wissen, was wir von Rittal bekommen“, schließt Gerhard Wagner. ■



RITTAL GmbH
Laxenburger Straße 246a
1230 Wien
Tel.: +43/5/99 40-0
info@rittal.at
www.rittal.at

HOT ODER SCHROTT?

Alle Jahre wieder kommen nicht nur der Weihnachtsmann und das Christkind, sondern ungefähr zur gleichen Zeit auch die Vorhersagen der Berater, Marktforscher und -versther zu den kommenden IT-Trends. Zwar ist kaum etwas trüber als eine Kristallkugel, in der man die Zukunft erkennen will, trotzdem erlauben es diese Schätzungen, eine ungefähre Richtung der Entwicklungen zu erahnen.



Foto: Adobe Stock/Idilia



1

In den „Tech Trends 2022“ des Beratungsunternehmens Deloitte stehen zum Beispiel die Themen Datenkollaboration, unternehmensweit eingesetzte Cloud-Lösungen, Blockchain-Technologie sowie künstliche Intelligenz im Bereich Cybersecurity auf der Liste. Viele der Schlussfolgerungen basieren zumindest teilweise auf den Ereignissen der vergangenen zwei Jahre, die der Digitalisierung Aufwind verliehen haben. So würden Abläufe, die früher ein Jahr oder länger dauerten, heute in wenigen Monaten realisiert. „Unternehmen werden immer agiler, um Herausforderungen wie Fachkräftemangel, Lieferschwierigkeiten oder fehlende Planbarkeit zu bewältigen. Dabei setzen sie auf technologische Lösungen – dadurch werden sie wettbewerbsfähiger und resilienter für immer neue Veränderungen“,



2

„Unternehmen werden immer agiler, um Herausforderungen wie Fachkräftemangel, Lieferschwierigkeiten oder fehlende Planbarkeit zu bewältigen.“

Bernhard Göbl, Partner bei Deloitte Österreich



erklärt Bernhard Göbl, Partner bei Deloitte Österreich.

DATEN, DATEN, NICHTS ALS DATEN

So soll 2022 etwa das Thema Datenkollaborationen – das sichere Teilen von Daten zwischen Partnerorganisationen – an Bedeutung gewinnen. Unternehmen wird hiermit ermöglicht, umfassendere Daten zu analysieren und in weiterer Folge daraus neue Erkenntnisse für die Weiterentwicklung des eigenen Geschäfts zu ziehen. „Der Datenaustausch zwischen Unternehmen muss nach aktuellen Verschlüsselungsstandards erfolgen. Bei der Analyse der Daten können künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen (ML) effektiv unterstützen“, betont Göbl.

Etwas, das auf keiner Liste dieser Art fehlen darf, ist der Dauerbrenner Cloud. So findet sich die digitale Wolke auch in den aktuellen Deloitte-„Tech Trends“. Laut dem Report ermöglicht Cloud-Computing modulare Lösungen für einzelne Industrie- und Geschäftszweige, die Unternehmen bei strategischen und technischen Anforderungen entlasten können – so weit, so bekannt. „Dadurch entsteht eine Verzahnung zwischen IT-Abläufen und strategischen Prozessen. Diese Synergie kann für die Unternehmen einen echten Wettbewerbsvorteil darstellen“, analysiert Bernhard Göbl.

BREITERE VERWENDUNG DER BLOCKCHAIN

Unternehmen würden zudem immer mehr die breiten Anwendungsbereiche für die Blockchain-

Fotos: Van Wong/Pixabay (1), Deloitte/feelimage (2)



Technologie jenseits von Kryptowährungen erkennen. Bei der Datenkollaboration zwischen Unternehmen sowie bei digitalen Assets wie Non-Fungible Tokens (NFTs) spielt sie bereits eine maßgebliche Rolle. „Auf Basis der Blockchain können viele neue Geschäftsmodelle und Produkte entwickelt werden“, so Bernhard Göbl. „Dieser Markt wird sich im neuen Jahr auch in Österreich stark weiterentwickeln.“

Deloitte empfiehlt Unternehmen weiters die Analyse von sich häufig wiederholenden Prozes-

sen, um die Effizienz von IT-Backoffices langfristig sicherzustellen. Aus einer Kombination von Prozessoptimierung, Automatisierung und Self-Service können nachhaltige Lösungen für Unternehmen entwickelt werden. „Gerade neue Generationen von Infrastruktur- und Applikationssystemen nutzen maschinelles Lernen, um mögliche Verbesserungen aufzuzeigen oder direkt durchzuführen. Dadurch können IT-Backoffices komplexe Systeme rascher verwalten – das führt wiederum zu einer verbesserten Customer-Journey.“

„Die Zahl der Cyberangriffe erreichte gegen Ende des Jahres ihren Höhepunkt, was vor allem auf die Versuche zurückzuführen ist, die Sicherheitslücke Log4J auszunutzen.“

Omer Dembinsky, Data Research Manager bei Check Point

VERSTÄRKTE CYBERSECURITY DURCH KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Die Anzahl und Komplexität von Cyberangriffen nimmt weiter zu, daher bleibt IT-Sicherheit auch 2022 ein ausgesprochen wichtiges Thema. Eine Zunahme an Connected Devices sowie der anhal-



2

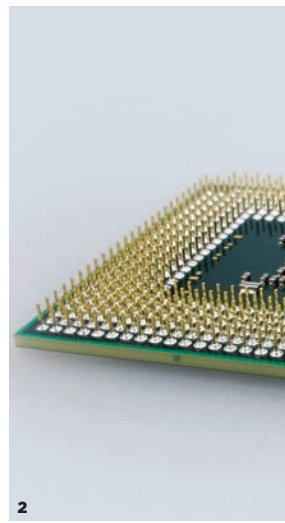
tende Trend hin zu Remote Working bieten Cyberkriminellen eine große Angriffsfläche. Wie etwa die Sicherheitsforscher von Check Point Research festgestellt haben, nahm die Zahl von Angriffen auf Firmennetzwerke überall zu – in Österreich sogar um 117 Prozent und damit fast doppelt so stark wie in Deutschland oder der Schweiz. Omer Dembinsky, Data Research Manager bei Check Point, erklärt dazu: „Die Zahl der Cyberangriffe erreichte gegen Ende des Jahres ihren Höhepunkt, was vor allem auf die Versuche zurückzuführen ist, die Sicherheitslücke Log4J auszunutzen. Neue Penetrationstechniken und Umgehungsmethoden haben es Hackern sehr viel leichter gemacht, bössartige Absichten zu verwirklichen. Besonders beunruhigend ist, dass einige wichtige gesellschaftliche Branchen auf der Liste der am häufigsten angegriffenen Bereiche weit oben stehen. Das Bildungswesen, die Behör-

den und das Gesundheitswesen haben es in die Top fünf weltweit geschafft. Ich gehe davon aus, dass all diese Zahlen 2022 steigen werden, da Hacker neue Methoden zur Durchführung von Attacken, insbesondere Ransomware-Angriffen, suchen werden.“

Dagegen muss natürlich etwas getan werden. Es gilt, Vorbereitungen zu treffen. Laut der Deloitte-Studie werden Unternehmen zukünftig auch in diesem Feld auf künstliche Intelligenz zurückgreifen, um Cyberangriffe früher zu erkennen und schneller darauf zu reagieren. „Die Cyber-KI stellt im Bereich der IT-Sicherheit eine wesentliche Unterstützung dar. Unternehmen können sie sich zunutze machen und sich damit nachhaltig vor gefährlichen Cyberattacken schützen“, erklärt Göbl von Deloitte.

Mit der steigenden Zahl von Connected Devices wächst auch der Aufgabenbereich der IT. CIOs

Fotos: Eichinator/Pixabay (1), Gerd Altmann/Pixabay (2)



müssen sich Gedanken machen, wie sie beispielsweise Drohnen, Smart Glasses, Smart Watches oder weitere Connected Devices sicher in tägliche Unternehmensabläufe einbinden können. „Die IT-Abteilungen müssen heute den Spagat zwischen dem Erhalt der etablierten Infrastruktur und der Integration neuer Devices schaffen. Nur wenn die neuen Technologien sinnvoll mit den bestehenden Systemen verbunden werden können, entsteht auch ein spürbarer Mehrwert“, fügt er hinzu.

KI AN DER LEINE

Apropos künstliche Intelligenz: Einer anderen Deloitte-Studie zufolge – den „TMT Predictions“ – kann damit gerechnet werden, dass dieses Jahr verstärkt über eine gezieltere Regulierung von KI diskutiert wird. Konkrete Maßnahmen dazu werden jedoch wohl erst 2023 oder später

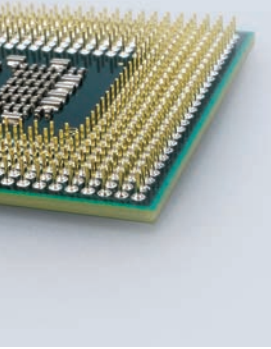
ergriffen werden. „Es geht nicht um das Ob, sondern das Wie: Regulierungen von KI kommen bestimmt, die Frage ist nur, wie sie ausgestaltet sind. Einige Länder könnten sogar die Entscheidung treffen, ganze Teilbereiche wie die Gesichtserkennung im öffentlichen Raum oder Social Scoring gänzlich zu verbieten“, erklärt Nikola Süssl, Partner bei Deloitte Österreich.

Damit, wie mit KI umzugehen ist bzw. umgegangen werden wird, beschäftigt sich auch Liz Centoni, Executive Vice President & Chief Strategy Officer sowie General Manager, Applications von Cisco in ihren „Fünf Vorhersagen für eine digitale Zukunft“. Die Herausforderung bestünde darin, bei der Nutzung von Daten zur Gewinnung von Erkenntnissen Fragen des Eigentums, der Souveränität, des Datenschutzes und der Einhaltung von Compliance-Vorschriften zu berücksichtigen. „Und wenn die KI inhä-



„Daraus ergibt sich die Notwendigkeit einer ethischen, verantwortungsvollen und erklärbaren KI.“

Liz Centoni, Executive VP & Chief Strategy Officer sowie General Manager, Applications von Cisco



Datenflut, Datengravitation & der Bedarf an vorausschauenden Erkenntnissen

machen den Edge zu einem **neuen Anwendungs- und Erfahrungsparadigma**.

Vorausschauende & nahtlose Bereitstellung drahtloser Internetzugänge

lassen das **Metaverse** wahr werden und machen den **Zugang zu Technologie und Innovation allgegenwärtig**.

Neues Mindset in der App-Entwicklung

Die Zukunft der Innovation und des Business schöpft aus der **Kraft der Daten** in einer App-zentrierten Welt.

5 Vorhersagen für eine digitale Zukunft

Ethische, verantwortungsvolle & erklärbare KI

wird für Organisationen und Regierungen auf der ganzen Welt zur **obersten Priorität**.

Neuerfindung des Internets

Quantennetworking könnte eine neue Art von sicherer Verbindung zwischen digitalen Geräten ermöglichen, **unan- greifbar für Hackerinnen**.



3

rent voreingenommen ist, dann sind entsprechend auch ihre Erkenntnisse fehlerhaft. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit einer ethischen, verantwortungsvollen und erklärbaren KI. Sie muss in allen Aspekten des KI-Lebenszyklus transparent sein, damit jeder, der das System nutzt, versteht, wie die Erkenntnisse zustande gekommen sind. Transparenz, integratives Design und vielfältige Teams sind erforderlich, um künftig alle Menschen besser zu repräsentieren“, schreibt Centoni.

Diese Forderung ist nicht neu. Zu oft werden KI-Systeme als „Blackbox“ konzipiert, bei denen man nicht völlig versteht, was in ihrem Inneren mit den Daten passiert und wie Entscheidungen zustande kommen. Das ist Gift für das Vertrauen in die digitalen Entscheidungsträger. Außerdem gilt auch hier wie bei allen anderen Systemen ein fundamentales Prinzip: „Shit in, Shit out.“ Füttert man die Maschine mit Mist, kann am anderen Ende einfach kein Kaviar herauskommen.

EIN QUANTUM IST AUCH KEIN TROST

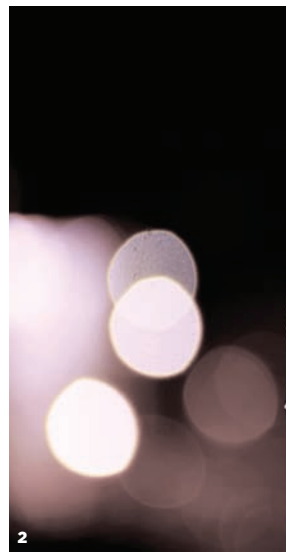
Eine weitere Überschneidung in den Aufzählungen von Deloitte und Cisco findet sich beim Thema Quanten. In den letzten Monaten hätte es bei der Entwicklung von Quantencomputern

spürbare Fortschritte gegeben. Wie verschiedene Studienergebnisse zeigen, werden sie aber auch im kommenden Jahr voraussichtlich noch nicht für die breite Masse anwendbar sein: Weniger als ein Dutzend Unternehmen weltweit werden täglich mit Quantencomputern arbeiten, schätzt Deloitte. Der Stellenwert von Quantum Computing werde aber stetig steigen.

„Viele der Aufgaben, die Quantencomputer derzeit ausführen, können zu einem Bruchteil der Kosten auf einem Standard-Laptop gelöst werden. Die aktuellen Quantencomputer sind noch nicht leistungsstark genug, um auf Probleme zu reagieren, an denen ein herkömmlicher Computer scheitert“, so Deloitte-Partner Süssl. „Das kann sich aber schnell ändern – die breitenwirksame Relevanz von Quantencomputern wird in den nächsten fünf Jahren stark zunehmen.“ Hier springen auch manche IT-Hersteller in die Bresche, indem sie Prinzipien von Quantencomputern auf herkömmlicher Hardware simulieren und so eine „Brückentechnologie“ schaffen, die für bestimmte Aufgaben Vorteile bringen.

Liz Centoni von Cisco spricht einen weiteren Anwendungsbereich für Quantentechnologie an: „Quantennetworking könnte eine neue Art von sicherer Verbindung zwischen digitalen Geräten

Fotos: launchpresso/Pixabay (1), Michael Schwarzenberger/Pixabay (2), Cisco (3+4)

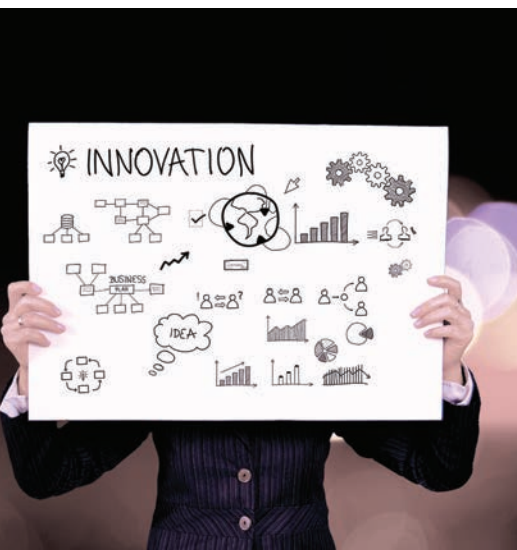


ermöglichen, unangreifbar für Hacker:innen. Dies könnte zu besserem Schutz vor Betrug bei Transaktionen führen und auch die Sprach- und Datenkommunikation vor Störungen und Abhörmaßnahmen schützen.“ Sie stellt fest: „All diese Möglichkeiten würden das Internet, wie wir es heute kennen und nutzen, neu erfinden.“

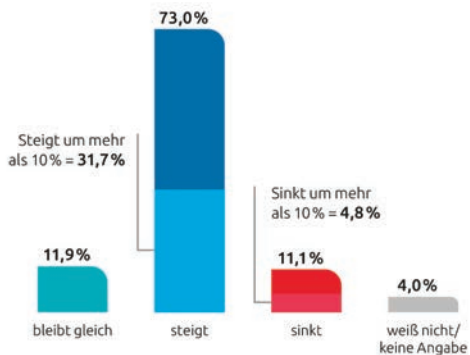
CHIPKRISE: WOHER NEHMEN UND NICHT...

Durch die Covid-19-Krise kam es bereits im Herbst 2020 weltweit zu Lieferengpässen bei Mikroprozessoren. Auch 2021 kämpfte die Halbleiterindustrie mit Lieferschwierigkeiten. Laut den Vorhersagen von Deloitte sieht es für 2022 aber besser aus: Die Nachfrage nach vor allem lokal hergestellten Chips sei zwar unverändert hoch, allerdings werde sich die Lage langsam beruhigen und der Druck am Markt etwas abnehmen. „Während Kunden heuer im Durchschnitt zwischen 20 und 52 Wochen auf Halbleiter aller Art warten und somit Einnahmenverluste hinnehmen mussten, wird sich die Lieferzeit Ende 2022 auf voraussichtlich zehn bis 20 Wochen verkürzen. Anfang 2023 sollte die Branche nach aktuellem Stand wieder im Gleichgewicht sein“, betont Nikola Süssl.

Nicht ganz so optimistisch sieht die Strategieberatung Roland Berger die Lage – zumindest für die derzeit einmal mehr besonders stark gebeutelte Automobilindustrie. In der Studie „Steering through the semiconductor crisis. A sustained structural disruption requires strategic responses by the automotive industry“ stellt sie fest, dass sich die Autobauer, aber auch andere Branchen durchaus länger auf eine Halbleiterknappheit einstellen müssen. Der größte Mangel herrscht bei den Chips der älteren Generationen, die in der Autobranche hauptsächlich eingesetzt werden. Zusätzliche Fertigungskapazitäten werden jedoch vorrangig in neueren Generationen aufgebaut und bringen somit kaum Entlastung. „Die Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage von Halbleitern wird immer größer“, sagt Michael Alexander, Partner bei Roland Berger. „Eine baldige Besserung ist nicht in Sicht. Denn der Engpass hat strukturelle Gründe, die in der aktuellen Ausgestaltung der Lieferketten liegen. Die Knappheit der Chips wird bis in das Jahr 2023 – und wahrscheinlich darüber hinaus – bestehen bleiben. Die angekündigten zusätzlichen Kapazitäten reichen nicht aus, um den Bedarf zu decken.“



Wie wird sich das gesamte IT-Budget 2022 im Vergleich zum Budget 2021 verändern?



Basis: alle Befragten (n = 126)

© Capgemini 2021

3

5G UND WI-FI 6

Drahtlose Kommunikationsstandards sind in den Kristallkugeln der Auguren ebenfalls Dauer Gäste. Die aktuellen Vertreter heißen 5G und Wi-Fi 6. In Österreich nutzt einer von zehn Befragten bereits das Mobilfunknetz 5G. In naher Zukunft wird sich auch der neue WLAN-Standard Wi-Fi 6 insbesondere in Unternehmen etablieren. Laut Prognose wird es 2022 sogar mehr Wi-Fi-6-kompatible Geräte als 5G-Geräte am Markt geben. „Viele neue Smartphones, Tablets und Computer können sich bereits mit der neuesten WLAN-Generation verbinden. Auch Smart Devices wie kabellose Kameras, Spielekonsolen und AR/VR-Headsets sind zunehmend mit Wi-Fi 6 kompatibel“, so der Deloitte-Experte Süssl. „Die neue WLAN-Generation bringt einige Vorteile: Wi-Fi-6-Router schonen den Akku und können bis zu drei geeignete Endgeräte parallel mit Daten versorgen.“

In Sachen 5G ist allerdings festzuhalten, dass in Österreich derzeit noch Netze mit „4G-Altlasten“ – sogenanntes 5G-Non-Stand-alone – vorherrschen. Sein volles Potenzial entfaltet der neue Mobilfunkstandard jedoch erst, wenn die Netze komplett, bis in ihren Kern, auf neuer

Technologie aufsetzen. Das nennt sich dann 5G-Stand-alone und soll sich von diesem Jahr an nach und nach durchsetzen. Noch sind solche Installationen in Österreich nur vereinzelt in Betrieb, überwiegend zu Test- und Forschungszwecken. Doch das soll sich ändern. So ist 5G-Hardware aufseiten der Endgeräte mittlerweile auch in der unteren Mittelklasse zu vernünftigen Preisen zu haben.

Wie das Vergleichsportal tarife.at festgestellt hat, verfügen von den 1.511 seit 2020 neu auf Geizhals gelisteten Handys 609 über ein 5G-Modem. Die Preise liegen zwischen 177 und 3.349 Euro. Im Gegensatz dazu bewegen sich die dazugehörigen 5G-Tarife zwischen 16,62 und 149,90 Euro pro Monat. Es ist anzunehmen, dass sich die realen und virtuellen Mobilfunkanbieter nach und nach auch bei den Tarifen einen Preiskampf liefern werden, der zumindest hierzulande in den meisten Fällen schon beinahe traditionell zugunsten der Kunden ausgeht. „Wir rechnen damit, dass 2022 weitere Discounter erste 5G-Tarife anbieten werden. Preislich vermutlich noch etwas über den aktuellen LTE-Tarifen, aber innerhalb einer Spanne von 15 bis 25 Euro im Monat“, so Maximilian Schirmer, Geschäftsführer tarife.at.

Fotos: mohamed Hassan/Pixabay (1), Michal Jarmoluk/Pixabay (2), Capgemini (3)



Und im industriellen Kontext bzw. für große innerbetriebliche Lösungen kommen sowieso eigentlich nur eigene Netze – 5G-Campus-Lösungen – infrage, die von den öffentlichen Netzwerken abgetrennt sind. Hierbei bekommen die Unternehmen ihr eigenes Stück vom Frequenzkuchen und sind dann der Herr im eigenen Mobilfunkhaus. Für Trends wie das Industrial Internet of Things, Smart Factory oder Industrie 4.0 bilden diese Netze die Grundlage für einige absehbare und wahrscheinlich unzählige noch nicht antizipierte Innovationen. Wobei Letztere oft den größeren Impact haben.

MEHR GELD FÜR IT

Die Ausgaben für IT werden jedenfalls generell steigen. Der IT-Trends-Studie von Capgemini zufolge, die dafür 195 IT- und Fachverantwortliche von Großunternehmen und Behörden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt hat, wollen fast drei Viertel der Unternehmen mehr Geld für IT in die Hand nehmen. Die zusätzlichen Investitionen fließen aber nicht vornehmlich in Neuentwicklungen, sondern in Modernisierungen bestehender Systemlandschaften.

„IT spielt bei den Expansionsplänen vieler Organisationen eine entscheidende Rolle, das zeigen

die hohen Investitionen in diesem Bereich. Digitalisierung und der Einsatz intelligenter Systeme sollen nicht nur Wettbewerbsvorteile generieren. Sie tragen außerdem dazu bei, die Treibhausgasemissionen zu reduzieren und gleichzeitig den demografischen Wandel und den Fachkräftemangel abzufedern, indem etwa Mitarbeiter von Routineaufgaben entlastet werden“, kommentiert Bernd Bugelnig, Country Manager von Capgemini in Österreich, diesen Trend.

Finanziert würden IT-Innovationen inzwischen fast genauso häufig von der Business- wie von der IT-Seite, steht bei Capgemini zu lesen. Das zeigt zum einen, dass das Kerngeschäft vieler Unternehmen mittlerweile auf IT fußt. Zum anderen stufen Business-Entscheider die IT als Wettbewerbsfaktor ein und initiieren deutlich mehr Digitalprojekte als früher. Bei den gemeinsamen IT-Vorhaben arbeiten die Bereiche Business- und IT allerdings nur in etwa jeder zehnten Organisation auf Augenhöhe zusammen. Bei allen anderen gilt immer noch, dass der Hauptgeldgeber den größten Einfluss auf Entscheidungen hat. Letzteres wiederum ist kein Trend, sondern fast schon ein Naturgesetz. Aber irgendwie ist es doch auch beruhigend, dass sich manche Dinge niemals ändern. ■

eSchenker

Steuerung und Optimierung
Ihrer Lieferkette aus
einer Hand.



Jetzt registrieren:
eschenker.dbschenker.com



ERP-PROJEKTE: PUNKTLANDUNG STATT BLINDFLUG

Zu Beginn eines jeden Projekts steht der Auswahlprozess, so die landläufige Meinung. Der ERP-Experte sowie Professor an der Universität Würzburg Dr. Axel Winkelmann rät jedoch, sich zunächst einige grundlegende Gedanken zu machen. Welche Punkte dabei geklärt werden sollten, das klärt er mit dem Softwarehersteller proALPHA in einem gemeinsamen Gespräch.

Unternehmen sollten sich darüber klar werden, was sie in Zukunft erreichen wollen und was sie dazu brauchen. Mit Fragen wie „Wie wollen wir in den kommenden Jahren arbeiten? Wo sehen wir Chancen für tragfähige Geschäftsmodelle?“ lässt sich dieser Prozess anstoßen.

ORGANISATORISCHE HÜRDEN

Falsch aufgestellte Teams führen immer wieder zum Scheitern von ERP-Projekten. Der Kardinalfehler: Es allein an der IT-Abteilung aufzuhängen. „Wie soll die IT-Abteilung organisatorische Maßnahmen diskutieren und dann auch durchsetzen? Das ist faktisch unmöglich. Wir brauchen immer die Weitsicht von jemandem, der die Übersicht über das ganze Unternehmen hat“, unterstreicht Axel Winkelmann.

VON ZEIT BIS ZASTER

Neben der Budgetfrage gehört auch das Thema Timing früh auf den Tisch. Wer glaubt, Mitarbeitende im Tagesgeschäft noch zusätzliche Projektarbeit aufbürden zu können, darf sich nicht wundern, wenn dann die Motivation fehlt. Zur Abschätzung des eigenen Aufwands hat Winkelmann eine Faustformel parat: „Wenn ein ERP-Berater für einen Manntag zu Ihnen kommt, können Sie noch einmal zweieinhalb bis drei Manntage eigene Arbeit dazurechnen.“

KONFLIKTE ANTIZIPIEREN

Natürlich wird jeder Bereich versuchen, seine Abläufe und Vorgaben eins zu eins im neuen System abzubilden. Konflikte sind da vorprogrammiert. Die Berater des ERP-Herstellers gelten meist nicht als unparteiisch. Da kann es hilfreich sein, sich einen neutralen Dritten als Mediator zu suchen, der bei Bedarf vermittelt. Und es hilft, von Anfang an klarzumachen: Anpassungen sind möglich, dürfen aber nicht zulasten einer späteren Upgrade-Fähigkeit ausufern.

KNOW-HOW-QUELLEN ANZAPFEN

Richtig viel Erfahrung mit ERP-Einführungen haben inhouse die wenigsten. Schließlich führen Unternehmen so ein Projekt nur alle zehn, manche sogar nur alle 20 bis 25 Jahre durch. Das nötige Know-how erhalten Sie durch neue Mitarbeitende und externe Unterstützung. Denn die Consultants des Herstellers kennen sich nicht nur mit dem System gut aus. Sie können mit ihrer Erfahrung aus ähnlichen Branchen Best Practices beisteuern.

SCHNELL INS TUN KOMMEN

„Es nützt nichts, wenn Sie ein perfekt geplantes Projekt fünf Jahre vorbereiten und doch nicht ins Tun kommen“, mahnt ERP-Experte Winkelmann. Der Weg aus dieser Zwickmühle? Mit Prototypen arbeiten



Wie bringen Sie Ihr ERP-Projekt von Anfang an auf die richtige Spur? proALPHA weiß Rat!

und eine Software aussuchen, die sich in weiten Teilen konfigurieren lässt.

Und last but not least hängt vieles vom richtigen Erwartungsmanagement ab: Nicht alles wird in den Prozessabläufen auf einen Schlag besser. Aber im Zusammenspiel führt ein gut vorbereitetes ERP-Projekt dazu, dass das Unternehmen als Ganzes für die Digitalisierung richtig aufgestellt ist. ■

INFO-BOX

Digitalisierung kompakt verpackt

Wie geht digitale Transformation, und was hat ERP damit zu tun? Noch mehr geballtes Digitalisierungswissen finden Sie in dem Podcast „Digital genial“ von proALPHA unter www.proalpha.com/podcast. Alle 14 Tage neu – auch auf Spotify, Deezer und Apple Podcasts

PRO  **ALPHA**

proALPHA Software Austria GmbH

Wienerbergstraße 11
1100 Wien
Tel.: +43/5/79 97-0
info@proalpha.com
www.proalpha.com

DREHSCHEIBE IM WANDEL

Managed Services, Lieferketten und Nachhaltigkeit sind die aktuellen Themen, hervorgerufen durch den Digitalisierungsboom. Was macht einen guten Distributor in Zeiten permanenten Wandels aus?

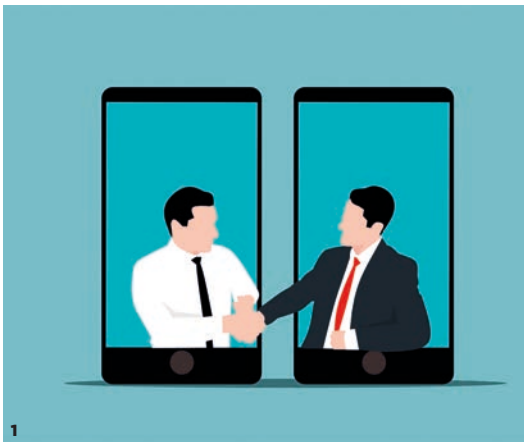
Der Umstieg auf mobiles Arbeiten und natürlich das Homeoffice hat den Cloud- und Managed Services einen Boom beschert. Die Nachfrage der Endkunden nach Network as a Service und Security as a Service steigt. Viele Firmen haben pandemiebedingt rasch Homeoffice-Arbeitsplätze eingerichtet, nun müssen diese langfristig technisch sauber eingerichtet werden. Denn Cyberkriminelle richten ihre Angriffe verstärkt auf Sicherheitslücken von Heimarbeitsplätzen. Viele Channel-Partner möchten zentraler Ansprechpartner ihrer Endkunden bleiben, es fehlen ihnen jedoch häufig Skills oder Ressourcen für Managed Security Services. Daher brauchen sie Distributoren mit top-geschulten Mitarbeitern, die sie bei neuen Technologien verlässlich unterstützen. Ein flexibler Distributor bietet bedarfsorientierte Unterstützung, von Wissenstransfer mit Schulungen, Presales-Support bis zu Managed Security Services mit neuen Verrechnungsmodellen und Plattformen für die monatlich erbrachten As-a-Service-Leistungen.

MASSNAHMEN GEGEN DIE CHIPKRISE

Der Chipmangel ist in den Schlagzeilen, wenn es um Game-Konsolen oder die Autoindustrie geht. Doch die Knappheit bei Halbleitern zieht viel weitere Kreise, sie wird durch den anhaltenden Trend zur Digitalisierung befeuert. Probleme in den Lieferketten werden noch länger bestehen, und so haben vorausschauende Distributoren frühzeitig begonnen, ihre Lager aufzustocken oder alternative Lösungen zu erarbeiten. Ein proaktiver Kontakt zu ihren Channel-Partnern ermöglicht, deren Bedarf vorab zu kennen und entsprechend gemeinsam agieren zu können.

WEGWEISER ZU NACHHALTIGKEIT

Die Klimakrise ist da, und umweltschonendes Wirtschaften wird von Kundenseite nachgefragt, hier können Distributoren mit Herstellern und Channel-Partnern vielfältige Maßnahmen setzen.



Distributoren sind die Drehscheibe zwischen Herstellern und Channel-Partnern.

Die IT-Welt braucht viel Strom, daher sollte der Fokus auf energieeffizienten Geräten liegen, sowohl bei der Errichtung von Rechenzentren als auch bei der Masse an Endgeräten. Die begehrten Chips bestehen aus seltenen Erden, der Abbau verursacht große Umweltprobleme; gleichzeitig gibt es immer mehr Elektronikschrott. Die Lösung heißt Kreislaufwirtschaft und Recycling: Reparaturservices und die Rücknahme von Gebrauchsgütern für Wiederverkauf oder Verwertung ermöglichen den schonenden Umgang mit wertvollen Ressourcen. Dazu gehört das Angebot einer DSGVO-konformen, zertifizierten Datenlöschung auf

Altgeräten. Bei Office-Lösungen sollte man auch an das Drucken und an Verbrauchsmaterialien denken – hier punkten Distributoren, die „grüne Kampagnen“ mit Herstellern anbieten. In der Logistik hilft der gebündelte Versand, Lieferwege und damit CO₂ einzusparen.

Der digitale Wandel geht unaufhörlich weiter. Daher erweitert Tech Data laufend das Angebot, um als Drehscheibe zwischen Herstellern und Channel-Partnern zu fungieren. Mit dem gemeinsamen Ziel, Endkunden auf dem Weg der Digitalisierung umfassend und nachhaltig zu betreuen. ■

Alexander Kremer
ist Director Advanced Solutions & Specialists bei Tech Data Österreich.
Nähere Informationen finden Sie unter www.techdata.at.



Fotos: mohamed Hassan/Pixabay (1), Ines Thomsen/Tech Data (2)

Sophos stoppt Cyberangriffe.

www.sophos.at

SOPHOS

WIR VERKAUFEN WISSEN

Roman Oberauer ist seit Februar 2022 Geschäftsführer von NTT Ltd. in Österreich. NEW BUSINESS hat ihn zu seinen persönlichen und den Zielen des Unternehmens sowie zu den aktuellen und künftigen Herausforderungen seiner Kunden befragt.

Mit Februar dieses Jahres hat Nora Lawender die Geschäftsführung des IT-Dienstleisters NTT Ltd. in Österreich an Roman Oberauer übergeben und verlässt das Unternehmen nach rund 20 Jahren. Lawender zeichnete zuletzt unter anderem für das Change-Management und die Neustrukturierung des Unternehmens verantwortlich, wozu unter anderem der Verkauf des Telefoniegeschäfts im Kleinkundensegment zählte.

Der Wechsel in der Chefetage war gut vorbereitet. Roman Oberauer, zuletzt bereits als Mitglied der Geschäftsleitung für die Themen „Innovation“ sowie „Go to Market“ zuständig, bringt durch seine bisherigen Aufgaben umfassende Führungs- sowie Technologiekenntnisse mit und ist selbst bereits seit vier Jahren im Unternehmen. Nun liegt es an ihm, gemeinsam mit seinem Team den Weg der Transformation von NTT Ltd. in Österreich weiterzugehen. Eine Aufgabe, die NTT und ihre Kunden verbindet.

„Wir versuchen, mit den Ideen der Kunden deren Geschäft zu bereichern.“

**Roman Oberauer, Geschäftsführer
NTT Ltd. in Österreich**

HERR OBERAUER, SIE WAREN ZUVOR IN DER GESCHÄFTSLEITUNG FÜR „INNOVATION“ SOWIE „GO TO MARKET“ VERANTWORTLICH. ZWEI ZENTRALE THEMEN, DIE SIE WEITERHIN BESCHÄFTIGEN WERDEN.

Absolut. Denn was steckt hinter dem Begriff „Innovation“? Es geht darum, kommerziellen Erfolg mit einer Idee zu haben. Wir versuchen, mit den Ideen der Kunden deren Geschäft zu bereichern. Natürlich verlangen die Kunden zu Recht von ihren Dienstleistern, dass sie sie dabei unterstützen, die Kosten ihres IT-Betriebs im Griff zu behalten. Aber Innovation bedeutet auch, das Profit-Center beim Kunden wachsen zu lassen und es mit IT-Services zu begleiten. Unsere generelle strategische Ausrichtung kommt sehr stark aus dem „Go to Market“-Bereich. Wir managen unsere Services und Produkte, die



Partnerschaftliches Teamwork auf Augenhöhe ist Roman Oberauer, Geschäftsführer von NTT Ltd. in Österreich, ein zentrales Anliegen, innerhalb des Konzerns wie auch im Zusammenspiel mit Kunden.

wir global anbieten, und wählen aus, was davon für Österreich passend ist.

WIE ZU LESEN STAND, WOLLEN SIE DIE TRANSFORMATION VON NTT IN ÖSTERREICH WEITER VORANTREIBEN. AUF WELCHES ZIEL ARBEITEN SIE HIN?

Meine persönlichen Ziele sind, dass wir am österreichischen IT-Dienstleistungsmarkt einen Unterschied machen und auch, dass ich als Roman Oberauer einen Unterschied in der Firma mache. Es sollte der Anspruch eines jeden sein, einen positiven Unterschied zu machen. So sehe ich das auch für die NTT. Welchen Bedarf sehen wir auf uns zukommen? Wir kämpfen alle

mit dem „Lack of talents“, das heißt damit, die richtigen Expert:innen zu finden. Da haben wir ein großes Potenzial, aus dem wir schöpfen können. Als NTT haben wir viele F&E-Zentren auf der Welt, globale Services, die wir aus den einzelnen Ländern anbieten, und eine weltweite Rechenzentrumsinfrastruktur, unter anderem am Wienerberg. Unsere Aufgabe ist es, unser globales Know-how nach Österreich zu bringen und Unternehmen dabei zu unterstützen, die benötigten Expert:innen zu finden. Ein großes Asset von NTT ist, dass mir kein Thema einfallen würde, zu dem wir nicht einen Experten oder eine Expertin im Team haben. Wir können das anbieten und so einen Mehrwert

Foto: NTT



Mit weltweiter Rechenzentrumsinfrastruktur, unter anderem am Wienerberg, vernetzt NTT seine Kunden. Genauso wichtig ist aber die Vernetzung der eigenen Experten und des vorhandenen Wissens.

nach Österreich bringen, der uns von den Marktbegleitern unterscheidet.

IST DER FACHKRÄFTEMANGEL WEITERHIN EIN MASSIVES THEMA?

Alle tun sich schwer, Expert:innen zu finden. Unser Mehrwert als Dienstleister ist, dass wir unsere Leute weltweit vernetzen können, damit sie in der Lage sind, sich untereinander auszutauschen. Wir führen täglich Gespräche mit unseren Expert:innen, unter anderem in den USA, in Deutschland, Tschechien, Ungarn,

Luxemburg und im ganzen asiatischen Raum, um Tipps und Erfahrungen aus Projekten auszutauschen. Dieses Know-how nutzen wir und können so auch einen interessanten Arbeitsplatz anbieten.

Nehmen wir zum Beispiel das Thema Security. Da sucht jedes Unternehmen händeringend nach Expert:innen. Wenn ein Unternehmen heute nach IT-Security-Expert:innen sucht, ist meine erste Frage: Welchen? Es gibt so viele verschiedene Themen. Ein Unternehmen wird hoffentlich nicht öfter als zwei oder drei Mal im



Monat angegriffen. Was macht ein Spezialist für die Abwehr von Attacken den Rest des Monats? Bei einem globalen Anbieter wie uns gibt es immer etwas Spannendes zu tun. Aber auch wir tun uns schwerer als in der Vergangenheit, diese Fachkräfte zu finden.

**WIE GEHEN SIE AN DIESE SACHE HERAN?
BAUEN SIE MITARBEITER AUF, ODER HOLEN
SIE FERTIGE EXPERTEN VOM MARKT?**

Wir tun beides. Generell suchen wir natürlich nach potenziellen Mitarbeiter:innen, die schon

viel können, aber wichtiger ist es uns, dass sie schnell lernen, weil sich die Gegebenheiten auch so schnell ändern. Ich selbst habe eine Lehre gemacht, deswegen liegt mir der Weg, sich in einem Unternehmen weiterzuentwickeln, sehr nahe. Darum versuche ich das auch zu fördern, etwa mit internen Trainee- und Mentoring-Programmen. Es ist wichtig, Fragen zu stellen, Dinge zu challengen, und für mich ganz besonders wichtig ist die Wissensweitergabe generell. Das Wissen im Unternehmen muss fließen. Das ist kein Selbstläufer. Dafür ist die ganze Organisation gefordert und alle Führungskräfte. Wenn ich mein Wissen mit fünf Menschen teile, dann kommt es fünffach zurück. Da muss man dranbleiben.

Die Skill-Sets haben sich einfach auch geändert. Früher gab es monolithische IT-Systeme, und Expert:innen mit Tiefenwissen waren gefragt.

„Wenn ich mein Wissen mit fünf Menschen teile, dann kommt es fünffach zurück.“

**Roman Oberauer, Geschäftsführer
NTT Ltd. in Österreich**

Die wird man auch weiterhin brauchen. Aber es geht heute mehr darum, die Zusammenhänge zu verstehen, um Services für den Kunden orchestrieren zu können.

DAS THEMA TRANSFORMATION BESCHÄFTIGT AUCH IHRE KUNDEN. WO DRÜCKT DENN DER SCHUH DERZEIT AM MEISTEN? STEHT DAS NOCH IN ZUSAMMENHANG MIT DEN HERAUSFORDERUNGEN DURCH DIE PANDEMIE, ODER WENDEN SICH IHRE KUNDEN BEREITS ANDEREN THEMEN ZU?

Der schon angesprochene „Lack of talents“ beschäftigt die Unternehmen sehr stark. Hier

können wir unseren Beitrag leisten und den Bedarf bedienen. Aber auch die Pandemie ist nicht vorbei. Zu Beginn ging es darum, die Dinge am Laufen zu halten.

Was wir jetzt spüren, ist der Bedarf nach Security im Homeoffice. Dazu kommt, dass immer öfter ein gemischter Betrieb herrscht, mit Mitarbeiter:innen im Büro und im Homeoffice. Der Hybrid Workplace als Schlagwort ist ein großes Thema geworden und damit verbunden der Bedarf, die Lösungen performanter und flexibler zu machen. Es wurde schon sehr viel angestoßen, aber aus meiner Sicht ist auch noch sehr viel zu tun.

Was die Unternehmen jetzt erkennen, ist, dass es potenziell möglich ist, Menschen, die in Bewegung sind und die früher kein Equipment bei sich trugen, mit IT-Equipment auszustatten. Unser Kunde Hirschmann Automotive musste zum Beispiel letztes Jahr im Lockdown Maschinen in Mexiko warten, aber konnte keine Expert:innen einfliegen. Wir haben ihm eine Remote-Maintenance-Lösung mit einer AR-Brille gebaut, die auch weiter ausgerollt wurde.

„Es geht darum, gemeinsam Ideen zu entwickeln und daran zu arbeiten, was der Kunde für sein Geschäft braucht.“

**Roman Oberauer, Geschäftsführer
NTT Ltd. in Österreich**

KANN DER DURCH DIE PANDEMIE AUSGE- LÖSTE DIGITALISIERUNGSSCHWUNG MITGE- NOMMEN WERDEN?

Absolut. Den Nutzen von Videokonferenzsystemen muss man heute zum Beispiel niemandem mehr erklären. Hier haben wir schon ein höheres Level erreicht. Auch bei Cloud-Themen. Dadurch, dass sich die Nutzung geändert hat, sind die Unternehmen viel offener dafür

geworden. Die Kunden haben viel in neue Infrastruktur investiert.

Die Frage, ob etwas Sinn ergibt oder nicht, ist nahezu verschwunden. Gefragt wird nur noch, wie man es umsetzen kann.

INTERESSANT IST, DASS SIE SELBST AUCH LEADERSHIP-TRAININGS ANBIETEN. DAS SIND NATÜRLICH OPTIMALE VORAUSSET- ZUNGEN FÜR EINEN GESCHÄFTSFÜHRER. WIE KAM ES DAZU? EIGENTLICH KOMMEN SIE ALS DIPLOMINGENIEUR (FH) DER TELEKOMMUNIKATIONSTECHNIK UND -SYSTEME JA EHER VON DER TECHNISCHEN SEITE.

Ich maße mir auch bei diesem Thema nicht an, alles zu wissen. Aber ich beschäftige mich sehr eingehend mit Leadership und meinem persönlichen Zugang. Im Zuge meiner Masterarbeit mit mich mit meinen ersten Erfahrungen als Führungskraft auseinandergesetzt. Der Arbeitstitel dieser Arbeit war „Lehrberuf Manager“. Es ging um das Selbst als Führungskraft, um das Team und die Organisation. Irgendwann hatte ich dann das Selbstvertrauen, das bisschen Mehr an Wissen, das ich aufgebaut habe, an andere Menschen weiterzugeben.

Das ist überhaupt etwas, das mich antreibt. Die Initialzündung war, als ich meinem Sohn am Semmering das Skifahren beigebracht habe. Er ist eigenständig den Hang hinuntergefahren, und dieses Gefühl hat mich förmlich weggerissen. Da habe ich mich für eine Trainerausbildung angemeldet. Vor der Pandemie habe ich das dann ein paar Mal gemacht, gar nicht in meinem Berufsfeld.

Für mich ist wichtig, dass die Teilnehmer:innen etwas mitnehmen, aber ich nehme auch immer etwas mit. Das challengt mich. Ich gebe meine Praxiserfahrungen weiter, aber ziehe auch viel daraus und versuche, das in mein Tagesgeschäft einzubringen.



Die Weitergabe von Wissen und Know-how ist Roman Oberauer ein persönliches Anliegen.

SIE HABEN VORHIN GESAGT, IHR ZIEL IST ES, PERSÖNLICH WIE AUCH MIT NTT EINEN UNTERSCHIED ZU MACHEN. WIE WOLLEN SIE DAS ERREICHEN?

Wir wollen das Geschäft gemeinsam mit unseren Kunden entwickeln. Die Zeiten, in denen man über Features von Hard- oder Software verkauft hat, sind vorbei. Es geht darum, gemeinsam Ideen zu entwickeln und daran zu arbeiten, was der Kunde für sein Geschäft braucht. Was wir machen, ist ein konkretes Bedürfnis des Kunden zu befriedigen und ihm das zu liefern, was er benötigt. Das ist unsere Transformation, das ist wie wir am Markt auf-

treten, um Mehrwert für unsere Kunden zu liefern. Bei allem, was wir tun, steht die Frage im Zentrum: Wie bringen wir das Business des Kunden weiter? Automatisierung ist da zum Beispiel ein großes Thema: Welche Tätigkeiten sind Routine, und was sind kognitive Tätigkeiten? Was muss manuell gemacht werden und was nicht? Der Bedarf an kognitiven Arbeitsplätzen wird steigen, die wird es immer geben. Aber die Routinetätigkeiten werden abnehmen. Dafür, die Änderungen auf dem Arbeitsmarkt digital zu begleiten, ist die Automatisierung ein großes Thema. Das hängt auch mit dem Fachkräftemangel zusammen.

Foto: NTT

ES GIBT DIESE GESCHICHTE AUF REDDIT, DIE DIE RUNDE GEMACHT HAT: VON EINEM IT-EXPERTEN DER SEINEN GANZEN JOB AUTOMATISIERT HAT, OHNE DASS ES SEINEM ARBEITGEBER AUFGEFALLEN IST.

Das Erste, was ich mir da gedacht habe, war: Solche Leute brauchen wir. Man kann darüber streiten, ob es unrechtmäßig ist, dass er sein Gehalt bekommt. Das finde ich überhaupt nicht, auch wenn ich natürlich nicht die ganze Geschichte kenne. Das erinnert mich an eine Aussage auf einer IT-Konferenz: „If you can describe your job, it can be automated.“



„Aber als Dienstleister verkauft man Wissen, nichts anderes.“

**Roman Oberauer, Geschäftsführer
NTT Ltd. in Österreich**

SIE HABEN VORHIN DAVON GESPROCHEN, DASS INNOVATION NICHT NUR BEDEUTET, IDEEN ZU HABEN, SONDERN DASS DIESE IDEEN AUCH KOMMERZIELL ERFOLGREICH SEIN MÜSSEN.

Genau darum geht es – aus einer Idee Innovation zu machen. Etwas, mit dem man ein Geschäft machen, aber auch einen Mehrwert liefern kann. Ich kann nur dann ein Geschäft daraus machen, wenn es auch jemand kaufen will. Es geht darum, aus diesen Ideen die nächsten Schritte abzuleiten. Wir haben auch Kunden, die von uns lernen wollen, einen Innovationsprozess im Unternehmen aufzubauen, und die daran interessiert sind, wie wir das selbst machen. Wir geben dieses Know-how gern weiter. Das ist aus meiner Sicht die Zukunft. Wir haben früher Hardware und Infrastruktur verkauft. Aber als Dienstleister verkauft man Wissen, nichts anderes. Wir verkaufen Wissen. Das

ist eine Botschaft, die auch Zeit braucht, um sich im Unternehmen festzusetzen.

DAS PASST SCHÖN ZU DEM, WAS SIE VORHIN GESAGT HABEN: WENN MAN WISSEN AN FÜNF MENSCHEN WEITERGIBT, BEKOMMT MAN ES FÜNFACHT ZURÜCK. FRÜHER HÄTTE MAN EHER GESAGT: BEHALTE DEIN WISSEN FÜR DICH, SCHLIESSLICH IST ES DEIN KAPITAL, DAS, WAS DICH UNERSETZBAR MACHT.

Es wird immer Top-Expert:innen geben. Aber EIN Experte skaliert nicht. Wissensweitergabe ist auch gleichzeitig ein Ressourcenausgleich. Es

dauert drei Minuten, einer Person etwas zu sagen, aber 15 Minuten, es zu erklären.

Diese Zeit muss man sich nehmen, denn es zahlt sich aus. Das setzt aber auch eine Veränderung in der Sichtweise voraus.

Um den Bogen zurück zu spannen: Expert:innen, die nur ein Thema verstehen, sind künftig nicht mehr so gefragt. Es geht vielmehr um vernetztes Wissen. ■

INFO-BOX

Über NTT Ltd. in Österreich

NTT Ltd. in Österreich ist Teil der NTT Ltd. Gruppe. NTT Ltd. ist ein führendes, weltweit tätiges IT-Dienstleistungsunternehmen, das mehr als 40.000 Mitarbeiter an vielfältigen und modernsten Arbeitsplätzen in 57 Ländern beschäftigt und Dienstleistungen in mehr als 200 Ländern erbringt.

In Österreich kombiniert NTT Ltd. lokale Präsenz mit globalen Fähigkeiten und unterstützt Kunden mit Managed Services entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Der IT-Dienstleister ist ein Spezialist für Intelligent Workplace mit cloudbasierten Lösungen und Infrastructure- und Security-Services.

<https://services.global.ntt>

ETC – Enterprise Training Center Österreichs #1 bei IT-Ausbildungen



Wir glauben daran, dass Wissen und Fähigkeiten
Menschen und Unternehmen weiterbringen.

Deswegen unterstützen und begleiten wir sie bei ihrer
stetigen Weiterentwicklung mit voller Leidenschaft und
erzeugen damit entscheidende Wettbewerbsvorteile –
JETZT UND IN ZUKUNFT.

www.etc.at

Lernen wann, wo und wie ich will!



FACHKRÄFTE DURCH INNOVATIVES IT-RECRUITING- UND TRAININGSKONZEPT

Unternehmer stellen sich immer häufiger die Frage, woher sie qualifizierte IT-Fachkräfte bekommen. Skills Campus setzt als Österreichs umfassende Initiative genau dort an. Ganz nach dem Motto „Gemeinsam gegen den IT-Fachkräftemangel“ unterstützen Microsoft, epunkt und ETC – Enterprise Training Center Unternehmen durch gezieltes Ausbilden und Vermitteln von IT-Talenten. Das schließt die Lücke und entspannt die prekäre Arbeitssituation im IT-Bereich.

Die Informationstechnologie erlebt seit Jahren einen regelrechten Boom – diese Entwicklung spüren wir in unserem alltäglichen Leben. Technik-Gadgets mit all ihren nützlichen Apps und Tools sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Gleichzeitig braucht es IT-Experten im Background, um diese Anwendungen zu bauen, zu warten und gegen Hackerangriffe zu schützen – und genau die sind Mangelware. Allein 2020 fehlten laut IKT-Statusreport der UBIT 24.000 IT-Mitarbeiter, um die offenen Positionen zu besetzen. Nach dem Digitalisierungsschub durch die Corona-Pandemie schießt die Zahl weiter nach oben.

MEHR ALS SECHS MONATE STILLSTAND

Die Branche sucht händeringend nach Fachpersonal, um unbesetzte Stellen zu füllen. Oft klaffen die Vorstellungen an die Wunschkandidaten und die tatsächlichen



Michael Swoboda,
Geschäftsführer von ETC –
Enterprise Training Center

Profile der Bewerber weit auseinander. Im Worst-Case-Szenario melden sich nicht einmal ausreichend Kandidaten für die ausgeschriebene Position.

Die Mitarbeitersuche im IT-Bereich kann sich dann auf mehr als sechs Monate ausweiten. Dabei kann es zu einem regelrechten Stillstand im Unternehmen kommen. Durch fehlende Köpfe entstehen bei Unternehmen hohe Kosten. Gleichzeitig verzeichnet Österreich eine hohe Arbeitslosenquote, die unter anderem durch Covid-19 verschärft wurde.

Österreichs führende Spezialisten in den Bereichen Software, Recruiting und Training nehmen sich dieser Problemstellung an: Microsoft, epunkt und ETC führen Unternehmen und Arbeitnehmer im IT-Bereich zusammen: „Wir unterstützen Unternehmen, um IT-Stellen optimal zu besetzen – das hört nicht bei dem Recruiting passender IT-Mitarbeiter auf. Skills Campus ermöglicht Unternehmen, neue Talente ins Boot zu holen und sie ganz nach den Anforderungen des Betriebs auszubilden. Sie brauchen in Ihrem Unternehmen einen Oracle Spezialisten, einen Red Hat Experten oder doch einen Security-Administrator? Durch unser breites Ausbildungsportfolio sind wir in der Lage, neue und bestehende Mitarbeiter ganz nach

den Bedürfnissen des Betriebs fortzubilden“, erklärt ETC-Geschäftsführer Michael Swoboda.

MASSGESCHNEIDERT FÜR JEDE ANFORDERUNG

Das Besondere an Skills Campus? Jedes Unternehmen erhält sein maßgeschneidertes Angebot: Das kann von Recruiting Only über die Ausbildung bestehender Mitarbeiter bis zum Kombi-Angebot aus Recruiting und Ausbildung neuer Mitarbeiter gehen. Oder ein ganz neuer Weg, der gemeinsam mit dem Betrieb erarbeitet wird. Skills Campus schließt mit seiner Recruiting- und Lernplattform den sogenannten Gap am Markt: „Unternehmen, die auf der Suche nach IT-Kräften sind, können sich beim Skills Campus für eine kostenlose Beratung melden. Im Gespräch ermitteln wir gemeinsam den Status quo, die Anforderungen und die zukünftigen Steps für die Zusammenarbeit, um die IT-Fachkräfte effizient, punktgenau und langfristig ins Unternehmen zu holen“, verrät uns Michael Rehberger, Mitglied der Geschäftsleitung bei Microsoft Österreich.

Für Unternehmen, die neue Fachkräfte benötigen, findet Recruiting-Marktführer epunkt passende Quereinsteiger, HTL-, FH- sowie Universitätsabsolventen und Wiedereinsteiger nach der Elternkarenz: „Skills Campus bietet somit die einmalige Gelegenheit für IT-Interessierte, ganz einfach in der Branche ein- und aufzusteigen. Sie können sich so am Arbeitsmarkt mit einer exzellenten Ausbildung profilieren“, weiß Daniel Marwan, CEO von epunkt und erklärt weiter:



Der Skills Campus von Microsoft, epunkt und ETC ermöglicht Unternehmen, neue Talente ins Boot zu holen und sie ganz nach den Anforderungen des Betriebs auszubilden.

„Die Kandidaten werden professionell ausgewählt und im Rahmen der Ausbildung mittels dualen Systems – der sogenannten ‚Learning Tracks‘ – berufsbegleitend geschult. Die Trainees verbinden damit Theorie und Praxis, um das erlernte Handwerk mit konkreten Projekten zu verknüpfen. Skills Campus hilft Unternehmen darüber hinaus beim Onboarding der Mitarbeiter, um einen optimalen Start in den Arbeitsalltag zu ermöglichen. Mit dem Abschluss erhalten die Kandidaten ein international anerkanntes Zertifikat. Sie bereichern den Arbeitsmarkt mit ihrer Expertise maßgeblich und federn den Fachkräftemangel ab.“

Durch diese Win-win-Situation profitieren Unternehmen und Arbeitnehmer gleichermaßen. Skills Campus sorgt für qualifizierte IT-Professionals – von bestehenden bis zu neuen Mitarbeitern. Damit entlastet die Initiative Unternehmen und Jobmarkt gleichermaßen. ■

www.skills-campus.at



Enterprise Training Center im MGC
Modecenterstraße 22/Office 4.–5. Stock
1030 Wien
Tel.: +43/1/533 17 77-0
info@etc.at
www.etc.at

CRM IN DER PRAXIS

„Wie zufrieden sind CRM-Anwender mit ihren CRM-Lösungen?“ Diese Frage gewinnt an Brisanz vor dem Hintergrund der Situation, in der wir uns seit beinahe zwei Jahren befinden: Die Covid-19-Pandemie stellt den Vertrieb der Unternehmen vor nie da gewesene Herausforderungen.

Die Trovarit-Studie „CRM in der Praxis – Anwenderzufriedenheit, Nutzen & Perspektiven“ untersucht seit 2014 regelmäßig im Zweijahresrhythmus, wie es um die Zufriedenheit der Anwender im täglichen Umgang mit ihrer CRM-Lösung bestellt ist. Die Ergebnisse 2021/22 liegen jetzt vor: 648 Teilnehmer nahmen an der fünften Runde der Studie teil und bescheinigten den Software-Anbietern insgesamt gute Arbeit: CRM-Systeme und Wartungspartner erhalten von ihren Anwendern im Durchschnitt eine gute 2 (1,92/1,9). Insgesamt wurden 139 unterschiedliche CRM-Systeme bewertet.

HOHE KOMPLEXITÄT DRÜCKT DIE ZUFRIEDENHEIT

Auf den ersten Blick fällt auf, dass die Lösungen, die hauptsächlich in größeren Unternehmen eingesetzt werden, schlechter abschneiden. Dieses Phänomen konnte auch bei den Vorgängerstudien bereits beobachtet werden. Betrachtet man die Top-Platzierungen im Zufriedenheitsportfolio, so zeichnen sich die dort positionierten Lösungen meist durch mindestens eine der folgenden Eigenschaften aus:

- **Geringe Komplexität:** Schlankere Implementierungen auf Basis funktional bzw. branchenbezogen klar fokussierter CRM-Lösungen verfügen über eine geringere Komplexität, sodass die Einführung und die Administration/Aktualisierung weniger aufwendig und die Bedienung weniger erklärungsbedürftig ist.

- **Enge Kundenbeziehung:** Der Aufbau und die Pflege von (persönlichen) Beziehungen zu Kunden und deren individuelle Betreuung durch den Hersteller bzw. seine Implementierungspartner ist maßgeblich für die Kundenzufriedenheit.

- **Aktuelle Technologie/Release-Stände:** Sind Installationen technologisch auf dem aktuellen (Release-)Stand, dann verfügen sie meist über eine bessere Oberflächenergonomie bzw. Benutzerführung sowie eine bessere Anpassbarkeit.

So sind gemäß der Studie die Installationen von Cobra CRM eher bei kleineren Unternehmen im Einsatz, was meist auf niedrige Anwenderzahlen und schlankere Implemen-



Sind moderne CRM-Systeme in der Lage, in der „neuen Normalität“ bestmöglich zu unterstützen?

tierungsansätze schließen lässt. Zu den Anbietern, die selbst oder unterstützt durch ihre Implementierungspartner eine sehr intensive und persönliche Beziehung zu ihren Kunden pflegen, zählt z. B. die CAS Software AG (CAS genesisWorld), was sich u. a. in der Gesamtzufriedenheit mit dem System widerspiegelt.

VARIANZ DECKT „GEFAHRENSTELLEN“ AUF

Die Systeme erhalten durchwegs gute Noten für die angebotene „Funktionalität“ und die „Stabilität“. Dem Support bzw. der Hotline der Wartungspartner wird meist eine gute „Erreichbarkeit“ und „Kompetenz“ bescheinigt, und auch die Betreuung durch den „Account Manager“ wird positiv bewertet.

Es gibt aber auch einige Aspekte, die kritisch oder sehr unterschiedlich bewertet werden und denen man im Rahmen der Auswahl, der Einführung bzw. des späteren Betriebs der CRM-Lösung verstärkt Beachtung schenken muss. Dies sind vor allem:

- Systembezogene Aspekte wie „Anpassbarkeit/Flexibilität“, „Dokumentation/Handbuch“, „Mobile Einsetzbarkeit“ und „Formulare und Auswertungen“
- Support/Wartungs-Services wie das „Schulungs- & Informationsangebot“ und die „Beratung zum Einsatz der Lösung“
- Klassische Projektgrößen wie „Zielerreichung“ und die „Dokumentation von Systemanpassungen“



Bemängelt werden oft die Möglichkeiten zur mobilen Nutzung von CRM-Systemen.

Die systembezogenen Aspekte schneiden unter allen abgefragten Zufriedenheitsmerkmalen am schlechtesten ab. Bemängelt werden hier z. B. die „Anpassbarkeit/Flexibilität“ der Systeme sowie deren mobile Nutzung. Beides entspricht offenbar nicht der Erwartungshaltung der Anwender. Ähnliches gilt für den Aspekt „Formulare & Auswertungen“, der letztlich für die Frage steht, wie gut Informationen vom System aufbereitet, verdichtet und angeboten werden. Anwender sind hier besonders kritisch, weil sie den größten Nutzen einer CRM-Lösung aus der effektiven Informationsbereitstellung bei der täglichen Arbeit ziehen.

Wie schon in den Vorgängerstudien liefert auch der Themenkreis „Dokumentation“ im Umfeld von CRM-Systemen erneuten Anlass zur Kritik. Dabei wirken mehrere Mechanismen zusammen: Die Lösungen werden umfassender und

ihre Bedienung damit anspruchsvoller. Gleichzeitig steigen Innovationsfrequenz und -umfang seitens der Anbieter. Der Schulungs- und Informationsbedarf der Endanwender steigt dadurch insgesamt deutlich. Dabei erfordert die zielgruppengerechte, aktuelle Dokumentation einer umfassenden Software sehr viel Aufwand und Kosten, die die meisten Kunden nur ungern zahlen. Diese Problematik verschärft sich mit dem Umfang der Softwarepakete sowie mit dem Grad der kundenspezifischen Individualisierung der Lösungen.

Inwiefern die einzelnen Zufriedenheitsaspekte in dieser Hinsicht kritisch oder auch weniger risikoreich sind, zeigt sich, wenn man die verschiedenen Zufriedenheitsaspekte hinsichtlich der Notenspanne, mit der sie bewertet wurden, untersucht. Auf Basis der Varianz der einzelnen Werte kann man aus diesem Portfolio die

Stabilität der Benotung ablesen – und damit im Umkehrschluss auch die Beeinflussbarkeit der verschiedenen Zufriedenheitsparameter bzw. das damit verbundene Risiko. Bei Aspekten mit einer hohen Stabilität der Bewertung kann man als CRM-Anwender davon ausgehen, dass diese relativ fest vorgegeben sind. Ist die Bewertung gleichzeitig eher überdurchschnittlich, dann offenbaren sich die Aspekte, auf die man als Anwender bauen kann („Sichere Basis“). Aspekte mit einer niedrigen Stabilität sind für den Anwender bzw. den Anbieter im Projekt im hohen Maße beeinflussbar. Im positiven Fall trennt sich hier die Spreu vom Weizen, während die schwächer bewerteten Aspekte immer wieder für „Böse Überraschungen“ sorgen.

CRM-EINSATZ BRINGT HÖHERE KUNDENZUFRIEDENHEIT

Die Beschaffung und der Betrieb von CRM-Systemen verursachen erhebliche finanzielle Belastungen. Für IT-Entscheider ist es nicht immer einfach, den Gegenwert für diese Belastungen auszuweisen. Insbesondere ein umfassender Return on Investment (ROI) ist in den meisten Fällen nicht belastbar darstellbar. Um trotzdem einen Orientierungsrahmen bieten zu können, untersucht die Studie, welche qualitativen Nutzenaspekte die Anwender dem Einsatz der CRM-Lösung in ihren Unternehmen zusprechen.

Gefragt nach dem Nutzenbeitrag des CRM-Einsatzes im Sinne der Kundenorientierung, gaben ca. 72 Prozent der Teilnehmer an, dass die eingesetzte Lösung zu besserer Kundenzufriedenheit und Kundenbindung beiträgt. Immerhin ca. 40 Prozent der Teilnehmer sprachen dem System darüber hinaus zu, dass es die Neukundengewinnung erleichtert.

Die positive Wirkung des CRM-Einsatzes auf das Kundenverhältnis und die Neukundengewinnung fußt dabei deutlich auf der Unterstützung der operativen Kundenprozesse. Auf

den Spitzenplätzen der am häufigsten mit einem CRM-System erzielten Nutzeneffekte liegen die durchgängige Rückverfolgbarkeit relevanter Daten (ca. 51 %), die schnelle und einfache Informationsbereitstellung (ca. 44 %) sowie die Reduktion der Dokumentationsaufwände (ca. 38 %). Einen unmittelbaren Nutzenbeitrag zur Senkung der „IT-Kosten“ (ca. 24 %) bzw. der „Prozesskosten“ (ca. 18 %) bescheinigt hingegen ein deutlich geringerer Anteil der Anwender seiner CRM-Lösung.

Diese Einschätzung steht sicherlich im Widerspruch zu dem mit ca. 29 Prozent vielfach wahrgenommenen Nutzen der „Vereinfachung und Beschleunigung von Prozessen“. Gleichzeitig bestätigt dieses Ergebnis aber die Problematik, dass sich der Nutzen einer CRM-Einführung aufgrund unscharfer Ursache-Wirkungs-Beziehungen nur schlecht in Euro und Cent abbilden lässt.

Wenn man einen Blick auf die Branchen wirft, stellt man zudem fest, dass sich speziell im Handel mit seiner Komplexität die „durchgängige Unterstützung der Geschäftsprozesse“ überproportional stark (ca. 40 %) als Nutzen widerspiegelt. Dies ist auch notwendig, denn heutzutage können sich die Händler nur noch bedingt über die Qualität ihrer angebotenen Produkte differenzieren. Für eine starke Kundenbindung sind daher zwingend ein zuverlässiger Service und effiziente Geschäftsprozesse erforderlich, um sich vom Wettbewerb abzuheben.

RELEVANTE TRENDS IM CRM-KONTEXT

Laufende strukturelle Änderungen (z. B. Digitalisierung, Internationalisierung), die zunehmende Bedrohung durch allgemeine Cyberkriminalität und die zwangsläufige Öffnung der Unternehmensnetzwerke durch verstärktes mobiles Arbeiten von unterwegs oder – spätestens seit Beginn der Corona-Pandemie – aus dem Homeoffice heben das Thema „Daten-/Informationssicherheit“ mit einigem Abstand auf Platz eins

der relevanten Trends („sehr bzw. ziemlich relevant“ für 71 % der Teilnehmer). Der Schutz kritischer Daten wird in allen Bereichen des Unternehmens zu einer immer größeren Herausforderung. Die Bedeutung speziell im CRM-Kontext lässt sich aus der Rolle der CRM-Software für sämtliche kundenspezifischen Prozesse im Unternehmen ableiten: Sie führt die wichtigsten Stamm- und Bewegungsdaten und ist für den gesamten Lebenszyklus der Kunden verantwortlich.

Auf Platz zwei folgt das Thema „Rechtliche Vorgaben & Compliance“ (61 %), was mit Sicherheit auf die seit 2016 gültige EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) zurückzuführen ist, die die Unternehmen im gesetzeskonformen Umgang mit personenbezogenen Daten, speziell im Marketing und Vertrieb, vor Herausforderungen stellt.

Die große Bedeutung von „Usability/Software-Ergonomie“ spiegelt den Wunsch der Unternehmen wider, dass die Oberflächen und Prozesse so gestaltet sind, dass man als Anwender damit gern und mit wenig Schulungsaufwand (intuitiv) arbeiten kann. Dabei ist gerade zu Beginn einer CRM-Softwarenutzung eine intuitive Benutzeroberfläche von wesentlicher Bedeutung für die User-Experience und Akzeptanz des Systems.

Es folgt ein Block von acht Trends, die bezüglich ihrer Relevanz sehr ähnlich bewertet werden. Darunter findet sich beispielsweise das „Schnittstellen-/Integrationsmanagement“ („sehr bzw. ziemlich relevant“ für 56 % der Teilnehmer) im Kontext von CRM-Software. Das Thema gewinnt für die Unternehmen zunehmend an Bedeutung, um die bereichsübergreifende Steu-

erung sämtlicher (Kunden-)Prozesse innerhalb des Unternehmens gewährleisten und entsprechend abbilden zu können.

Die hohe Bedeutung der Trends „Analytical CRM“ und „Customer-Experience-Management“ ist Ausdruck einer insbesondere im B2C-Bereich immer stärker ausgeprägten Kundenorientierung. Das Customer-Experience-Management (CEM) stellt eine Strategie dar, die positive Kundenerfahrungen fördern und messen möchte. Es umfasst alle Prozesse während des gesamten Customer-Life-Cycle, die ein Unternehmen einsetzt, um Interaktionen mit Kunden zu überwachen, zu begleiten und zu organisieren. Zu diesem Zweck sammeln Unternehmen große Datenmengen über die Kontakte und die Eigenschaften des Kunden sowie sein Verhalten in der On- und Offline-Welt. Mithilfe von analytischem CRM werden diese Kundendaten systematisch ausgewertet und anschließend als Entscheidungsgrundlage, z. B. als Scoring-Modell, für das operative CRM bereitgestellt. ■

INFO-BOX

Management-Summary zum Download

Trovarit untersucht regelmäßig innerhalb der Studie „CRM in der Praxis“, wie es um die Zufriedenheit der Anwender im täglichen Umgang mit ihrer CRM-Lösung bestellt ist. 648 Teilnehmer nahmen an der fünften Runde der Studie teil und bescheinigten den Software-Anbietern insgesamt gute Arbeit. Das Management-Summary mit den Ergebnissen der Studie steht kostenlos zum Download bereit: www.trovarit.com/studien/marktstudien/crm-in-der-praxis/.



Sophos kümmert sich um Ihre Cybersecurity – 24/7.

Unsere Experten-Teams sorgen rund um die Uhr für Ihren Schutz.

Mit unserem Rundum-MDR-Service können Sie hinter das Thema Cybersecurity beruhigt einen Haken machen. Wir kümmern uns darum.

Sophos Managed Threat Response



Unser Notfall-Service hilft Ihnen bei einem Angriff sofort. Egal, ob Sie Sophos-Kunde sind oder nicht.

Sophos Rapid Response



QR-Code scannen und Sophos Soforthilfe direkt als Kontakt speichern

VORSCHUB IM VERTEILERBAU

Klassischer Verteilerbau zählt zu den anspruchsvollen Tätigkeiten, auch wenn er im Vergleich zu Hightech-Projekten oft wenig Beachtung findet. Dies gilt umso mehr, wenn es sich um die Fertigung von Schaltschränken für Prototypen oder Kleinstserien handelt. Beachtung verdient daher eine schlüssige und zukunftsfähige Wertschöpfungskette mit hohem Automatisierungsgrad: Schmidberger, Eplan und Rittal zeigen, wie's geht.

Kunden der Schmidberger Elektroinstallationsges.m.b.H. verlangen nach maßgeschneiderten Lösungen, der Engineering-Aufwand ist daher groß. „Es macht unser Unternehmen aus, dass wir technologisch die Nase vorn haben und uns stets am Stand der Technik orientieren“, berichtet Firmeninhaber Fritz Schmidberger. „Wir wollen schließlich dazu beitragen, unsere Kunden weiterzubringen.“ Das liegt offensichtlich in den Genen der Unternehmerfamilie, die das Lösen komplexer Aufgabenstellungen als ihr Steckepferd bezeichnet. Zu den Kernaufgaben des Unternehmens zählt der Schaltschrankbau, der von A bis Z, also vom Engineering über den Aufbau bis zur probeweisen Inbetriebnahme, im Haus erfolgt. Beim Engineering setzt Schmidberger seit vielen Jahren auf Softwarelösungen von Eplan, konkret auf Eplan Electric P8 und Eplan Pro Panel.

„Vom allpoligen Schaltplan bis hin zur Konstruktionszeichnung und Fertigungsplanung machen wir alles in Eplan“, bringt es Dominik Huber, Technischer Planer bei der Firma Schmidberger, auf den Punkt. Eine Entscheidung, die eigentlich noch nie ernsthaft hinterfragt wurde, zumal die Vorteile der Software eine deutliche Sprache sprechen. „Für uns und unsere Sparte ist Eplan die Nummer eins am Markt“, so Huber weiter, „zudem setzen fast

alle unserer Kunden ebenfalls Lösungen von Eplan ein. Das garantiert den einwandfreien Datentransfer von einem Unternehmen zum anderen. Schnittstellenprobleme kommen so nicht vor.“ Ein gutes Beispiel dafür ist die Auftragsfertigung von Schaltschränken. In der Praxis ist es nämlich durchaus nicht selten, dass bei der Firma Schmidberger Pläne eines Kunden eintref-

„Unser Verteilerbau hat mit einem Schlag an Qualität und Professionalität gewonnen.“

**Fritz Schmidberger, Firmeninhaber
Schmidberger Elektroinstallationsges.m.b.H.**



Dank Vermeidung sämtlicher Schnittstellenprobleme steigen Effizienz, Produktivität und letztlich die Qualität in der Schaltschrankfertigung.

fen, die dann direkt weiterbearbeitet werden. Würden unterschiedliche Softwaresysteme eingesetzt, liefe alles bestimmt nicht so reibungslos.

SYNERGIEN NUTZEN

Im Zuge der von Inhaber Fritz Schmidberger forcierten Fertigungsautomatisierung hat sich die Anwendung von Eplan-Lösungen auf einem hohen Level manifestiert. Insbesondere in Eplan Pro Panel – der „3D-Planungsschnittstelle zur Fertigung“ – ist die Firma Schmidberger hervorragend aufgestellt, ein Mehr an Effizienz ist der Lohn. Um den Weg der Automatisierung und der Digitalisierung fortzusetzen, war es nur konsequent, einen Blick auf die Produkte der Firma Rittal zu werfen, deren Schaltschranklösungen von der Firma Schmidberger seit jeher

verbaut werden. Denn Rittal, wie Eplan ein Unternehmen der Friedhelm Loh Group, ist mehr als „nur der Schaltschrank und sein Innenleben“: Seit Kurzem stehen in der extra dafür errichteten neuen Halle auf dem Firmengelände zwei Bearbeitungsmaschinen von Rittal, nämlich eine Perforex BC1007HS, ein Bohr-/Fräszentrum zur mechanischen Bearbeitung von Gehäusen und Flachteilen, wie etwa Schaltschranktüren. Nur ein Beispiel dafür ist die Öffnung für ein Anzeigergerät, welche von der Perforex in die Türe gefräst wird. Der Clou an der Sache ist, dass die Bearbeitung automatisiert aus den Daten des in Eplan Pro Panel erstellten digitalen Zwillings heraus erfolgt. Die zweite Maschine ist das Wire Terminal WT36 zur automatisierten Drahtkonfektionierung: Sämt-



V. li.: Dominik Huber, Fa. Schmidberger; Fritz Schmidberger, Firmeninhaber; Josef Vymlatil, Ing. Werner Bendekovits, beide Rittal; Erwin Kreuzer, Account Manager Österreich Ost, Eplan

liche für ein Schaltschrankprojekt benötigten Drähte von 0,5 bis 6 mm² kommen abgelängt, beschriftet, abisoliert, gecrimpt und sortiert aus der Maschine – fertig zum Einbau. Dies erfolgt natürlich wiederum automatisiert, basierend auf den Daten in Eplan Pro Panel.

WERTVOLLER DIGITALER ZWILLING

Dank perfekter Abstimmung beider Unternehmen gibt es hier keine Schnittstellenprobleme. Die Daten sind vorhanden, sie wollen nur genutzt werden. In diesem Kontext hebt Dominik Huber die Bedeutung des in Eplan Pro Panel erstellten digitalen Zwillings in 3D hervor: „Dieser allein ist bereits eine enorme Unterstützung, etwa beim Generieren von Auswertungen. Darauf wollen wir nicht mehr verzichten. Und wenn der digitale Zwilling vorhanden ist, ist es höchst sinnvoll, diese beiden Rittal-Maschinen einzusetzen und so den optimalen

Nutzen zu generieren. Erst das bringt den wirklich großen Mehrwert.“ Das durchgängige, standardisierte Engineering in Eplan Pro Panel und die automatisierte Fertigung in den Rittal-Maschinen Perforex und Wire Terminal bewirken eine ungeahnte Steigerung der Produktionsqualität: Prozesse beschleunigen sich massiv,



manuelle und fehleranfällige Tätigkeiten, wie das aufwendige händische Ausschneiden von Schaltschranköffnungen bzw. das mühselige Ablängen von Drähten, entfallen. „Unser Verteilerbau hat mit einem Schlag an Qualität und Professionalität gewonnen“, zeigt sich Fritz Schmidberger erfreut.

GEMEINSAM ERFOLGREICH

„Diesen Weg in dieser Tiefe so schnell und erfolgreich zu gehen, ist höchst beachtenswert“, sagen dazu Erwin Kreuzer, Account Manager Österreich Ost bei Eplan, und Ing. Werner Bendekovits, Technischer Außendienst bei Rittal GmbH, unisono, die zugleich betonen, dass sich die getätigten Investitionen rasch amortisieren werden. Auch wenn nicht verschwiegen werden soll, dass Unternehmen dazu bereit sein müssen, Zeit und Ressourcen zu investieren, um den Prozess in seiner gesamten Tiefe aufzusetzen.

Die Firma Schmidberger hat investiert – und es nicht bereut. So macht die Implementierung dieser Wertschöpfungskette das Unternehmen zukunftsfähig. Blumen streut Fritz Schmidberger beiden Unternehmen, wenn es um die persönliche Betreuung geht: „Egal um welches Thema es sich handelte, sowohl von Eplan als auch von Rittal stand uns jederzeit ein Mitarbeiter zur Seite, um uns zu unterstützen. Wir sehen



diese Unterstützung unserer Partner sogar als wesentlichen Beitrag zur schnellen, nachhaltigen Entwicklung unseres Unternehmens.“ Das nächste Ziel hat Schmidberger gemeinsam mit Eplan schon vor Augen, nämlich nach der Fertigung nun auch das Engineering, sprich die Generierung der Schaltpläne und des Schaltschrankaufbaus, zu automatisieren. ■

INFO-BOX

Über Schmidberger

Fest in der Region Tulln verankert ist seit über 50 Jahren die Schmidberger Elektroinstallationsges.m.b.H. und deckt dabei den gesamten elektrischen Anlagenbau ab – „vom Hochspannungsbereich bis zum EDV-Kabel“, wie Inhaber Fritz Schmidberger berichtet. Für ihn zählen die Mitarbeiter zum wichtigsten Kapital des Unternehmens, deshalb bilden die Niederösterreicher jedes Jahr fünf bis sieben Lehrlinge aus. Ein hoher Wert in Anbetracht der Gesamtmitarbeiterzahl von etwa 100. Das Angebotsspektrum ist sehr breit angelegt: Es reicht von elektrischen Anlagen für Industrie und Gewerbe über die kommunale Ausstattung, die Automatisierungs-, Netzwerktechnik, und Sicherheitslösungen bis zum Verteilerbau. Selbst technisch anspruchsvolle Lösungen für Privatkunden zählen dazu. Für jeden Bereich gibt es bei der Firma Schmidberger eigene Expertenteams, die stets auf dem Stand der Technik und mit hohem Dienstleistungsanteil agieren.

Fotos: www.martingold.at



WENIGER KOMPLEXITÄT, MEHR ERFOLG

Das IT-Lösungsangebot der CANCOM Gruppe enthält Beratung, Umsetzung, Services sowie den Betrieb von IT-Systemen. Davon profitieren die Kunden des Unternehmens seit mittlerweile 30 Jahren.

Als Digital Transformation Partner begleitet CANCOM Unternehmen in die digitale Zukunft und unterstützt seine Kunden dabei, die Komplexität ihrer IT zu reduzieren sowie ihren Geschäftserfolg durch den Einsatz modernster Technologie auszubauen – und das mittlerweile seit 30 Jahren. Um den IT-Bedarf von Unternehmen, Organisationen und dem öffentlichen Sektor ganzheitlich abzubilden, bietet CANCOM passgenaue IT von A bis Z aus einer Hand.

TREND IN RICHTUNG HYBRID CLOUD

Besonders heute ist ein erfahrener und professioneller Partner wie CANCOM von unschätzbarem Wert. Gerade durch Homeoffice und hybrides Arbeiten gewinnt die IT immer mehr an strategischer Relevanz für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Dabei geht der Trend klar in Richtung Hybrid Cloud. Dieses Cloud-Modell lässt sich schnell und flexibel an die aktuellen Anforderungen anpassen.

Denn Corona hat das Thema Digitalisierung im Unternehmensalltag stärker denn je in den Fokus gerückt. So sind der Druck auf die IT und das zu bewältigende Aufgabenspektrum – wie die Schaffung neuer Arbeitsplatzstrukturen oder die Bereitstellung von Speicher- und Rechenkapazitäten – sprunghaft angestiegen. Um Technologien, Architekturen und Prozesse umfassend auf diese Entwicklung anpassen zu können, müssen sich Firmen neuen Herausforderungen stel-

len: Die Komplexität der Cloud-Umgebungen wird immer größer, Cyberangriffe werden immer prägnanter und durchdachte Cloud-Strategien deshalb immer wichtiger. Gerade mittelständische Unternehmen sind hier auf die Unterstützung von IT-Service-Providern angewiesen.

Aus diesem Grund hat das Beratungshaus ISG (Information Service Group) erneut die relevantesten Provider im Bereich Private/Hybrid Cloud identifiziert und bewertet. Das Ergebnis: CANCOM zählt neben Wettbewerbern wie der Deutschen Telekom oder DATAGROUP sowohl im Bereich Managed Services als auch im Bereich Managed Hosting von Private- und Hybrid-Cloud-Datcenter-Lösungen zu den führenden Anbietern.

DATENSCHUTZ UND -SOVERÄNITÄT

Zwar sind durch Corona manche Bereiche der Digitalisierung etwas aus dem Mittelpunkt des öffentlichen Interesses gerückt, was an ihrer Brisanz jedoch nichts geändert hat. So sind beispielsweise für Behörden und Schulen die Themen Datenschutz und Datensouveränität weiterhin von großer Bedeutung, da sie regelmäßig mit sensiblen, personenbezogenen Daten zu tun haben.

Um das Thema Datensouveränität in der Praxis anzugehen, müssen Behörden und Schulen die beiden Facetten der Datensouveränität beachten: Datentransparenz und Datenkontrolle.



CANCOM – hier im Bild die Zentrale in München – unterstützt seine Kunden seit mittlerweile 30 Jahren mit umfassender IT-Expertise sowie einem ganzheitlichen und innovativen Portfolio.

- Unter Datentransparenz versteht man, dass die jeweiligen Betroffenen genau über den Umfang, die Umstände sowie ihre Rechte informiert werden, wenn es um die Verarbeitung ihrer persönlichen Daten geht. Wie die DSGVO hervorhebt, müssen die Informationen dabei leicht zugänglich, verständlich und in einfacher Sprache verfasst sein.
- Die Datenkontrolle besagt, dass Betroffene jederzeit das Recht haben, Auskunft über die Nutzung ihrer personenbezogenen Daten zu erhalten. Falls erwünscht, können Betroffene eine Korrektur oder sogar

Löschung der Daten beantragen. Die DSGVO spricht in diesem Kontext vom „Recht auf Vergessenwerden“. Sofern bestimmte Gründe vorliegen (z. B. wenn die Verarbeitung der Daten nicht mehr erforderlich ist), muss diese Löschung unverzüglich erfolgen. Auch in diesem Zusammenhang können Kunden auf das Know-how und IT-Lösungsangebot von CANCOM vertrauen. Sie profitieren dabei von der umfangreichen Expertise sowie einem ganzheitlichen und innovativen Portfolio, das alle Anforderungen abdeckt – IT von A bis Z. ■

CANCOM

CANCOM a+d IT Solutions GmbH
Tel.: +43/800/500 833
vertrieb@cancom.at
www.cancom.at

DIGITALE TRANSFORMATION – MIT KUMAVISION ALLE CHANCEN NUTZEN

KUMAVISION begleitet den Mittelstand auf dem Weg in die digitale Zukunft: durch moderne Business-Software auf Basis von Microsoft Dynamics 365 sowie durch strategische Beratung und konkrete Unterstützung bei der Planung, Durchführung und Evaluierung von Digitalisierungsprojekten.

Ob ERP, CRM, DMS, Business Intelligence oder IoT: Digitalisierung mit KUMAVISION ist der Schlüssel zu höherer Effizienz und modernsten Technologien. Treiben Sie die digitale Transformation in Ihrem Unternehmen mit KUMAVISION-Branchensoftware für Fertigungsindustrie, Großhandel, Projektdienstleister und Medizintechnik voran. Profitieren Sie von Beratungsangeboten, die perfekt auf mittelständische Unternehmen abgestimmt sind.

BEREIT FÜR DIE DIGITALE TRANSFORMATION

Automatisieren Sie Prozesse, realisieren Sie Einsparpotenziale, steigern Sie die Transparenz und gewinnen Sie neue Einblicke in Ihr Unternehmen. Vernetzen Sie Maschinen, Produkte und Kunden. Reagieren Sie schneller als der Wettbewerb auf veränderte Markt- und Kundenanforderungen. Etablieren Sie neue, zukunftsorientierte Geschäftsmodelle wie Pay per Use oder Predictive Maintenance. Erschließen Sie neue Märkte, bieten Sie innovative Services an und steigern Sie nachhaltig die Kundenbindung. Manche nennen das Ergebnis mehr Erfolg. KUMAVISION nennt es den KUMA-Effekt.

ENTSPANNT IN DIE ZUKUNFT

Die Kombination aus zahlreichen Best-Practice-Prozessen, der Basis Microsoft Dynamics 365 Business Central (vormals

Navision) und der hohen Branchenkompetenz unserer Consultants bringt Ihr Unternehmen entscheidend voran. Die Softwarelösungen von KUMAVISION verfügen schon heute über die Features von morgen:

- Praxiserprobte Funktionen, Workflows und Auswertungen für ausgewählte Branchen
- Nahtlose Integration von ERP, CRM, Business Analytics, DMS u. v. m.
- Einheitliche Datenbasis für alle Anwendungen – ohne Datensilos und ohne Schnittstellenprobleme
- Modern Workplace mit Microsoft Teams, Office und weiteren Anwendungen
- IoT-Integration für eine herstellerunabhängige Vernetzung

DER KUMA-EFFEKT FÜR JEDE BRANCHE

Für noch mehr Effizienz hat KUMAVISION den Standardumfang der bewährten ERP-Standardsoftware Microsoft Dynamics 365 Business Central um zahlreiche Best-Practice-Prozesse erweitert. Die daraus entstandenen KUMAVISION-ERP-Branchenlösungen decken branchenspezifische Anforderungen bereits im Standard ab. Die für unterschiedliche Branchen maßgeschneiderten Lösungen lassen sich schnell einführen, da zeitaufwendige und kostspielige individuelle Entwicklungen nicht mehr erforderlich sind.

- Maschinen-, Anlagen-, Gerätebau
- Auftrags-, Serien- und Projektfertiger

Digitale Transformation mit KUMAVISION



Alle KUMAVISION-Lösungen basieren auf der Technologieplattform Microsoft Dynamics 365.

- Ingenieur- und Projektdienstleister
- Großhandel und Vermietung
- Medizintechnik

DIGITALISIERUNG LEICHT GEMACHT

Ob IT-Strategieberatung, Digitalisierungsberatung oder Unterstützung bei der praktischen Umsetzung: Ein eigenes Team mit Digitalisierungsspezialisten begleitet Sie dabei, Ideen in erfolgreiche Geschäftsmodelle zu verwandeln – mit individuellen Lösungskonzepten und großem Fachwissen. Entlasten Sie Ihre Mitarbeiter, steigern Sie Ihre Produktivität und senken Sie Ihre Kosten.

MAXIMALE ZUKUNFTSSICHERHEIT

Die moderne Plattform Microsoft Dynamics 365, unser Partner Microsoft, ein vielfältiges Angebot an Cloud-Services und Dienstleistungen rund um die Digitalisierung von Unternehmen sorgen für Investitionssicherheit, Skalierbarkeit und höchste Flexibilität. Über 1.800 erfolgreich realisierte Projekte im In- und Ausland, 25 Jahre Erfahrung sowie 750 Berater und Technologieexperten an zahlreichen Standorten in Österreich, Deutschland, in der Schweiz und in Italien (Beteiligung EOS) stehen für erwiesene Branchenkompetenz und Kundennähe. ■



KUMAVISION GmbH

Millennium Park 4, 6890 Lustenau
Tel.: +43/5577/890 62-100
Fax: +43/5577/890 62-101
lustenau@kumavision.com
www.kumavision.at

JEDER BEITRAG ZÄHLT

Welchen Zusammenhang gibt es zwischen den Themen Profitabilität und Nachhaltigkeit? Wie kann Transparenz erreicht werden? Und wo kommen Softwarelösungen ins Spiel? Chief Operating Officer Gregor Grindjan von SAP Österreich gibt Antworten auf diese Fragen.

Nachhaltigkeit ist ein Thema, das Gregor Grindjan privat sehr beschäftigt. Aber auch in seiner Rolle als Chief Operating Officer von SAP Österreich spielt sie eine zentrale Rolle, sind die lokalen Nachhaltigkeitsprojekte des Softwareherstellers doch in seinem Office beheimatet. Im Gespräch mit NEW BUSINESS beleuchtet er den hohen Stellenwert von Nachhaltigkeit für das Unternehmen, seine Kunden und ihn ganz persönlich.

HERR GRINDJAN, ZU BEGINN, WENN AUCH MIT EINEM KNAPPEN JAHR VERSPÄTUNG, WÜRDTE ICH IHNEN GERN ZU IHREM AUFSTIEG ZUM COO GRATULIEREN.

Vielen Dank. Es macht auch jetzt, ein Jahr später, noch Spaß. *(lacht)*

SIE HABEN SICH VON BEGINN IHRER LAUFBAHN AN MIT SAP BESCHÄFTIGT, ODER?

Die Wurzeln liegen schon 17 Jahre zurück. In der klassischen SAP-Beratung habe ich die Liebe zur Software und zur Betriebswirtschaft gefunden. Es hat mich sofort gepackt. Ich bin zwar sehr technikaffin, aber die Betriebswirtschaft hat mich schon immer interessiert. Mein Studium der Geschäftsprozessoptimierung hat das alles vereint. Mittlerweile arbeite ich seit elf Jahren bei SAP in unterschiedlichen Rollen. In meiner neuen Rolle kann ich starke Akzente setzen und mein Wissen bei Kunden einsetzen.

„Nachhaltigkeit wird sich in Zukunft sehr stark in der Profitabilität und Marge widerspiegeln – oder tut das eigentlich schon jetzt.“

**Gregor Grindjan, Chief Operating Officer,
SAP Österreich**

NACHHALTIGKEIT IST FÜR SIE PERSÖNLICH EIN WICHTIGES THEMA, WIE ICH GESEHEN HABE. SIE HABEN BEISPIELSWEISE VOR EINIGER ZEIT IN EINEM LINKEDIN-BEITRAG DIE FRAGE AUFGEWORFEN, OB ES ZWISCHEN NACHHALTIGKEIT UND PROFITABILITÄT EINEN ZUSAMMENHANG GIBT. WIE IST IHRE MEINUNG DAZU?

Seit Februar 2021 ist
Gregor Grindjan als
Chief Operating
Officer für SAP
Österreich tätig.



Foto: SAP Österreich



Alle SAP-Mitarbeiter:innen haben die Wahl, ob sie im Büro oder zu Hause arbeiten wollen. Dieses flexible Arbeitsmodell ist Teil der Dienstverträge.

Profitabilität hängt mittlerweile sehr stark mit nachhaltigem Wirtschaften zusammen. Die Kaufentscheidungen der Konsumenten basieren – und das ist bei mir selbst nicht anders – darauf, wie Unternehmen mit Nachhaltigkeit umgehen. Wo beschaffen sie Ressourcen? Wo und wie wird produziert? Wie sieht es mit dem Social Impact aus? Das wird immer wichtiger. Man merkt das auch daran, dass sich die Unternehmen immer stärker damit auseinandersetzen, wie sie Transparenz gegenüber den Konsumenten schaffen können und wie es mit ihrem CO₂-Haushalt bei ihren Produkten aussieht. Wenn man online bestellt, sieht man oft schon beim Produktkauf Angaben zum CO₂-Fußabdruck, kann zwischen Verpackungsmöglichkeiten wäh-

len oder für einen Aufpreis sogar die CO₂-Neutralität der Bestellung verbessern. Am Feedback merkt man, dass Kunden gern bereit sind, das zu bezahlen, und dabei sogar in Kauf nehmen, wenn die Lieferung deswegen länger dauert. Wenn man sich ansieht, wo die Entwicklung gerade im Bereich Fördertöpfe, Unterstützungen, Auftragslagen oder Ausschreibungen hingeht, bin ich davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit immer signifikanter wird. Nachhaltigkeit wird sich in Zukunft sehr stark in der Profitabilität und Marge widerspiegeln – oder tut das eigentlich schon jetzt.

SAP GEHT MIT SEINEN NACHHALTIGKEITSBESTREBUNGEN SEIT JAHREN MIT GUTEM



„Es ist meine persönliche Meinung, dass jeder noch so kleine Beitrag wichtig ist und zählt, auch im privaten Bereich.“

**Gregor Grindjan, Chief Operating Officer,
SAP Österreich**

BEISPIEL VORAN. DAS SIEHT MAN DARAN, DASS SIE LETZTES JAHR ZUM 15. MAL IN FOLGE ALS FÜHRENDES UNTERNEHMEN DER SOFTWAREBRANCHE IM DOW JONES SUSTAINABILITY INDICES AUFGEFÜHRT WURDEN. WAS TUT SAP KONKRET?

Wir betreuen das Thema nicht erst seit gestern, das stimmt. 2009 haben wir den ersten Schritt gesetzt und erste Emissionseinsparungsprogramme ins Leben gerufen. Das geschieht seitdem konsequent und effizient. Wir sind zwar ein Softwarehersteller, aber sehen uns genau an, wo wir Stellhebel haben. Es ist meine persönliche Meinung, dass jeder noch so kleine Beitrag wichtig ist und zählt, auch im privaten Bereich. Jedes Unternehmen, das auf dem globalen

Markt wirtschaftet, muss Verantwortung übernehmen. Deswegen bin ich stolz, bei SAP zu sein, weil wir das sehr ernst nehmen und mit vollem Herzblut leben. Sowohl auf globaler Ebene, aber auch lokal. Das Thema Nachhaltigkeit ist bei der Geschäftsführung angesiedelt, und wir können somit in Österreich Nachhaltigkeitsprojekte fördern und unterstützen. Das Unternehmensleitbild lautet „make the world run better and improve people's lives“ und ist nicht nur ein netter Slogan. Wir haben zwei Ansprüche. Der erste ist, dass wir als Vorbild am Markt agieren wollen. Alles, was wir tun, hat einen Impact auf unseren Markt. Was wir entscheiden, muss eine positive Vorbildwirkung haben. Der zweite ist, dass wir Möglichmacher sein wollen, um mit unseren Lösungen und gemeinsam mit unseren Kunden in einer Partnerschaft das Thema Nachhaltigkeit in deren Betrieben weiterzubringen. Ganz konkret werden wir bis 2023 klimaneutral sein, statt wie ursprünglich geplant

bis 2025. Wir sind in der Lage, dieses Ziel früher zu erreichen. Die Covid-Situation war augenöffnend. Von einem Tag auf den anderen gab es Reisetopps. Wir sind ein Unternehmen mit viel Beratungstätigkeit bei unseren Kunden, das heißt auch Reisetätigkeit, und haben erkannt, dass das Business trotzdem effizient weiterläuft. Auch sehr viele Industrieunternehmen haben gesehen, dass Homeoffice gut funktioniert. Die Mitarbeiter sind genauso engagiert, genauso effizient und müssen nicht jeden Tag ins Büro und im Stau stehen. Allein das Covid-Jahr 2020 hat sehr stark dazu beigetragen, dass der CO₂-Fußabdruck nach unten gegangen ist. Wir haben gleich gehandelt und in unsere Dienstverträge ein flexibles Arbeitsmodell einfließen lassen. Alle unsere Mitarbeiter weltweit haben dadurch die Möglichkeit, für sich flexibel zu



SAP unterhält nicht nur selbst eine Flotte von E-Fahrzeugen, sondern unterstützt mit seiner Lösung SAP E-Mobility auch seine Kunden in diesem Bereich.

wählen, ob sie ins Büro fahren oder von zu Hause arbeiten. So hat man auch letztes Jahr wieder gesehen, dass der CO₂-Fußabdruck, natürlich auch beeinflusst durch Lockdowns, weiter gesunken ist. Wenn ich intern eine Reise buche, sehe ich zum Beispiel, welchen CO₂-Fußabdruck das hinterlassen würde. Man überlegt bereits im Vorfeld, ob die Reise notwendig ist. Wir sind viel flexibler geworden. Für eine Stunde Meeting muss man nicht in den Flieger. Wenn eine Reise wirklich notwendig ist, geht von der eigenen Kostenstelle ein kleiner Beitrag an die Kostenstelle des Sustainability-Managers, der dieses Geld für Nachhaltigkeitsprojekte verwendet. Eine Stellschraube ist also die Reduktion von Reisen. Aber wir sind nicht nur Softwarehersteller, sondern haben auch Rechenzentren. Dort wurde vom ersten Tag an darauf geachtet, nachhaltige, energieeffiziente Konzepte anzuwenden. Mit lokalen Projekten leisten wir außerdem in Österreich einen Beitrag.

SIE HABEN EINEN WESENTLICHEN PUNKT ANGESPROCHEN: NUR MIT DEM ERHEBEN VON DATEN WIRD DER EINFLUSS VON MASSNAHMEN UND DEN EIGENEN ENTSCHEIDUNGEN NICHT NUR MESSBAR, SONDERN IN GEWISSE WEISE AUCH FÜHLBAR. MAN MUSS MESSEN UND VERGLEICHEN, UM AUCH TATSÄCHLICH HANDELN ZU KÖNNEN. DARUM GEHT ES IM ENDEFFEKT DOCH AUCH BEI IHREN LÖSUNGEN IN DIESEM BEREICH, ODER?

Die Stärke von SAP war und ist, dass wir es den Kunden ermöglichen, jeglichen Geschäftsprozess, von der Beschaffung der Rohstoffe bis hin zur Produktion und der Auslieferung, zu durchlaufen. So gibt es keinen Medienbruch. Jetzt geht es darum, die eingekauften Rohstoffe und die Produktion nach ihrem CO₂-Fußabdruck zu bewerten. Es geht in erster Linie darum, mit bestehenden Daten Transparenz für die Unternehmenssteuerung zu schaffen. Wir schaffen

Lösungen, um diese komplexeren CO₂-Berechnungen durchzuführen, denn dort ist gerade der größte Hebel. Wir haben drei Evolutionsstufen. Evolutionsstufe Nummer eins ist das Erfüllen von globalen oder regionalen Richtlinien. Der zweite spannende Part ist „chasing zero“, also Emissionen und Abfall auf null zu bringen und die Kreislaufwirtschaft anzuregen. Schritt drei, sozusagen die Königsklasse, ist, nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zu schaffen. Ein gutes Beispiel ist das Unternehmen Colgate-Palmolive, das schon bei der Produktentwicklung darauf achtet, welche Verpackungsmaterialien und Produkte verwendet werden, damit das Erzeugnis vom ersten Tag an nachhaltig ist. Wir unterstützen unsere Kunden schon in der Entstehung ihrer Produkte, um etwa Rohstoffentscheidungen durchführen zu können.

Was mich am meisten motiviert, ist, dass wir den Kunden nicht allein lassen. Wir arbeiten mit unseren Kunden und unseren Lösungen gemeinsam an tollen Projekten. Döhler ist ein gutes Beispiel, bei dem wir gemeinsam mit dem Kunden die komplette Lieferkette nach CO₂-Optimierungspunkten durchsuchen. Für mich ist der gemeinschaftliche Ansatz wichtig. Jeder kleine Beitrag jedes Einzelnen zählt, und in den Synergien und Allianzen steckt Kraft, um am Markt etwas zu verändern.

SAP FÄHRT EINE „EAT YOUR OWN DOG-FOOD“-STRATEGIE, WEIL SIE IHRE EIGENEN LÖSUNGEN AUCH INTERN EINSETZEN, ODER?

Ja, unsere Grundphilosophie ist, dass wir unsere Lösungen klarerweise selbst einsetzen. Wir können unsere Kunden nur dann optimal unterstützen, wenn wir selbst die Vorteile und Nachteile spüren. Seit 2012 ist das Thema Nachhaltigkeit auch in unserem Geschäftsbericht verankert. Wir machen transparent, wo unsere Impacts auf die Umwelt liegen, wo wir Emissions- oder Müllreduktionen erreicht haben,

unseren Energieverbrauch und unsere sozialen Leistungen. Wir messen das Mitarbeiterengagement bei internen Aktivitäten und sorgen für Diversität und Inklusion. Steuern kann man nur mit Transparenz. Das bedeutet einerseits, unsere eigenen Softwarelösungen zu nutzen, aber auch diese Aspekte sehr stark in die Unternehmenssteuerung und -philosophie einzubeziehen. Damit, dass wir das alles in unserem Geschäftsbericht sehr klar darlegen, sind wir sicher auch Vorreiter.

„Was mich am meisten motiviert, ist, dass wir den Kunden nicht allein lassen. Wir arbeiten mit unseren Kunden und unseren Lösungen gemeinsam an tollen Projekten.“

**Gregor Grindjan, Chief Operating Officer,
SAP Österreich**

WIE SIEHT ES BEI DEN ÖSTERREICHISCHEN UNTERNEHMEN MIT DER NACHFRAGE NACH SOLCHEN LÖSUNGEN AUS? STEHEN WIR NOCH AM ANFANG?

Wir sind mittendrin, die Nachfrage der Kunden ist sehr groß. Was sich verändert hat, ist, dass das Thema ganz oben auf der Agenda angekommen ist. Noch vor fünf Jahren gab es vielleicht einen Nachhaltigkeitsbeauftragten, oder einen Quality-Manager, der klassischerweise der erste Vorreiter in dieser Thematik in vielen Unternehmen war und ein kleines Budget dafür hatte. Laut einer Umfrage sind es aber jetzt 48 Prozent der CEOs, die das in ihren Unternehmen selbst umsetzen und es zu ihrer Philosophie machen. In Österreich sind wir da sehr weit vorn. Jeder Geschäftsführer und jedes Vorstandsmitglied hat das Thema auf dem Radar. Bei jeder Kundendiskussion geht es auch darum, wie das jeweilige Thema mit Nachhaltigkeit zusammenspielt. Wir sind also nicht am Anfang, sondern

Foto: Ingo Cordes/SAP

kontinuierlich mit diesem Thema beschäftigt. Bei unseren letzten Produkt-Announcements aus diesem Bereich sind die Account-Teams schon am nächsten Tag von den Kunden angerufen worden. In Österreich sind wir da, wie so oft, Vorreiter und hinken nicht hinterher. Das ist sehr schön zu sehen.

DAS IST EINE GUTE NACHRICHT. SIE HABEN ERWÄHNT, DASS DIE PANDEMIE DIVERSEN THEMEN VORSCHUB GELEISTET HAT. KANN DIESER SCHWUNG IN DIE ZEIT NACH DER PANDEMIE MITGENOMMEN WERDEN?

Ich bin mittlerweile fest davon überzeugt, dass es bei einer Balance zwischen Reiseminimierung und der Rückkehr ins Büro bleibt. Was mir bei Industriekunden, für die Homeoffice ein No-Go war, aufgefallen ist, ist, dass sie dem gegenüber mittlerweile komplett offen sind. Das Mindset hat sich bewegt. Kandidaten fordern Homeoffice und Flexibilität mittlerweile auch in Bewerbungsgesprächen. Ich bin überzeugt, dass Mitarbeiter nicht mehr zu hundert Prozent

„Man geht viele Themen oft viel zu komplex an. Besser ist es, man beginnt mit schnellen, kleinen Häppchen, die man leicht verdauen kann.“

**Gregor Grindjan, Chief Operating Officer,
SAP Österreich**

von Montag bis Freitag im Office sein werden und in vielen Fällen auch Remote-Termine statt Reisen bestehen bleiben. Ob das in Ewigkeit so bleiben wird? Ich hoffe es.

Auf der anderen Seite merkt man auch im privaten Umfeld, dass die Reiselust steigt. Aber man überlegt zweimal, ob es wirklich der 46-Euro-Flug nach Lissabon sein muss oder ob man sich für eine Fluglinie entscheidet, die besser mit dem Thema Nachhaltigkeit umgeht.

Ob und wie schnell das Pendel zurückschwingt, das kann ich nicht beantworten. Aber ich gehe davon aus, dass es eine Balance geben wird. Ich sehe es auch an mir selbst. Ich bin in Linz stationiert, aber als Teil der SAP-Geschäftsführung in Wien, und es ist absolut okay, dass ich zwei Tage in der Woche oder jede zweite Woche in Wien bin. Vor fünf Jahren wäre das wahrscheinlich nicht so gut angekommen, wenn der COO nicht von Montag bis Freitag im Office ist. Da hat sich richtig viel getan.

DIE SAP MIT IHRER TRANSFORMATION IN RICHTUNG CLOUD-UNTERNEHMEN IST GENAU DAFÜR BEREITS GUT AUFGESTELLT. DIE BEREITSTELLUNG VON SOFTWARE FÜR MITARBEITER IM HOMEOFFICE ÜBER DIE CLOUD IST DEUTLICH EINFACHER.

Die Pandemie hat vielen Unternehmen gezeigt, wie viel Flexibilität sie durch Cloud-Lösungen erreichen. Ein gutes Beispiel ist die Signatur von Verträgen. Bei etlichen unserer Kunden mussten Verträge in eine Unterschriftenmappe und zu allen Beteiligten – ein Prozess, der oft bis zu eineinhalb Wochen dauert. Mit unserer Lösung DocuSign ist das in zwei Stunden erledigt. Dadurch werden die Geschäftsabschlüsse viel schneller und effizienter. Das ist eine kleine Anwendung in der Cloud, die viel Flexibilität schafft. Zusammenarbeit und Kollaboration sind nur über solche Cloud-Lösungen möglich.

ICH FINDE ES SEHR SPANNEND, DASS ES OFT GANZ KLEINE DINGE SIND, DIE ENORME AUSWIRKUNGEN HABEN. SO WIE BEI DIESER SIGNATURLÖSUNG. ZWEI STUNDEN STATT EINER WOCHE IST EINE ENORME VERBESSERUNG. DAS IST KEINE KI, KEIN ROBOTERASSISTENT ODER WAS AUCH IMMER, ABER TROTZDEM KÖNNEN SEHR SCHNELL GROSSE POTENZIALE GEHOBBEN WERDEN.

Jeder noch so kleine Beitrag zählt. Das ist wie ein Butterfly-Effekt oder wie wenn man einen



Allein 2021 hat SAP mehrere Lösungen präsentiert, die Unternehmen dabei unterstützen, einen noch nachhaltigeren Kurs zu setzen.

Stein ins Wasser wirft. Man geht viele Themen oft viel zu komplex an. Besser ist es, man beginnt mit schnellen, kleinen Häppchen, die man leicht verdauen kann, wie so einer Unterschriftenlösung. Viele von solchen kleinen Veränderungen öffnen das Mindset eines Unternehmens.

DIESE HÄPPCHEN MACHEN DANN ALSO APPETIT AUF MEHR. WENN WIR SCHON BEI DEN LÖSUNGEN SIND - WOLLEN SIE UNS VIELLEICHT EINEN KLEINEN ÜBERBLICK ÜBER DIE NACHHALTIGKEITSLÖSUNGEN VON SAP GEBEN?

Sehr gern. Die Hauptthemen spielen sich natürlich in unserem SAP-Kern ab, weil das die Grundlage für jeden Geschäftsprozess ist. Aber wir haben letztes Jahr viele Lösungen zu diesem Thema angekündigt. Die erste nennt sich Sustainability Control Tower, die Unternehmen hilft, Geschäftsentscheidungen auf Basis von Daten aus dem ERP, aber auch anderen Systemen zu treffen, die für die jeweiligen Fachbereiche aufbereitet werden. Wir nennen das „steering

to zero“, also die Entscheidungen auf dem Weg zu zero emission auf Basis der Daten und Fakten, die das Unternehmen hat, zu treffen und Transparenz für alle Abteilungen zu schaffen. Das war das zuletzt präsentierte Produkt.

Sehr spannend ist das Product Footprint Management für die Berechnung des Emissionsausstoßes anhand von Rohstoffwerten und Logistikprozessen. Das ist im Moment das gefragteste Tool, von Großunternehmen bis zum Mittelstand. Wir haben Lösungen für jede Unternehmensgröße.

Ebenfalls spannend ist unsere Travel-Management-Lösung SAP Concur, die es mittlerweile schafft den CO₂-Fußabdruck über alle Reizenetzwerke hinweg zu berechnen, um Reisen transparenter zu machen. Erwähnenswert ist auch SAP Responsible Design and Production, mit dem schon in der Produktentwicklung sehr viele Entscheidungen getroffen werden können, wie ein Produkt im Sinne einer Kreislaufwirtschaft designt werden kann, wie man mit der Abfallwirtschaft umgeht, beispielsweise ob die Verpackung kompostierbar ist.



In den Rechenzentren von SAP wurde vom ersten Tag an darauf geachtet, dass nachhaltige, energieeffiziente Konzepte zur Anwendung kommen.

Die Roadmap wird immer länger, wir werden sicher noch vieles zu diesem Thema announce. Ebenfalls kürzlich angekündigt wurde das Produkt SAP E-Mobility, das bei E-Fahrzeugen unterstützt. Wir sehen das selbst, weil auch wir viele E-Fahrzeuge im Einsatz haben: Es kommen alle zur selben Zeit und stecken ihre Fahrzeuge an. Das erzeugt eine Stromspitze. Diese E-Mobility-Lösung sorgt für ein intelligentes Lademanagement. Wenn 50 Autos gleichzeitig angesteckt sind, kann der einzelne Arbeitnehmer sagen, er braucht das Fahrzeug erst morgen wieder, und das System reguliert den Ladevorgang entsprechend, um diese Spitze abzufangen. Das wurde letztes Jahr announce, und quasi im gleichen Augenblick haben die Telefone zu klingeln begonnen. Wir haben einige solcher kleineren Lösungen, die man schnell adaptieren kann.

SIE HABEN VORHIN DAVON GESPROCHEN, DASS SIE AUCH LOKAL MÖGLICHKEITEN HABEN, NACHHALTIGKEITSMASSNAHMEN ZU SETZEN, WIE ETWA BIENEN AUF DER DACH-

TERRASSE. WAS IST DENN IN DIESER RICHTUNG IN ÖSTERREICH IN PLANUNG?

Unsere letzten Projekte waren alle erfolgreich, wie etwa zum Thema Müllverwertung, wo wir Speisereste zu Strom verwerten, oder unsere Photovoltaikanlage auf dem Dach. Heuer wollen wir Bewusstsein beim Einkauf schaffen. Wir arbeiten mit einem österreichischen Start-up zusammen, das den Einkaufsbeleg analysiert, Feedback über den CO₂-Fußabdruck gibt und alternative Empfehlungen macht. Dadurch können wir als SAP Österreich durch Änderung des Einkaufsverhaltens im privaten Umfeld zur Einsparung von CO₂ beitragen.

DAS IST EIN TOLLER ANSATZ, BEI DEM SICH DIE WELLEN, DIE IM UNTERNEHMEN GESCHLAGEN WERDEN, IM PRIVATEN FORTSETZEN. WOBEI NATÜRLICH DIE GROSSEN VERBRAUCHER AUCH GRÖßERE VERANTWORTUNG TRAGEN.

Absolut. Man muss sich nur ansehen, welche Unternehmen die größten Beiträge zum Klima-

schutz leisten können. Umso wichtiger ist es, dass die entsprechenden Investitionen in größerem Umfang anlaufen. Mir persönlich ist wichtig, dass diese Investitionen keine Augenauswischerei sind, sondern wirklich signifikant. Wir wollen als nächstes Projekt unseren Mitarbeitern auch Fahrräder zur Verfügung stellen, über einen Leasing-Partner. Man darf nicht kurzfristig denken, sondern muss mittel- bis langfristig agieren.

SIE HABEN ES GERADE ZWAR NICHT BEIM NAMEN GENANNT, ABER ANGEDEUTET: GREENWASHING. IST DAS HEUTE NOCH EIN THEMA? DARAUF WIRD DOCH SCHON SEHR GEACHTET.

Die Folgeschäden davon sind zu groß, als dass sich das noch jemand erlauben würde. Das passiert nicht mehr, im Gegenteil. Man versucht eher, gemeinsame Standards zu definieren, um Schwierigkeiten, wie es sie früher zum Beispiel bei Bio-Zertifikaten und -Logos gegeben hat, zu vermeiden. Es geht heute darum, Standards zu schaffen, die für den Endverbraucher transparent sind. In Europa, traue ich mich zu sagen, wird niemand mehr Greenwashing betreiben. Dafür sind die Auswirkungen mittlerweile zu groß und die Möglichkeiten, das herauszufinden, auch.

HABEN SIE SICH FÜR DIE NÄCHSTEN JAHRE AUCH PERSÖNLICHE NACHHALTIGKEITSGIELE GESETZT?

Privat wie beruflich sind mir zwei Punkte sehr wichtig: Der erste ist der bewusste Umgang mit Reisen. Nächste Woche fahre ich nach Budapest, und mein erster Gedanke war, weil ich ein E-Auto fahre, wo ich laden muss. Aber dann habe ich mich entschieden, mit dem Zug zu fahren. Da kann ich sogar arbeiten. Wenn ich mir etwas wünschen könnte, dann das, dass sich mehr Mitarbeiter zu nennen wir es „Reise-Community“ zusammenschließen. Das pas-

siert in Österreich noch zu wenig. Der zweite Part, der eine große Rolle in meinem Leben spielt, ist lokales Einkaufen. In Oberösterreich gibt es an jeder Ecke einen Landwirt, der seine Produkte verkauft. Dieses bewusste Einkaufen ist vielleicht aufwendiger, weil man sich damit auseinandersetzen muss und nicht einfach schnell den Einkaufswagen füllen kann, ich fühle mich dann aber beim Konsumieren viel wohler. Das Lokale zu unterstützen, macht viel mehr Freude, als ein Produkt zu kaufen, das vielleicht auf den ersten Blick günstiger und attraktiver ist, aber aus tausenden Kilometern Entfernung kommt. Bewusstes Reisen und Einkaufen sind für mich in den nächsten Jahren große Themen. Ich habe gemerkt, dass in diesen Bereichen viele umdenken. ■

INFO-BOX

Zur Person

Seit 1. Februar 2021 zeichnet Gregor Grindjan als Chief Operating Officer für SAP Österreich verantwortlich. Vor diesem Karriereschritt entwickelte er als Head of Digital Supply Chain mit seinem Team in 17 Ländern der Region CEE neue Themen rund um das SAP-Supply-Chain-Portfolio weiter. Davor war Grindjan bereits sechs Jahre erfolgreich als Account Executive für Large-Enterprise-Kunden im Segment produzierende Unternehmen tätig. Seine Karriere bei SAP startete er 2011 im Vertrieb für SAP-Cloud-Lösungen und war für den Aufbau des Cloud-Markts und der entsprechenden Partnerlandschaft in diesem Bereich verantwortlich. Vor seinem Wechsel zu SAP arbeitete Grindjan u. a. bei Siemens, NÖM AG und Battenfeld Kunststoffmaschinen in beratender Funktion für die Supply-Chain. Grindjan hat zwei Universitätsabschlüsse, einen Master in Prozess- und Produktionsmanagement und ein Diplom (FH) in Wirtschaftsingenieurwesen. Darüber hinaus unterrichtete er als Dozent an der Fachhochschule Wiener Neustadt.

Foto: SAP SE/Thomas Leonhardt

REGIONALER SERVICEPROVIDER REALISIERT HYBRIDE SET-UPS

Robert Pumsenberger ist Geschäftsführer der conova communications GmbH, die mit sieben Data-Centern in Salzburg zu den größten Rechenzentrumsbetreibern der Region zählt. Im Interview erzählt er über den Stellenwert eines österreichischen Serviceproviders, die Vorteile eines georedundanten IT-Betriebs und hybride Cloud-Szenarien.

Bereits seit über 30 Jahren bietet conova hochverfügbare IT-Lösungen aus den eigenen Rechenzentren. Mit dem Aufkommen von Public Clouds ergeben sich neue Chancen mit hybriden Ansätzen für den Data-Center-Experten.

HERR PUMSENBERGER, WIE WICHTIG SIND IN ZEITEN VON GROSSEN PUBLIC-CLOUD-LÖSUNGEN LOKALE RECHENZENTREN?

Sehr wichtig. Weil sich alle Unternehmen schwertun, Experten am Arbeitsmarkt zu

finden, Kunden ihre Daten „in der Nähe haben wollen“, IT-Abteilungen einen Cloud-Lock-in vermeiden wollen oder einfach das Kostenmodell der Hyperscaler bei manchen Use-Cases nicht passt – deshalb ist die Nachfrage nach lokalen Data-Centern weiterhin ungebrochen.

WIE SIEHT FÜR SIE EIN IDEALES HYBRIDES SET-UP AUS, UND WELCHE ROLLE KANN DIE CONOVA DABEI ÜBERNEHMEN?

Wir legen gemeinsam mit unseren Kunden fest, wo welche Workload am besten platziert ist, und betreiben die Infrastruktur ganzheitlich. Ob in einem unserer Data-Center oder in einer der Public Clouds managen wir die IT mit den gleichen Tools sicher und hochverfügbar – direkte, hochperformante Verbindungen mit garantiertem SLA zu den Hyperscalern inklusive und aus einer Hand!



„Die Zukunft der IT-Infrastrukturen ist hybrid – Unternehmen werden den Betrieb ihrer Basis-IT an verlässliche Partner auslagern und auf einen idealen Mix aus lokalen Data-Centern und Public-Cloud-Services setzen.“

**Robert Pumsenberger, Geschäftsführer
conova communications GmbH**



Die conova Data-Center sind ISO-27001- und EN-50600-zertifiziert und bieten höchste Sicherheitsstandards für den hochverfügbaren und georedundanten Betrieb der IT-Systeme.

WELCHE KONKRETE VORTEILE HABEN UNTERNEHMEN, WENN SIE DIE IT-INFRASTRUKTUR BEI EINEM SERVICEPROVIDER BÜNDELN?

Ganz klar: Alles aus einer Hand, und unsere Data-Center bieten höchste Sicherheitsstandards, um die IT hochverfügbar und 24×7 zu betreiben. Durch mehrere Standorte können wir die Services georedundant in unterschiedlichen Verfügbarkeitszonen betreiben.

WOHIN GEHT IHRER MEINUNG NACH DER TREND IN DER IT-BRANCHE?

IT-Infrastruktur wird „aus der Steckdose“ kommen. Dabei ist ein Mix aus lokalen Data-Centern und Public-Cloud-Diensten optimal. Die Unternehmen können sich dann auf die Optimierung und den Ausbau ihrer Geschäfte konzentrieren und sich bei den Basis-IT-Services auf einen starken Partner verlassen. ■



conova communications GmbH

Karolingerstraße 36a
5020 Salzburg
Tel.: +43/662/22 00
sales@conova.com
www.conova.com

WELCHE IST DIE RICHTIGE?

SAP S/4HANA wird in verschiedenen Formen angeboten. Sonja König von prodata, dem führenden österreichischen Zollsoftwarehersteller für SAP-Systeme, stellt die Optionen einander gegenüber.

S/4HANA, das neue, zukunftsfähige SAP-ERP-System mit integrierter KI, maschinellem Lernen und erweiterten Analysen, wird in drei Formen angeboten: On-Premise, als Hybrid- oder Cloud-Installation. Letztere wird zudem entweder in der Public Edition (HANA Cloud Platform) oder Private Edition (HANA Enterprise Cloud) offeriert. Welche ist nun die richtige für mein Unternehmen?

DIE ON-PREMISE-OPTION

Bei On-Premise betreibt der Kunde SAP als klassische Softwarelösung auf seinen eigenen Servern, einschließlich der HANA-Datenbank. Diese Option bietet den größten Grad an individueller Anpassbarkeit, da alles inhouse nach den eigenen Vorstellungen geformt und erweitert werden kann. Für Unternehmen, die die volle Kontrolle über ihre Daten sowie Prozesse wollen, ist dies die bevorzugte Wahl.

DIE CLOUD-OPTION

Die Cloud-Variante ist eine SaaS-Lösung (Software as a Service), die den Vorteil bringt, dass weder erforderliche Hardware, Datenbanken noch eine eigene SAP-IT-Basis im Haus benötigt wird. In solch einem Managed System übernimmt SAP selbst die Verwaltung, und dafür muss eine monatliche Wartungsgebühr geleistet werden, die sich nach Art der Cloud richtet. Auch zwischen unterschiedlichen Cloud-Anbietern kann gewählt werden: SAP, Google, Microsoft Azure etc.

DIE PUBLIC CLOUD (HANA CLOUD PLATFORM)

Die Public Cloud gibt es bereits für kleines Geld und ist unter idealen Umständen innerhalb weniger Wochen einsatzbereit.



1

On-Premise, Hybrid oder Cloud, Public oder Private? Wer die Wahl hat, hat die Qual.

Wenn Ihr Unternehmen nur über Standardprozesse verfügt, kommen Sie mit dieser Variante womöglich gut zurecht. Jedoch gilt es zu bedenken, dass weniger Funktionen und Anpassungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen. Zudem wird nur eine begrenzte Anzahl von Branchen und Sprachen unterstützt. Unbedingt zu bedenken ist auch, dass lediglich mit Greenfield (komplette Neuinstallation ohne Altdatenmigration) ein Weg in die Public Cloud führt. Für viele ist das ein klares Ausschlusskriterium.

DIE PRIVATE CLOUD

(HANA ENTERPRISE CLOUD)

Im Gegensatz zur Public Edition, bei der jeder Kunde dieselbe Cloud nutzt, verfügt man bei der Private Edition über eine eigene virtuelle private Cloud. Der Vorteil: mehr Flexibilität und Einfluss auf das SAP-System. Während in der Public Cloud Software-Updates nach dem Zeitplan der SAP automatisch eingespielt werden, kann dies bei der Private Edition eigenständig geplant werden. Außerdem können Sie mit bestehenden Daten aus Ihrem alten ECC-6.0-System auf die S/4 Privat Cloud migrieren. In der Private Edition sind zudem Codemodifizierungen, Erweiterungen und die Implementierung von Drittanbieter-Add-ons wie z. B. die prodata-Add-ons für Zoll und Außenhandel, möglich.

Der große Nachteil aller Cloud-Varianten: Sensible Unternehmensdaten liegen in einer Cloud, und mangelnde Flexibilität und Kontrollmöglichkeiten müssen, zumindest in der kostengünstigeren Public Cloud, in Kauf genommen werden. Unternehmen, die auf Datenschutz und Prozessoptimierungen großen Wert legen,

geben daher der On-Premise-Variante klar den Vorzug. Wer mit der Speicherung seiner Unternehmensdaten in der Cloud leben kann, für den ist die neue Private Edition eine interessante Option.

DIE HYBRID-OPTION

Bei der Hybrid-Option handelt es sich um eine Mischform, bei der der Cloud-Provider Netzwerk, Storage, Server und Virtualisierung übernimmt. Das Unternehmen entscheidet, ob es mit der Variante Plattform as a Service (PaaS) nur Anwendungen und Daten selbst verwaltet oder lieber mit Infrastructure as a Service (IaaS) auch Laufzeit, Middleware und Betriebssystem kontrolliert. In beiden Fällen muss sich der Kunde zwischen der Public oder Private Cloud entscheiden. Die ausgelagerten Aufgaben übernimmt dann beispielsweise ein SAP-Partner für das Unternehmen.

RISE WITH SAP

RISE with SAP nennt sich der neue Service der SAP, um Unternehmen in ihren Transformationsprozessen optimal zu unterstützen und den Umstieg in die Cloud zu erleichtern. Mit Business-Transformation as a Service bietet SAP beispielsweise im Zuge einer S/4HANA-Migration eine kundenindividuelle Gesamtstrategie, die nicht nur auf das einzelne Projekt, sondern auf alle Bereiche und Prozesse eines Unternehmens abzielt. Dem Kunden wird ein maßgeschneidertes Paket an Lösungen und Produkten vorgeschlagen. Das bedeutet im Konkreten, dass alle Tools, Lösungen und Services aus einer Hand stammen – also ein einziges Service Level Agreement (SLA) mit der SAP. ■

Sonja König, B.Sc.

ist Assistentin der Geschäftsleitung sowie für Marketing & Website der prodata GmbH zuständig.
Dieser Artikel ist ursprünglich unter www.prodata.at/blog erschienen.



STARKES ERP-SYSTEM – STARKER PARTNER

Die rs2 ERP-Software von Ramsauer & Stürmer zählt seit vielen Jahren zu den führenden ERP-Lösungen am österreichischen Markt. Mit dem Tech-Konzern Aptean als neuem Eigentümer und einer frischen heimischen Partnerschaft baut R&S sein Angebot nun weiter aus.

Ob Salzburger Flughafen, Recheis Eierteigwaren, der Möbelhersteller Team 7 oder die Erzdiözese Wien – wenn es um moderne Business-Software geht, vertrauen zahlreiche heimische Unternehmen und Non-Profit-Organisationen auf die ERP-Software von Ramsauer & Stürmer (R&S).

Kein Wunder, denn durch die Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Unternehmen sind die Lösungen von Ramsauer & Stürmer seit jeher besonders flexibel und anwenderfreundlich. Das Salzburger Softwarehaus überzeugt seine Kunden mit maßgeschneiderten Branchenlösungen, unternehmensspezifischen Anpassungen und innovativen Prozesstools. Als Standardsoftware in die Unternehmensstruktur integriert, ist rs2 zudem zu 100 Prozent releasefähig.

ZUKUNFTSWEISENDE ENTWICKLUNGEN

2021 holte Ramsauer & Stürmer mit dem Tech-Konzern Aptean einen technologischen Investor und neuen Eigentümer an Bord, der das weitere Wachstum und den Ausbau des Cloud-Angebots unterstützt. „Wie in der Vergangenheit bieten wir eine stabile und zukunftsweisende Ausrichtung unseres rs2 Produkts. Unsere Kunden kön-

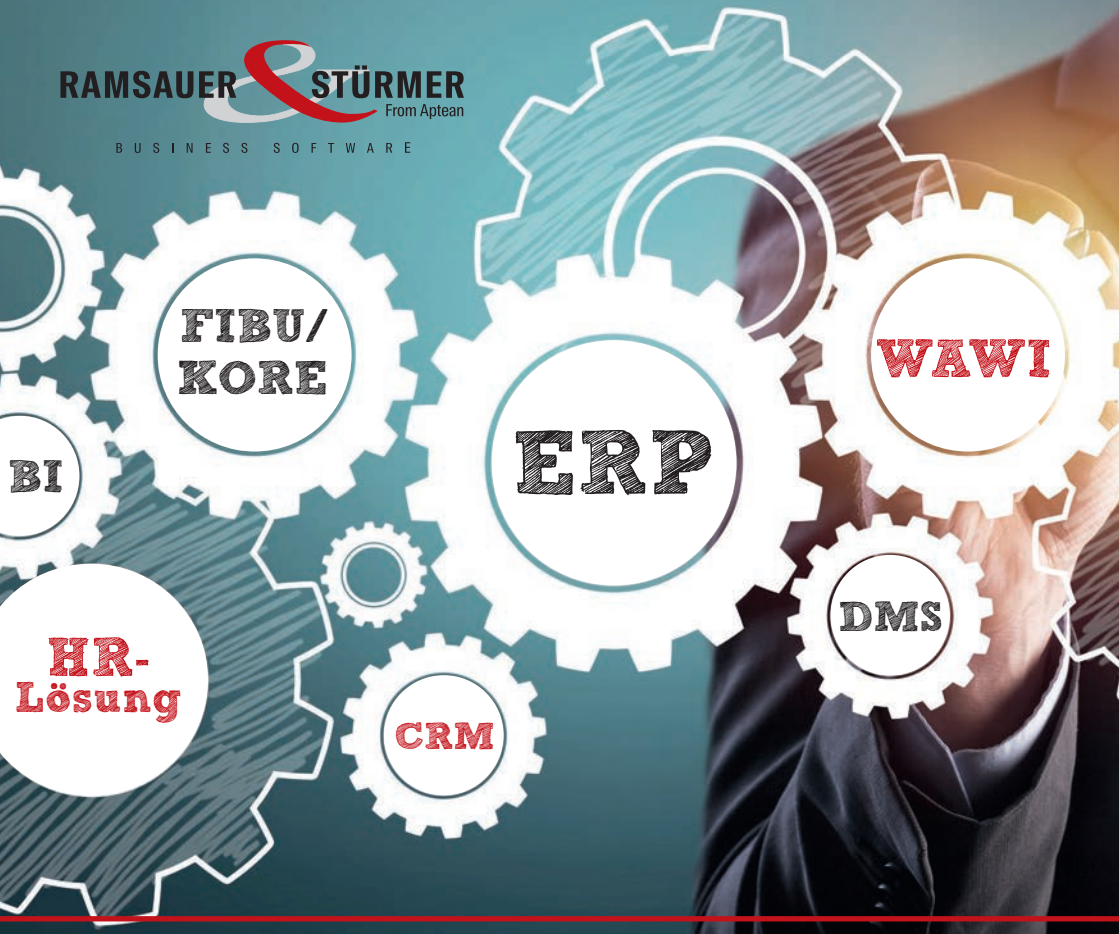
nen mit funktionalen Erweiterungen aus der Aptean-Technologiebasis auf ein erweitertes Portfolio zugreifen. 24/7-Support, Rechenzentrumsbetrieb, mobile Offline-Lösungen, oder ein mobiles Bezahlsystem sind nur der Beginn. Damit stärken wir unser gesamtes rs2 Produktangebot“, macht der R&S-Geschäftsführer Markus Neumayr die neuen Möglichkeiten deutlich.

RAMSAUER & STÜRMER UND JET ERP: EINE STARKE ÖSTERREICH-CONNECTION

Im Jänner 2022 wurde JET ERP, auch bekannt unter der Marke „Data Systems – Solutions made in Austria“, zweiter österreichischer ERP-Spezialist in der Aptean-Gruppe. Der Softwareanbieter mit Sitz in Wien ist Hersteller von ERP- und Zusatzlösungen für mehr als 350 Unternehmen in der Fertigungs- und Bauindustrie. Unter dem gemeinsamen Dach von Aptean setzen Ramsauer & Stürmer und JET ERP zukünftig auf eine starke Österreich-Connection. Das gemeinsame Ziel: zukünftig noch schneller auf die Bedürfnisse der österreichischen Unternehmen zu reagieren und den Kunden ein erweitertes Leistungsspektrum und noch mehr Kompetenz zur Verfügung zu stellen. ■

RAMSAUER & STÜRMER
From Aptean
BUSINESS SOFTWARE

Ramsauer & Stürmer Software GmbH
Dorfstraße 67
5101 Bergheim bei Salzburg
Tel.: +43/662/63 03 09
www.rs-soft.com
software@rs-soft.com



Smarte ERP-Software für alle Branchen

Ein offenes Ohr für Kundenbedürfnisse, innovative Entwicklungen und maßgeschneiderte Branchenlösungen machen Ramsauer & Stürmer zu einem der führenden Anbieter von Business-Software in Österreich.

Die ERP-Lösung „rs2“ bedient das gesamte betriebswirtschaftliche Spektrum: vom Rechnungswesen über Logistik und Produktion bis zu CRM, DMS und Personalverwaltung. Innovative Prozesstools wie Process Mining und KI sorgen modulübergreifend für effiziente Prozesse.

Erfahren Sie mehr unter:
www.rs-soft.com

Ramsauer & Stürmer Software GmbH
5101 Bergheim bei Salzburg | Dorfstraße 67
Tel.: +43 662 63 03 09 | software@rs-soft.com

FAHRT AUFGENOMMEN

Seit 2021 ist Steffen Lange Country Leader für Österreich im Team des CRM-Anbieters Salesforce. NEW BUSINESS hat ihn gebeten, knapp ein Jahr nach seinem Amtsantritt Bilanz zu ziehen und ein Bild der aktuellen Trends zu zeichnen.

Salesforce ist ein globaler Anbieter von cloudbasierenden Lösungen für das Customer-Relationship-Management (CRM). Im Frühjahr des vergangenen Jahres ist Steffen Lange als Country Leader für Österreich zum Team gestoßen. Es war aber weniger ein Kennenlernen als vielmehr ein Wiedersehen, denn der in der Branche ausgezeichnete vernetzte CRM-Experte war bereits von 2012 bis 2014 für Salesforce tätig.

HERR LANGE, SIE SIND SEIT FAST EINEM JAHR COUNTRY LEADER BEI SALESFORCE. WÜRDEN SIE EINE BILANZ ZIEHEN?

Die Digitalisierung hat in Österreich rasant Fahrt aufgenommen – kleine wie große Unternehmen haben erkannt, dass der Ausbau ihrer digitalen Infrastruktur maßgeblich für den wirtschaftlichen Erfolg und die Kundenbindung ist. Im Herbst 2020 hat Salesforce daher seine Aktivitäten in Österreich verstärkt und seitdem kontinuierlich in den österreichischen Markt investiert. Um die wachsende Kundenbasis in Österreich ideal zu unterstützen, setzt Salesforce dabei auf Unternehmen mit lokaler, breit gefächelter Expertise als Vertriebspartner. Wir durften bereits namhafte Unternehmen in Österreich wie Bipa, Almdudler oder Zumtobel bei ihren Digitalisierungsprojekten unterstützen.

HATTE DIE CORONA-KRISE AUSWIRKUNGEN AUF IHR GESCHÄFT?

Wir erleben derzeit, dass Digitalisierung mit all ihren Herausforderungen und Chancen für jedes Business, jede öffentliche Einrichtung und für unsere Gesellschaft als Ganzes unerlässlich ist. Viele Unternehmen haben ihre Prozesse in die digitale Welt verlagert, vor allem cloudbasierte CRM-Software hat seit der Pandemie eine gesteigerte Nachfrage erlebt.

DER RASCHE UMSTIEG AUF HOMEOFFICE MUSS FÜR MANCHE UNTERNEHMEN EIN AUGENÖFFNER HINSICHTLICH DER VORTEILE DER CLOUD GEWESEN SEIN.



Steffen Lange fungiert auch als Start-up-Advisor und Mentor und verfügt über 15 Jahre IT-Businessmanagement-Erfahrung in unterschiedlichen Branchen.

Zu Beginn der Pandemie, als Unternehmen den plötzlichen Wechsel zur Telearbeit vollzogen, übertrugen die meisten einfach ihre Büro Routinen in die virtuelle Welt. Jetzt ist klar, dass der Arbeitsplatz auch in Zukunft nicht mehr so sein wird, wie er einmal war. Unternehmen brauchen eine digitale Unternehmenszentrale, die Abteilungen, Kund:innen und Geschäftspartner:innen verbindet und das Zusammenarbeiten einfach und flexibel macht.

Die überwiegende Mehrheit der österreichischen Unternehmen hat die Wichtigkeit der Digitalisierung für ihren Geschäftsalltag grundsätzlich erkannt. Der Digitalisierungsgrad der einzelnen Unternehmen ist aber noch sehr unterschiedlich, und es besteht – besonders bei KMU – noch Aufholbedarf.

ORTEN SIE DURCH COVID ÄNDERUNGEN DABEI, WIE UND WO GEARBEITET WIRD, UND WERDEN UNS DIESE ERHALTEN BLEIBEN?

Viele Menschen werden auch weiterhin ortsungebunden arbeiten wollen. Unternehmen, die vor der Pandemie noch zögerlich waren, haben erlebt, dass hybrides Arbeiten funktioniert, dass sie ihre Mitarbeiter:innen durch die Einführung flexibler Arbeitszeitmodelle und indem sie eine bessere Work-Life-Balance ermöglichen, langfristig motiviert halten können. Wo früher ein Face-to-Face-Gespräch stattgefunden hat, gibt es heute verschiedene Plattformen und Apps, damit die ganze Belegschaft trotz Distanz eng zusammenarbeiten kann. Mitarbeiter:innen können ortsunabhängig auf Daten sowie Ressourcen zugreifen, und Workflows werden auto-

matisiert. Klar ist, dass die digitale Transformationsreise uns dauerhaft begleiten wird.

WELCHE ART VON LÖSUNGEN WERDEN VON DEN KUNDEN AM MEISTEN NACHGEFRAGT?

Das Kundenverhalten hat sich geändert: Unternehmen müssen ihre Beziehung zu Kund:innen digitalisieren – sie skalieren, modernisieren und Kund:innen dort abholen, wo sie sind. Salesforce Customer 360 ist unsere Plattform, mit der wir Unternehmen bei ihrer digitalen Transformation unterstützen. Mit Customer 360 kann jedes Team – Vertrieb, Service, Marketing, Handel und darüber hinaus – auf einer integrierten, KI-gestützten CRM-Plattform eine einzige, gemeinsame Sicht auf die Kund:innen erhalten. Besonders durch die Umstellung auf Remote Work haben cloudbasierte CRM-Lösungen eine starke Nachfrage erlebt.



„Jetzt ist klar, dass der Arbeitsplatz auch in Zukunft nicht mehr so sein wird, wie er einmal war.“

Steffen Lange, Country Leader für Österreich, Salesforce

Auch Kollaborations-Tools wie Slack werden in Zeiten des digitalen Headquarters verstärkt nachgefragt – statt über isolierte E-Mail-Posteingänge kommunizieren immer mehr Unternehmen mit Lösungen wie Slack, die Informationen an einem Ort für alle sichtbar machen.

RICHTET SICH SALESFORCE MIT SEINEN CLOUD-LÖSUNGEN AUCH AN KLEINERE UNTERNEHMEN?

Kleine und mittlere Unternehmen spielen als Motor der wirtschaftlichen Entwicklung eine entscheidende Rolle in modernen Volkswirtschaften. Gerade in Österreich haben wir einen starken

Fokus auf mittelständische Unternehmen. Mit maßgeschneiderten Lösungen möchten wir die Digitalisierung auch bei KMU vorantreiben, damit unsere Kunden weiter erfolgreich bleiben – auch im internationalen Wettbewerb. Wir sind der Trusted Digital Advisor für Unternehmen jeder Größe und aller Branchen in Österreich; insbesondere für den Mittelstand sind wir der Partner bei der digitalen Transformation.

UNTERNEHMEN TRAGEN IMMER GRÖßERE GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG, UND AUCH DAS THEMA NACHHALTIGKEIT RÜCKT INS ZENTRUM. WIE SEHEN SIE DIESE ENTWICKLUNG?

Bei Salesforce glauben wir, dass Unternehmen die beste Plattform für Veränderung sind. Seit unserer Unternehmensgründung engagieren wir uns konsequent für gesellschaftliche Themen und gemeinnützige Arbeit, beispielsweise über unser 1:1:1-Modell. Das beinhaltet, dass wir ein Prozent Kapital und Produkte spenden, aber auch ein Prozent unserer Arbeitszeit. Das heißt, unsere Mitarbeiter erhalten sieben Tage im Jahr bezahlte VTO-Zeit, in der sie sich für gemeinnützige Organisationen engagieren können.

Salesforce geht beim Thema Nachhaltigkeit mit gutem Beispiel voran und ist mittlerweile entlang seiner gesamten Wertschöpfungskette klimaneutral. Mit unserer Sustainability-Cloud können Unternehmen ihren CO₂-Ausstoß tracken und Kohlenstoffkompensationen mit Berichten verfolgen, die den ESG-Berichtsstandards und -Rahmenwerken entsprechen. Ein Herzensprojekt unserer österreichischen Landesorganisation wurde letztes Jahr in Niederösterreich realisiert: In Groß-Siegharts hat das lokale Salesforce-Team in Zusammenarbeit mit der Organisation Wald4Leben und tatkräftig unterstützt von Kunden und Partnern an nur einem Tag 1.050 Bäume gepflanzt. ■

SVS SETZT AUF DIE POST

Für die Digitalisierung von Akten und Eingangspost vertraut die Sozialversicherung der Selbständigen (SVS) auf die Dienste von Post Business Solutions. Das spart Zeit und bringt weitere Vorteile.

„Physische Dokumente im digitalen Geschäftsprozess zu nutzen, ist Teil der ganzheitlichen Digitalisierungsstrategie der SVS. Damit erreichen wir einen integrierten Workflow, optimieren unsere Prozesse und können einen effizienten und zukunftsorientierten Kundenservice sicherstellen“, beschreibt Hans Aubauer, Generaldirektor der SVS, das umfassende Projekt der Digitalisierung der Akten und Eingangspost. „Wir haben mit der Post Business Solutions einen zuverlässigen, innovativen und lösungsorientierten Partner, der die Umsetzung erfolgreich durchführt“, ergänzt er. Die Zusammenarbeit startete 2015. „Die SVS sammelte Akten, die aneinandergereiht 21 Kilometer ergeben. Das ist die Strecke vom Stephansdom bis zum Flughafen Schwechat“, beschreibt der SVS-Generaldirektor den Archivumfang. „Im Rahmen des Archivprojekts wurden 100 Millionen Seiten gescannt“, berichtet George Wallner, Leiter der Post Business Solutions.

ZEITERSPARNIS UND DATENSCHUTZ

Ergänzend digitalisiert die Post seit 2020 die Eingangspost der SVS. „Die Briefe werden in den Logistikzentren aussortiert und umgehend verarbeitet. Damit wird sowohl auf Post- als auch auf SVS-Seite Arbeit optimiert. Sowohl das Verteilen der Briefe, Schreiben und Co. entfällt als auch die Arbeit in der SVS-Poststelle. Das bedeutet eine Zeitersparnis, und die Dokumente können sofort im digitalen Geschäftsprozess genutzt werden“, erzählt Wallner und



Hans Aubauer (li.), Generaldirektor SVS, mit George Wallner, Leiter Post Business Solutions

ergänzt: „Nach dem Scan wird die Eingangspost datenschutzkonform vernichtet.“ Insgesamt werden rund 800.000 Briefe, das sind 8,5 Millionen Seiten, an 250 Arbeitstagen pro Jahr von der Post gescannt. Das entspricht rund 3.000 Briefen bzw. durchschnittlich 34.000 Seiten pro Tag.

„Wir erreichen eine Integration der unterschiedlichen Eingangskanäle: Post, Fax, E-Mail, App. Unser Ziel ist es, die elektronischen Zustellungskanäle zu verstärken. Wir wissen, dass dies ein langfristiger Prozess ist“, sagt Aubauer und führt weiter aus: „Die Digitalisierung in der Sozialversicherung heißt nicht nur Digitalisierung in den Serviceprozessen und im Gesundheitsbereich, sondern auch in der Abwicklung.“

MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN FÜR DIE VERKAUFSREGION

Seit 2001 programmiert und vertreibt globesystems Business Software GmbH aus Tumeltsham im Innviertel erfolgreich Unternehmenssoftware für KMU.

Die innovative Softwareschmiede aus dem Herzen des Innviertels bringt ihre Produkte in Österreich und Deutschland sowohl eigenständig als auch über zertifizierte Vertriebspartner an den Endverbraucher. Mittlerweile arbeiten rund 350 Firmen mit Softwareprodukten von globesystems.

ERP-SOFTWARELÖSUNG PASST SICH AN UNTERNEHMEN AN

Das Leadprodukt des Unternehmens ist seit einigen Jahren die flexible ERP-Software-Lösung globemanager. „Basis für die Entwicklung des globemanager war eine gründliche, praxisorientierte Bedarfsanalyse. Viele äußerten die Dringlichkeit, alle Unternehmensabläufe zu vereinheitlichen und unternehmensspezifischer zu gestalten sowie den Digitalisierungsprozess im Unternehmen voranzutreiben. Nach fünf Jahren intensiver Entwicklungsarbeit haben wir die Lösung gefunden und können diese Anforderungen nun optimal bedienen. Mit dem globemanager können alle relevanten Bereiche eines Unternehmens mit nur einer Softwarelösung verwaltet werden, und das schneller, kostengünstiger und flexibler als vergleichbare Systeme“, erklärt Geschäftsführer Thomas Erlner.

Der globemanager umfasst typische Komponenten wie Lagerbuchhaltung, Auftragsbearbeitung, Produktion, Zeiterfassung, Organizer, Finanzbuchhaltung, Kostenrechnung, Ressourcenplaner und weitere Module, mit denen der tägliche Ablauf und das

Controlling eines gesamten Unternehmens abgedeckt werden können. Die Vorteile des globemanager liegen auf der Hand: Dieser passt sich zu 100 Prozent an die jeweilige Branche bzw. Organisation an. Außerdem ist er unschlagbar in puncto Individualität und Flexibilität.

DAS ENDE ALLER INSELLÖSUNGEN

Aufgrund der problemlosen Implementierung aller Geschäftsbereiche in die Software bedeutet der globemanager auch das Ende sämtlicher Insellösungen auf Basis von Microsoft® Access®, Excel® u.a. Auch die Datenübernahme von bestehenden Systemen ist rasch möglich. Darüber hinaus gehören mit der innovativen Lösung Releasewechsel- und Updateprobleme der Vergangenheit an.

RUNDUM ZUFRIEDENE KUNDEN

Zwei Unternehmen, die sich für das ERP-System aus Tumeltsham entschieden haben, sind die Firma Mehler Elektrotechnik Ges.m.b.H sowie die Kreisel Electric GmbH & Co KG.

Die Kreisel Electric GmbH & Co KG mit Sitz in Rainbach im Mühlkreis bietet Produkte im Bereich der Elektrifizierung an. Das Unternehmen wurde 2014 von drei Brüdern gegründet und beschäftigt sich mit der innovativen Entwicklung von hocheffizienten Akku-Packs, welche im Bereich E-Mobility sowie in stationären Speichersystemen Verwendung finden. Nach der Umstellung auf Gleitzeit war man auf Suche nach einer

Lösung, um unter anderem die Umstellung von händischer Zeiterfassung auf automatische Einstempelungen zu realisieren.

„Bis dato führte jeder Mitarbeiter seine eigenen Stundenaufzeichnungen. Das neue System sollte somit mittels Stempelterminal und Chipkarte den Arbeitsbeginn und das -ende unserer Mitarbeiter erfassen und eine halbstündliche Pause in Abzug bringen. Außerdem war es für uns wichtig, dass jeder Mitarbeiter jederzeit Einsicht in seine Stundenaufzeichnungen hat“, wird seitens Kreis-El Electric berichtet. Zugleich erlaubt die Einführung von globemanager auch die papierlose Urlaubsaufstellung sowie die Abwicklung von zukünftigen Dienstreisen. Darüber hinaus wurde die Lohnverrechnungsoftware über eine Schnittstelle angeschlossen, was die automatische Übertragung der Überstunden und Fehlzeiten erlaubt.

IN ALLEN BEREICHEN ÜBERZEUGT

Die Firma Mehler Elektrotechnik Ges.m.b.H ist ein Familienbetrieb mit Standort Wolfers bei Steyr. Die rund 220 Mitarbeiter fertigen Niederspannungsschaltanlagen, Zähler- und Messschränke sowie Verteil- und Kommunikationsschranke. „Als Produktionsbetrieb mit 17.000 eigenen Artikeln, die über den nationalen und internationalen Elektrogroßhandel vertrieben werden, gab es die Herausforderung, den Direktkontakt mit den Kunden und die Abrechnung über den Elektrogroßhandel im System abzubilden. Spezielle Kalkulationen und das automatische Auspreisen von Ausschreibungen in einem



Mag. Thomas Erlar, Geschäftsführer der globesystems Business Software GmbH

Gesamtsystem galt es zu vereinen“, schildert Markus Hauptmann, EDV-Verantwortlicher bei Mehler, die Problemlage.

Zuerst musste eine Entscheidung getroffen werden: „Wir haben uns vorab mehrere Softwarelösungen angesehen. In der Endrunde mit drei Anbietern hat uns der globemanager aufgrund der Anpassungsfähigkeit und Flexibilität sowie der einfachen Bedienung in allen Bereichen überzeugt.“ Mehler ist mit der ERP-Software aus dem Innviertel sehr zufrieden: „Der globemanager erleichtert unsere Arbeit durch zahlreiche Features wie z. B. benutzerdefinierte Filter, kundenbezogene Artikelpreise, automatisches Auspreisen von Ausschreibungen u.v.m. Das Support-Team von globesystems ist sehr kompetent, und unsere Anliegen werden immer rasch bearbeitet.“ ■

globesystems Business Software GmbH
Hannesgrub Nord 30
4911 Tumeltsham
Tel.: +43/7752/810 50-0
office@globesystems.net
www.globesystems.net

globesystems[®]
Business Software

THE NEW WAY OF WORK

Die Zukunft der Arbeit – oder auch „New Way of Work“ – ist mehr als Homeoffice. Welche Facetten sie hat und welche Herausforderungen damit verbunden sind, darüber spricht Johann Martin Schachner, CEO von Atos Österreich, im Interview.

Als langjähriger CEO von Atos Österreich kennt Johann Martin Schachner die lokalen sowie globalen Trends und Entwicklungen in der IT-Welt sehr genau. NEW BUSINESS führte mit ihm ein Gespräch über die Zukunft der Arbeit – die eigentlich schon die Gegenwart ist.

CORONA HAT ES NOTWENDIG GEMACHT, MITARBEITER:INNEN VERSTÄRKT INS HOMEOFFICE ZU SCHICKEN, UND HAT DAMIT DIE VERÄNDERUNG HIN ZUR DIGITALISIERTEN ARBEITSWELT BESCHLEUNIGT. ABER HOMEOFFICE IST DOCH NUR EINE FACETTE DES „NEW WAY OF WORK“, ODER? WAS GEHÖRT NOCH ALLES DAZU?

Der „New Way of Work“ ist tatsächlich nicht gleichbedeutend mit Homeoffice – zumal es Branchen und Tätigkeiten gibt, bei denen es überhaupt nicht möglich ist, von zu Hause aus zu arbeiten. Ein Patentrezept gibt es nicht. Jedes Unternehmen muss seinen

„Jedes Unternehmen muss seinen eigenen ‚New Way of Work‘ definieren. Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, Mitarbeiter:innen und ihre Bedürfnisse in diesen Transformationsprozess einzubinden.“

Johann Martin Schachner, CEO von Atos Österreich

eigenen „New Way of Work“ definieren. Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, Mitarbeiter:innen und ihre Bedürfnisse in diesen Transformationsprozess einzubinden. Bei Atos haben wir das getan, indem wir gemeinsam mit unseren Mitarbeiter:innen im Rahmen von Umfragen und Workshops den für uns passenden „New Way of Work“ erarbeitet haben, den wir nun umsetzen. Dazu gehört unter anderem der Wunsch nach einem hybriden Modell, bestehend aus Remote Working und Arbeiten am Unternehmensstandort. Dies wiederum erfordert das Bereitstellen einer technischen Ausstattung, die beides ermöglicht beziehungsweise die unterschiedlichen Tätigkeiten bestmöglich unterstützt. Auch der Führungsstil muss dann konsequenterweise angepasst werden. Führungskräfte müssen in der

Lage sein, heterogene, diverse Teams zu leiten, die aus Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen und Skills bestehen und unter Umständen eben von verschiedenen Orten aus arbeiten. Sie müssen daher viel mehr kommunizieren, damit niemand auf der Strecke bleibt.

WERDEN DIE DURCH DIE PANDEMIE ANGESCHOBENEN VERÄNDERUNGEN NACH IHREM ENDE MIT DER GLEICHEN GESCHWINDIGKEIT FORTGEFÜHRT WERDEN? ODER DROHT EINE VERLANGSAMUNG, VIELLEICHT SOGAR EIN ZURÜCKSCHWINGEN DES PENDELS?

Was die Beschleunigung der digitalen Transformation anbelangt, glaube ich, dass es kein Zurück mehr gibt. Jetzt besteht ein sehr starkes Bewusstsein dafür, was mithilfe neuer Technologien alles möglich ist, und die Menschen werden nicht mehr darauf verzichten wollen – seien es digitale Bürger:innen-Services, E-Health-Angebote oder virtuelle Meetings. Auch wenn sie dies nach der Pandemie vielleicht nicht in einem so starken Ausmaß wie während der Lockdowns nutzen werden, weil sie wieder mehr den persönlichen Kontakt suchen. Ähnliches gilt für den Bereich Remote Working: Die wenigsten Menschen werden ausschließlich remote arbeiten wollen, aber es steht schon die Frage im Raum, wofür genau Büros überhaupt noch benötigt werden. Es gibt Tätigkeiten, die die Menschen lieber in Ruhe von zu Hause ausführen möchten, und solche wie etwa kreative Teamaufgaben lieber in eigens dafür geschaffenen Räumen. So glauben laut einer aktuellen OECD-Erhebung auch mehr als 60 Prozent der Führungskräfte, dass ihre Leute im Homeoffice produktiver sind, andere Erhebungen legen wiederum das Gegenteil nahe. In Summe können wir also davon ausgehen, dass ein Mix aus beidem der optimale Rahmen ist. Jedenfalls gilt das für Atos: Laut internen Umfragen wünschen sich die meisten Mitarbeiter:innen ein hybrides Modell – und das bekommen sie auch bei uns.



Johann Martin Schachner, CEO von Atos Österreich

Auch unsere Kunden sind hier mit unserer Unterstützung auf einem sehr guten, für ihr Unternehmen passenden Weg.

WIE STEHEN SIE SELBST ZUM THEMA „ZUKUNFT DER ARBEIT“, UND WIE HÄLT ES DAS UNTERNEHMEN ATOS DAMIT?

Zum einen waren Homeoffice und Remote Working schon vor der Pandemie gang und gäbe bei uns, zum anderen haben wir den Änderungsprozess hin zum „New Way of Work“ schon vor der Pandemie angestoßen. Wir haben sehr detailliert ermittelt, wie unsere Mitarbeiter:innen künftig arbeiten wollen. Im Laufe der Pandemie haben wir diese Erkenntnisse re-evaluieren, weil vielen erst jetzt richtig bewusst wurde,

Foto: Philipp Lipjarski

was alles möglich ist und welche – unbewusst – Bedürfnisse sich daraus neu ergeben. Ganz wichtig war und ist uns dabei die direkte Einbindung unserer Mitarbeiter:innen. Gemeinsam erarbeiten wir uns unseren eigenen „New Way of Work“, und zwar ausgerichtet nach Werten, die unserer Belegschaft besonders wichtig sind. Damit wollen wir uns auch für neue Mitarbeiter:innen als optimaler Arbeitgeber positionieren.

„Jetzt besteht ein sehr starkes Bewusstsein dafür, was mithilfe neuer Technologien alles möglich ist, und die Menschen werden nicht mehr darauf verzichten wollen.“

Johann Martin Schachner, CEO von Atos Österreich

WELCHE ART VON ARBEITSUMGEBUNG UND ARBEITSKULTUR ERWARTET NEUE MITARBEITER:INNEN BEI ATOS?

Was unsere Mitarbeiter:innen sehr schätzen, ist das hohe Maß an Flexibilität und Vertrauen seitens der Führungskräfte. So können sie sich, wenn es das jeweilige Projekt erlaubt, ihre Aufgaben, ihren Arbeitsort und ihre Zeit flexibel einteilen, da sie primär an den Ergebnissen ihrer Arbeit gemessen werden. Bei uns haben sie die Freiheit, Dinge eigenverantwortlich umzusetzen. Hinzu kommt, dass wir eine Kultur der offenen Kommunikation auf Augenhöhe pflegen und ein starker Zusammenhalt unter den Kolleg:innen besteht. Denn obwohl wir ein großes Unternehmen sind, gibt es bei uns keine „anonymen Gesichter“. Weiterbildung und Upskilling sind ebenso wichtige Aspekte, bei Atos haben Mitarbeiter:innen immer die Möglichkeit, sich weiterzuentwickeln. Das ist in unserer überaus dynamischen, von Innovation geprägten Branche auch notwendig.

WAS PLANEN SIE FÜR DIE ZUKUNFT, UM DIESEN „NEW WAY OF WORK“ BEI ATOS UMZUSETZEN? MAN HÖRT ZUM BEISPIEL, ES STÜNDE EIN UMZUG AN.

Ja, ein Umzug ist in Vorbereitung. Das neue Büro ist aber lediglich die sichtbarste Ausprägung unseres eigenen „New Way of Work“. Dahinter stecken Werte wie Diversity, Dekarbonisierung, Innovation, offene Kommunikation und eine optimale Balance zwischen Arbeit und Freizeit, dahinter stecken Technologien, die uns hybrides Arbeiten und Kommunizieren ermöglichen, dahinter stecken hunderte Ideen und Vorschläge unserer Mitarbeiter:innen für ihren „New Way of Work“, dahinter steht die kontinuierliche Weiterbildung unserer Mitarbeiter:innen sowie die laufende Erweiterung unseres Portfolios in Hinblick auf Zukunftstechnologien. Das sind bei uns keine Lippenbekenntnisse, wir arbeiten täglich gemeinsam daran, sie umzusetzen und in unsere Entscheidungen einfließen zu lassen. ■

INFO-BOX

Zur Person

Johann Martin Schachner wurde in Scheibbs geboren und ist in Lunz am See aufgewachsen. Er hat Nachrichtentechnik und Elektronik an der HTBLuVA St. Pölten abgeschlossen und Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Bank- und Börsenwesen in Deutschland studiert. 1990 erfolgte sein Berufseinstieg bei Siemens in die Programm- und Systementwicklung. Nach einigen Stationen im In- und Ausland übernahm er diverse Verantwortungsbereiche im Rahmen des Projekt- und Outsourcing-Geschäfts der Siemens Business Services und später Siemens IT Services in der Region Zentral- und Südosteuropa. Sein Berufsweg führte ihn nach Budapest, Kairo, Frankfurt, Mannheim, Karlsruhe, Danzig und London. Sein Einstieg bei Atos erfolgte im Jahr 2011, seit 2013 ist er CEO von Atos Österreich.



Atos

Digitalisierung und Dekarbonisierung
gemeinsam weiter vorantreiben.

atos.net/decarbonization

DIE NEW SCHOOL OF IT

Die Rolle der IT in den Unternehmen verändert sich, und IT als Ganzes muss neu gedacht werden. Volker Gruhn, Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender von adesso, erklärt das Konzept der „New School of IT“.

Ein Gedankenspiel: Sie suchen einen Sparringspartner für das Entwickeln zukunftssträchtiger Ideen und innovativer Angebote. Wen rufen Sie an? Eigentlich sollte die Antwort lauten: die eigene IT-Abteilung. Aber die haben noch viel zu wenige Verantwortliche auf dem Schirm. Ein Fehler. Denn angesichts des Erfolgs digitaler Geschäftsmodelle müssen Unternehmen ihr Verständnis von IT auf den Prüfstand stellen.

Lange Zeit war die Rolle der IT-Organisation darauf beschränkt, den Laden am Laufen zu halten. Die Fachabteilungen bestimmten die unternehmerische Ausrichtung und degradierten die IT-Experten zu Erfüllungsgehilfen. Wer IT so sieht, lässt heute Potenziale liegen und riskiert den Erfolg von morgen. Denn IT ist längst die Quelle für Innovationen, der Gestalter neuer Geschäftsmodelle und Garant für Umsatzströme. Wie Verantwortliche den Umzug der IT vom Keller ins Managementboard gestalten können, welche Kompetenzen und Organisationsformen relevant sind und wie die zukünftige Rolle aussieht, beschreibt adesso in seinem Konzept der New School of IT.

VON DER KOSTENSTELLE

ZUR SCHLÜSSELPOSITION

Von der einstigen Kostenstelle zur Schlüsselposition – in diese veränderte Rolle muss die traditionelle IT-Abteilung aber erst einmal hineinwachsen. Der Wandel reicht weit in das gesamte Unternehmen hinein, von der Organisation der Zusammenarbeit bis zur Art und Weise,

wie die Verantwortlichen Daten verstehen und Lösungen entwickeln. Damit die IT ihre volle Schlagkraft entfalten kann, sollten Unternehmen ihre Aufmerksamkeit auf drei Handlungsfelder richten: „Ambidextrous Attitude“, „Cloud Native Thinking“ und „Data Mindedness“. IT-Abteilungen bewegen sich heute in einem Zwiespalt. Auf der einen Seite sind sie für ein stabiles, kostenoptimiertes Tagesgeschäft verantwortlich, auf der anderen sollen sie neue Geschäftsanwendungen ermöglichen, die ohne den Einsatz moderner Technologien undenkbar sind.

Der Begriff „Ambidextrous Attitude“ beschreibt einen organisatorischen Ansatz, der beiden Anforderungen gerecht wird. Grundlegende Voraussetzung, um das volle Potenzial der IT als Keimzelle aller Aktivitäten auszuschöpfen, sind eine andere Kultur und ein neuer Typus von Verantwortlichen. Denn eine ambidextrische Einstellung entwickelt die IT nur, wenn Menschen die Themen vorantreiben. Zwei Rollen sind dabei von besonderer Bedeutung: der Chief Information Officer (CIO) und der Chief Digital Officer (CDO). Der CIO gehört für die meisten Unternehmen quasi zur Grundausstattung dazu, der CDO ist neu auf dem Spielfeld.

Das zweite Handlungsfeld ist „Cloud Native Thinking“. Eine No-Cloud-Strategie ist heute wie eine No-Business-Strategie. Kosten-, Geschwindigkeits-, Skalierungs- und Stabilitätsvorteile – all das ermöglicht der Einsatz von Cloud-Technologien. Das Definieren einer entsprechenden Strategie hilft Unternehmen, von



Die IT muss in Entscheidungen eingebunden werden, wenn die Weichen für die unternehmerische Zukunft gestellt werden.

diesen Pluspunkten zu profitieren, ohne dabei Nachteile wie Vendor-Lock-in, Unsicherheiten bei Datenschutz oder Kontrollverlust in Kauf zu nehmen. Allerdings reicht es nicht, Anwendungen per „Lift & Shift“ einfach nur ins Netz zu stellen. Das ganze Potenzial spielt die Cloud erst aus, wenn die Verantwortlichen Entwicklung und Infrastruktur von Beginn an Cloud-native-basiert planen und umsetzen.

Zu guter Letzt die „Data Mindedness“: Viele Unternehmen sitzen auf Datenbergen, nutzen aber deren Potenzial nicht. Aus Daten entstehen Wettbewerbsvorteile, die ganze Branchen aus den Angeln heben. Deshalb sollte der optimale Datenfluss den Aufbau der Organisation und das Design der internen Prozesse bestimmen. Der CIO und sein Team verantworten dabei den richtigen Umgang mit den Daten – vom

Sammeln über das Auswerten bis zum Verwerten. So haben sie alle Möglichkeiten in der Hand, um gemeinsam mit den Fachabteilungen neue Geschäftsideen oder bessere Prozesse zu erarbeiten.

FIT FÜR DIE NEUE ROLLE

Ich bin davon überzeugt – eine IT, die diese Handlungsfelder und ihre Wechselwirkungen beherrscht, ist fit für ihre neue Rolle. Die New School of IT liefert Unternehmen einen Gestaltungsrahmen und gibt Handlungsempfehlungen. Das Ziel: IT an den Tisch der Entscheiderinnen und Entscheider zu bringen. Nur IT kann Technologien bewerten, Folgen abschätzen, Lösungen entwickeln. Sie muss dabei sein, wenn Verantwortliche die Weichen für die unternehmerische Zukunft stellen. ■

Prof. Dr. Volker Gruhn

ist Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender von adesso sowie Lehrstuhlinhaber für Software Engineering an der Universität Duisburg-Essen. Nähere Informationen finden Sie unter www.adesso.at.



3G, HOMEOFFICE & CO. – ARTIMER ERLEICHTERT IHRE BÜRO-ORGANISATION

Preissteigerungen überall. Da will jede Investition gut überlegt sein, auch wenn Förderungen und Steuererleichterungen locken. Die Entscheidung für digitales Office-Management im Allgemeinen und für ARTimer im Besonderen lohnt sich, denn damit lässt sich viel Zeit (und Geld) in Organisation und Administration sparen.



ARTimer bietet Ihnen alle Standardfunktionen für die Zeiterfassung, u. a. Urlaubsverwaltung, automatisierte Spesen-, Diäten- und Provisionsberechnung, umfassende Übersichten und Reports, Organigramme, Digitalisierung von Belegen, Attesten und Co. Sie haben zudem die Möglichkeit, direkt Reise- und Homeoffice-Zeiten zu erfassen.

ARTIMER-VORTEILE:

■ **Sofort einsatzbereit:** ARTimer ist in den Grundfunktionen selbsterklärend. Die intuitive Bedienung und übersichtliche Oberfläche garantieren auf jedem Endgerät eine schnelle Einarbeitung.

■ **Immer auf der sicheren Seite:** Mit ARTimer gehen Sie bei Lohnsteuerprüfungen auf Nummer sicher. Vermeiden Sie Verstöße gegen die vielzähligen Regeln und Gesetze. Die Abgabenprüfung ist auch so hart genug!

■ **ARTimer ist flexibel:** Fast alle Features können individuell an Ihr Unternehmen angepasst werden. Kollektivverträge oder Arbeitszeitmodelle werden z.B. für das gesamte Unternehmen, für Abteilungen oder für jeden Mitarbeiter einzeln hinterlegt.

■ **ARTimer ist eine österreichische Lösung.** Sie ist über jeden Browser auf der ganzen Welt aufrufbar und steht auch als App für Android und iOS zur Verfügung. Der Betrieb erfolgt im ISO-27001-zertifizierten, österreichischen Rechenzentrum. Der direkte Kontakt zum ARTimer-Team stellt sicher, dass Sie immer das bekommen, was Sie brauchen.

Das klingt schon sehr gut? Dann lesen Sie hier das, was ARTimer noch besser macht:

■ **Automatisierte Berechnung Urlaub/Resturlaub:** ARTimer stellt auf Knopfdruck alle (Zeit-)Kontingente der Mitarbeiter dar. Das



„Wir bauen ARTimer permanent aus und passen das System an aktuelle Bedürfnisse wie etwa 3G oder Homeoffice an. Die Plattform entwickelt sich so zu einem immer besseren Tool für Personalwesen, Finanzplanung oder Projektmanagement.“

Jürgen Kolb, Geschäftsführer ARTimer



hilft, wenn die Kollegen ihre Wochenstunden ändern, die Firma verlassen oder wenn zum Jahreswechsel die Resturlaubstage für die Rückstellung an die Buchhaltung zu liefern sind. Die benötigten Werte lassen sich auf den gewünschten Stichtag genau berechnen.

■ **Dienstreisen – einfach, schnell, automatisiert:** Vom Reiseantrag über die automatische Berechnung der verschiedenen Kilometergelder je Fahrzeug bis zur Abbildung von Provisionen sowie der reinen, automatisierten Taggeldberechnung: ARTimer deckt alle Anforderungen im Bereich Dienstreisen umfassend ab.

■ **Automatisierte Dienst-/Schichtpläne:** Ob Kurzarbeitsphase oder laufende Arbeitseinteilung, mit den ARTimer-Dienstplänen können Sie verschiedene Dienst- oder Schichtmodelle abbilden. Die automatisierte Verknüpfung mit dem ARTimer-Kalender berücksichtigt auch die Abwesenheiten (z. B.

Urlaub, Berufsschule) der zugeordneten Mitarbeiter.

■ **Digitale Signatur am Smartphone:** Ihre Mitarbeiter können Zeiten am Smartphone erfassen und direkt auf ein angelegtes Projekt buchen. Kunden können die Zeitaufstellung vor Ort am Mitarbeiter-Smartphone unterschreiben. Das schafft Vertrauen und beschleunigt den gesamten Abrechnungsprozess. Zudem lassen sich über die digitale Eingabe chaotische Zustände wie Zettelchaos und unleserliche Schmierereien vermeiden.

Fazit: Mit ARTimer sinkt der Organisationsaufwand, sich wiederholende Prozesse und Abschreibearbeiten lassen sich automatisieren, auch mit Schnittstellen zu Buchhaltungssoftware wie z. B. BMD. So summieren sich viele Minuten im Laufe des Jahres zu Wochen – die Sie dann u. a. in Marketing, Kundenkontakte oder Controlling investieren können. ■



ART Digital Solutions GmbH
 Feldstraße 13
 3300 Amstetten
 Tel.: +43/676/488 40 26
 office@artimer.at
 www.artimer.at

KEIN ENZUSTAND, SONDERN EIN WEG

In seinem Gastbeitrag auf den vorangegangenen Seiten beschreibt der Aufsichtsratsvorsitzende von adesso, Volker Gruhn, das Konzept der „New School of IT“. NEW BUSINESS hat im Detail nachgefragt.

HERR GRUHN, SIE SCHREIBEN: DIE IT-ABTEILUNG MUSS „DEN LADEN AM LAUFEN HALTEN“, SOLL ABER ZUGLEICH INNOVATION NICHT NUR ERMÖGLICHEN, SONDERN ANTREIBEN. WIE KANN SICH DIE IT VON IHREN KLASSISCHEN AUFGABEN FREISPIELEN, UM DADURCH ZEIT FÜR NEUES ZU GEWINNEN? GEHT DAS ÜBERHAUPT, OHNE DEN HEADCOUNT ZU ERHÖHEN?

Der ein oder anderen IT-Abteilung in Unternehmen würde mehr Personal guttun. Die Mitarbeitenden dort arbeiten am Limit, da bleibt kaum Zeit für Initiativen jenseits des unmittelbaren Tagesgeschäfts. Bei solchen Entscheidungen spielt neben Kosten auch die Verfügbarkeit eine Rolle. Aus eigener Erfahrung können wir sagen, dass es nicht einfach ist, im großen Maßstab Fachleute mit gefragtem Know-how wie Machine-Learning zu gewinnen.

Mehr Automatisierung oder mehr Zusammenarbeit mit IT-Dienstleistern sind zwei Wege aus dem Personaldilemma. So eröffnet der Einsatz von Cloud-Technologien die Möglichkeit, Prozesse der Softwareentwicklung, -verteilung und -wartung neu zu denken und zu verschlanken.

Mit externen Partnern schließen Unternehmen gezielt fachliche Lücken in ihren eigenen Teams. So verschaffen sich Verantwortliche die nötigen Freiräume, um sich strategischer Themen wie einer neuen Positionierung der IT anzunehmen.

„In vielen Unternehmen klafft eine Lücke zwischen Anspruch und Aufstellung der IT.“

**Volker Gruhn, Gründer und
Aufsichtsratsvorsitzender, adesso**

IM HANDLUNGSFELD „AMBIDEXTROUS ATTITUDE“ BESCHREIBEN SIE DIE ROLLEN VON CIO – OFT MIT DEM KLASSISCHEN IT-LEITER GLEICHGESETZT – UND CDO. WORIN UNTERSCHIEDEN SICH DIE BEIDEN ROLLEN, UND MÜSSEN DAS ZWEI VERSCHIEDENE PERSONEN SEIN?



Für Volker Gruhn sind Daten der Rohstoff, aus dem der Unternehmenserfolg von morgen gebaut wird.

In vielen Unternehmen klafft eine Lücke zwischen dem Anspruch an die IT und der Aufstellung der IT. Die Aufstellung stammt aus Zeiten vor der digitalen Transformation. Aktuell soll der oder die Head of IT die Kosten gering und den Laden am Laufen halten. Die IT sitzt immer noch im Keller und kümmert sich um Hard- und Software. Der Anspruch hingegen definiert sich aus der gewachsenen Bedeutung der IT für das Entwickeln neuer Geschäftsmodelle. Um diese Diskrepanz aufzulösen, bieten sich Organisationsformen an, die auf Chief Information Officer (CIO) und Chief Digital Officer (CDO) setzen.

Traditionell kümmert sich der CIO um Themen wie ERP- oder CRM-Systeme und den Betrieb. Hier kann der – falsche – Eindruck entstehen, es geht beim CIO ausschließlich um

das Verwalten des Bestehenden. Aber: Angesichts künstlicher Intelligenz und digitaler Transformation geht seine Aufgabe darüber hinaus. Er sitzt mit seinem Team an den Datenquellen. Das Sammeln, Aufbereiten, Verdichten und Erschließen weiterer Quellen und das Nutzen der Daten für neue Anwendungsfälle – all das ist ohne ein kompetentes CIO-Team nicht möglich. Auf der Agenda des CDO stehen diese datengetriebenen Geschäftsmodelle. Er sucht mit seinem Team nach den Chancen, die Technologien eröffnen.

Diese Aufgabenbereiche kann theoretisch auch eine Person übernehmen. Aber jeder Bereich erfordert sein eigenes Fachwissen und auch unterschiedliche Managementtypen. In der Praxis werden sie deswegen in der Regel auf zwei Schultern verteilt.

Erfolgreich sind sie nur zusammen. Gemeinsam ermöglichen CIO und CDO datengetriebene Geschäftsmodelle, die auf effizienter und flexibler IT aufbauen. Im Gegensatz zu anderen Organisationsansätzen sind diese Einheiten nicht getrennt voneinander. Meiner Meinung nach bringt es nichts, den CIO im Unternehmen anzusiedeln und den CDO und seine Leute irgendwo in einer Ausgründung, einem zugekauften Start-up oder in einem hippen Loft unterzubringen. IT gehört unter ein Dach.

„Die New School of IT ist unser Vorschlag für eine übergeordnete Gestaltungsidee.“

Volker Gruhn, Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender, adesso

ZUM HANDLUNGSFELD „CLOUD NATIVE THINKING“ FALLEN MIR SPONTAN DIE DOCH HIN UND WIEDER VORKOMMENDEN AUSFÄLLE DER HYPERSCALER EIN, WAS IMMER WIEDER GRÖßERE UND KLEINERE AUSWIRKUNGEN AUF DEREN NUTZER UND WIEDERUM DEREN KUNDEN HAT. SO ETWAS BEFEUERT CLOUD-KRITIKER. WAS WÜRDEN SIE JEMANDEM SAGEN, DER WEGEN SOLCHER VORFÄLLE WEITERHIN CLOUD-SKEPTISCH IST?

Unabhängig davon, welche Cloud-Variante zur Diskussion steht: Jede Technologie, vom Toaster bis zur Cloud, fällt irgendwann aus. Damit will ich das Problem nicht aus der Welt reden. Wir müssen nur genau schauen, was wir beim Blick auf Zuverlässigkeit miteinander vergleichen. Lokale Lösungen – die klassischen Server im eigenen Keller – funktionieren auch nicht immer zu 100 Prozent. Auch hier kommt es zu Problemen, vom Datenverlust bis zum Totalausfall. Ebenso wenig bieten Cloud-Angebote eine Garantie für ständige Verfügbarkeit. Aber die

erwähnten Hyperscaler, also Lösungen wie Microsoft Azure oder Amazon Web Services, investieren große Summen in Hard- und Software sowie das Know-how der Mitarbeitenden. Sie haben jahrelange Erfahrung mit dem Betrieb von Cloud-Lösungen. Und sie bieten Pakete mit unterschiedlichen Verfügbarkeitsgarantien an. So können sich Kunden auf Basis ihrer Sicherheitsanforderungen individuelle Cloud-Landschaften zusammenstellen. Verantwortliche in Unternehmen sollten genau prüfen, ob sich das Aufbauen eigener Ressourcen rechnet, die vergleichbares leisten können.

Hinzu kommt: Es geht beim Einsatz von Cloud-Lösungen nicht um ganz oder gar nicht. Für ausgewählte Anwendungen und Services ist der Einsatz richtig. Andere bleiben besser auf den eigenen Servern. Die Expertinnen und Experten müssen in jedem Einzelfall entscheiden, welcher Weg der bessere ist.

BEIM PUNKT „DATA MINDEDNESS“ SPRECHEN SIE VOM POTENZIAL DER TEILWEISE BEREITS IN DEN UNTERNEHMEN VORHANDENEN DATEN. WIE ERKENNT MAN, WELCHE DATEN POTENZIAL HABEN, WELCHE NICHT, UND VIELLEICHT AUCH, WO NOCH DATEN FEHLEN? GIBT ES SO ETWAS WIE EINE „FAUSTREGEL“ ODER EINEN KLEINSTEN GEMEINSAMEN NENNER?

Daten offenbaren ihr Potenzial häufig erst in der Beschäftigung mit ihnen. So lassen sich eventuell aus den gesammelten Datensätzen einer Fertigungsanlage Faktoren herauslesen, die auf einen baldigen Maschinenausfall hinweisen. Ob das möglich ist, lässt sich im Vorfeld nicht sagen. Das zeigt erst das Entwickeln und Testen von Modellen auf Basis dieser Daten. Deswegen spielt die frühe Projektphase beim Entwickeln datengetriebener Anwendungen eine so wichtige Rolle: Die Beteiligten sollten möglichst schnell erkennen, ob sie die gegebene Aufgabe mit den vorhandenen Daten lösen können.

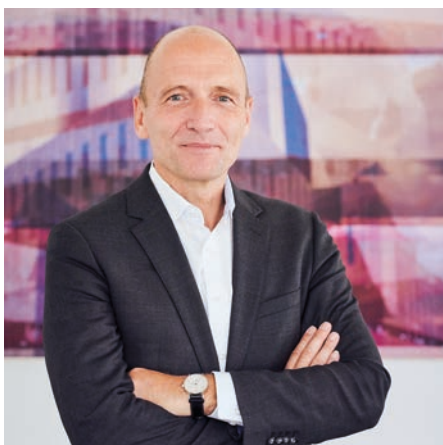
Ansonsten müssen sie eventuell neue Datenquellen anzapfen oder auf klassische Softwareentwicklung ausweichen.

Verantwortliche müssen lernen, mit dieser Unsicherheit umzugehen. Das ist für viele eine ungewohnte Situation. Aber an dem Thema führt kein Weg vorbei. Denn Daten sind der Rohstoff, aus dem der unternehmerische Erfolg von morgen gebaut wird. Für das Entwickeln neuer Services und Produkte sind sie immer häufiger die entscheidende Zutat.

WELCHE ROLLE SPIELT ADESSO IN DIESER „NEUEN SCHULE“? SIND SIE EIN LEHRER, DER DIREKTOR, EIN SCHULBUCHVERLAG – ODER ETWAS GANZ ANDERES?

In der New School of IT stellen wir die These auf, dass sich die Rolle der IT gerade grundlegend verändert. Sie entwickelt sich von der Kostenstelle zur Schlüsselposition im Unternehmen. Damit IT ihre volle Schlagkraft entfaltet, sollten die Verantwortlichen ihre Aufmerksamkeit auf drei Themen konzentrieren: Cloud Native Thinking, Data Mindedness und Ambidextrous Attitude. Der Wandel reicht weit hinein in die IT und das ganze Unternehmen: von der Organisation der Zusammenarbeit bis zur Art und Weise, wie Verantwortliche Daten verstehen und Lösungen entwickeln. Für diesen Wandel gibt es bisher keinen Rahmen, keine Struktur. Die New School of IT ist unser Vorschlag für eine übergeordnete Gestaltungsidee. Sie ist keine Blaupause, kein Dogma. Die Idee beschreibt keinen Endzustand, sondern einen Weg.

Auf der einen Seite die genannten Trends, Themen und Technologien. Auf der anderen Seite die wirtschaftlichen Realitäten und Anforderungen der Unternehmen. Wir verstehen uns als Übersetzer dazwischen. Wir sorgen dafür, dass aus theoretischen Möglichkeiten handfeste Geschäftsmodelle und Wettbewerbsvorteile werden. ■



INFO-BOX

Zur Person

Prof. Dr. Volker Gruhn gründete 1997 die adesso SE (ehemals adesso AG) mit und ist heute Vorsitzender des Aufsichtsrats. Er ist Inhaber des Lehrstuhls für Software Engineering an der Universität Duisburg-Essen, seit 2017 Mitglied des Digitalisierungsbeirats der DAK-Gesundheit und gehört seit 2019 dem Hochschulrat der Universität Leipzig an. Zudem ist er Mitglied im Kuratorium des Fraunhofer-Instituts für Software- und Systemtechnik.

Volker Gruhn studierte von 1982 bis 1987 Informatik an der Universität Dortmund. 1991 folgte dort die Promotion. Anschließend arbeitete er für das Fraunhofer-Institut für Software- und Systemtechnik und war ab 1994 für zwei Jahre Mitglied der Geschäftsführung eines Softwarehauses der damaligen VEBA AG. 1997 übernahm er an der Dortmunder Universität eine Professur für Praktische Informatik und forschte dort zur Entwicklung von E-Business-Anwendungen und komponentenbasierten Softwarearchitekturen. Ein zweimonatiger Forschungsaufenthalt an der Swinburne University in Melbourne folgte im Jahr 2000. Als Inhaber des Lehrstuhls für Angewandte Telematik/ E-Business erforschte er von 2002 bis 2010 an der Universität Leipzig die Entwicklung mobiler, verteilter Softwaresysteme.

Foto: adesso

WIE MAN RANSOMWARE BEKÄMPFT

Ransomware ist die zurzeit drängendste digitale Herausforderung, der sich Organisationen und Unternehmen gegenübersehen. Die digitale Kriminalität nutzt die neuen Schwachstellen hybrider Arbeitsumgebungen aus. Es brauche eine neue Sicherheitskultur, so Dave Russell, VP, Enterprise Strategy, Veeam.

Zurzeit wird alle elf Sekunden ein neuer Ransomware-Angriff verübt. Zum Vergleich: In den fünf Minuten, die zum Lesen dieses Artikels benötigt werden, findet ein Angriff auf 27 Unternehmen statt. Der beste Rat in Bezug auf Ransomware ist, nicht nachzugeben und nicht zu zahlen. Dennoch zahlt die Mehrheit der Unternehmen das Lösegeld. Viele fühlen sich unter extremem Druck, den Schaden der durch Ransomware verursachten Ausfallzeiten zu begrenzen.

Es ist nicht verwunderlich, dass so viele Unternehmen diesen Weg gehen. Sie kämpfen bereits mit den Herausforderungen und dem Druck durch Covid-19. Genau das ermutigt jedoch die Angreifer, diesen für sie lukrativen illegalen Markt weiter auszunutzen – wie der Anstieg der Angriffe um 600 Prozent seit dem ersten Auftauchen von Covid-19 zeigt.

Unternehmen und Regierungen haben immerhin erkannt, dass es so nicht weitergehen kann. Ransomware steht inzwischen in jeder Vorstandsetage auf der Tagesordnung und wurde sogar auf dem G7-Gipfel sowie bei zahlreichen anderen diplomati-

schen Gesprächen zwischen führenden Politikern der Welt thematisiert. Jetzt ist es an der Zeit, über den modernen Datenschutz und seine Zukunft nachzudenken. Und jetzt ist es an der Zeit, Ransomware zurückzudrängen.

RANSOMWARE IST ORGANISIERTES VERBRECHEN

Früher galt Ransomware als etwas, das im Internet auftaucht und nur schädlich ist, wenn ein Link geklickt oder ein Dokument heruntergeladen wird. Heute ist klar, wie schwerwiegend, komplex und gezielt Ransomware wirklich ist. Es handelt sich um organisierte Kriminalität, die auf fortschrittliche Weise versucht, Unternehmen und Lieferketten zu infiltrieren. Sie stellt eine große Bedrohung für ganze Branchen und Gemeinschaften dar.

Wie kann also gegen die Täter hinter Ransomware vorgegangen werden? Es erfordert internationale Zusammenarbeit und staatliche Maßnahmen, die über alles hinausgehen, was bisher im Bereich der Cybersicherheit zu sehen war. Und natürlich wird dies Zeit brauchen – die Unternehmen

jedoch bekanntlich nicht haben, wenn sie ständig mit Bedrohungen konfrontiert sind.

Während politische Maßnahmen ausstehen, müssen sich Unternehmen auf den anhaltenden Ansturm



„Jedes Unternehmen, egal welcher Branche, muss in moderne Datensicherheit investieren, um die Auswirkungen von Ransomware-Angriffen zu minimieren.“

Dave Russell, VP, Enterprise Strategy, Veeam

von Ransomware-Angriffen vorbereiten. Besonders jetzt, da Mitarbeiter auch remote tätig sind. Bisherige Cybersecurity-Strategien reichen nicht aus – sie müssen an die Masche der Kriminellen angepasst werden, und moderne Methoden sind nötig.

WIE HACKER DENKEN

So wie ein Detektiv sich in die Lage eines Kriminellen hineinversetzt, um ein Verbrechen aufzuklären, können sich Unternehmen nur dann erfolgreich vor Cyberangriffen schützen, wenn sie wie die Hacker denken.

Eine gute „digitale Hygiene“ muss zur zweiten Natur werden, anstatt lediglich eine Woche lang nach der jährlichen Cybersecurityschulung geübt und dann bis zur nächsten Schulung vergessen zu werden. Ungepatchte Software sollte die gleiche Aufmerksamkeit erregen wie ein nicht abgeschlossenes Büro über Nacht. Das Fehlen eines Notfallwiederherstellungsplans ist vergleichbar mit dem Verzicht auf eine Hausratversicherung. Kurz: Auf Sicherheit im physischen Raum zu achten, reicht nicht länger aus. Die Bedrohungen aus dem digitalen Raum sind gewaltig.

IN DATENSICHERHEIT INVESTIEREN

Jedes Unternehmen, egal welcher Branche, muss in moderne Datensicherheit investieren, um die Auswirkungen von Ransomware-Angriffen zu minimieren. Die Einsicht, dass Angriffe unvermeidbar sind, ist der erste Schritt zur Schaffung einer Kultur der Cybersecurity, in der die Mitarbeiter besser



Die digitalen Bedrohungen sind gewaltig. Unternehmen müssen in moderne Datensicherheit investieren.

geschult und für Ransomware sensibilisiert sind. Gleichzeitig müssen Unternehmen über die richtigen Sicherheitsvorkehrungen verfügen, um Störungen zu minimieren. Dazu gehören Antiviren-Software und Firewalls sowie eine kontinuierliche Datensicherung und -wiederherstellung, um eine angemessene Absicherung gegen die lähmenden Auswirkungen von Ransomware zu bieten.

Wenn die Systeme eines Unternehmens im schlimmsten Fall dennoch kompromittiert werden, dann bricht das Unternehmen nicht gleich zusammen, und der Angreifer bekommt nicht alles, was er will. Die Cybersecuritylandschaft mag aktuell noch steinig wirken. Es gibt jedoch Schritte, die unternommen werden können und sollten, um das Unternehmen besser vor den Schäden zu schützen. Es ist an der Zeit, Ransomware zurückzudrängen. ■



Veeam Software GmbH
Wienerbergstraße 11/12A
1100 Wien
Tel.: +43/1/994 60-6454
www.veeam.com/de

VERSCHENKTES GOLD

Man muss kein „Digital Champion“ sein, um das Potenzial der eigenen Daten auszuschöpfen. Zentral ist zu wissen, wieso man überhaupt Daten verwenden möchte.

Wissen Sie, wodurch sich die erfolgreichsten Unternehmen der Welt wie Facebook, Google und Amazon auszeichnen? Sie alle haben früh verstanden, Technologien wie künstliche Intelligenz, Blockchain und die vielen Daten, die Kunden täglich produzieren, für sich zu nutzen. Durch maßgeschneiderte Produkte, gezielte Ad-Platzierungen oder einen interessanten News-Feed schafften es diese Unternehmen bereits früh, die gewünschten Kunden an sich zu binden. Gleichzeitig können sie aber auch anhand ihrer Daten prognostizieren, wofür sich ihre Kunden in Zukunft interessieren werden, und dementsprechend handeln. Was die Unternehmen aus dem Silicon Valley, die sich binnen weniger Jahrzehnte an die globale Spitze hievt, also von den heimischen Unternehmen unterscheidet, ist ganz simpel der gezielte Umgang mit Daten.



Sich mit dem Thema Datennutzung auseinanderzusetzen, lohnt sich.

Eine Studie im Auftrag der österreichischen Regierung im Jahr 2021 ergab, dass sich die weltweite Datenmenge alle zwei Jahre verdoppelt. Derzeit werden jedoch nur sieben Prozent dieser Daten genutzt. Das durch die Datennutzung greifbare Wachstumspotenzial von 1,9 Prozent pro Jahr erreicht somit kaum ein österreichisches Unternehmen. Doch obwohl Europa im Vergleich hinterherhinkt, werden laut Europäischer Kommission bereits 2025 mehr als vier Prozent des BIP der EU durch Datenökonomie erwirtschaftet werden. So können Unternehmen, die künstliche Intelligenz bereits jetzt erfolgreich einsetzen, einen Rückfluss in dreifacher Höhe der Investitionsausgaben erzielen. Kurz gesagt: Sich mit dem Thema Datennutzung auseinanderzusetzen, lohnt sich.

AN DER DIGITALISIERUNG FÜHRT KEIN WEG VORBEI

Die Gleichung ist einfach. Die Digitalisierung betrifft beinahe jedes Unternehmen in Österreich. Ganz egal, ob es die familiengeführte Tischlerei oder ein Industriebetrieb ist. Sie alle mussten spätestens in der Corona-Krise den Kundenkontakt reduzieren und vieles in die digitale Welt transferieren. Sei es durch einen Onlineshop oder durch Onlinebestellungen beim Wirtshaus um die Ecke. Doch gerade in diesen schwer betroffenen Branchen – Handel, Handwerk oder Logistik – haben nur vereinzelt Betriebe ihre Digitalisierungsschritte aufrechterhalten. Die Experten sind sich allerdings einig,

dass ausschließlich durch die digitale Transformation ein umfangreiches Comeback der österreichischen Wirtschaft und ihrer Unternehmen möglich sein wird. So ist es nicht verwunderlich, dass auch der Staat Österreich nicht untätig ist und sich den Wirtschaftsstandort auf die bevorstehende Wende vorbereitet. Eine Milliarde Euro wird derzeit in die Digitalisierung investiert und besitzt das Potenzial, die Produktivität kurzfristig zu erhöhen und langfristig die Wettbewerbsfähigkeit von ganzen Branchen und der gesamten Volkswirtschaft zu stärken. Doch bei all den Chancen und Potenzialen stellt sich eine grundlegende Frage: Warum nutzen dann nur so wenige Unternehmen ihre Daten? Immerhin verwenden derzeit nur rund 13 Prozent der österreichischen Unternehmen künstliche Intelligenz und nur sechs Prozent entwickeln Lösungen im Big-Data-Bereich.

STEP BY STEP ZUM DATENSCHATZ

Woran es in Europa und auch in Österreich oft scheitert, ist das fehlende Bewusstsein dafür, wie man die bereits zur Verfügung stehenden Daten für das eigene Unternehmen nutzbar macht. Denn man muss kein „Digital Champion“ sein, um das Potenzial der eigenen Daten auszuschöpfen. Vielen fehlen einfach der Ansatz und die Idee, wo man starten soll. Deshalb hier die wichtigsten Steps.

Wie bei allen Projekten steht ganz am Anfang eine gute Planung. Dazu zählt zunächst, die Ziele klar zu definieren. Wieso möchte man seine Daten nutzen? Was erwartet man sich davon? Klassische Buzzwords reichen hier nicht. Der nächste Schritt betrifft die Daten selbst. Für die erfolgreiche Umsetzung müssen jene Daten

gesammelt, gespeichert und aufbereitet werden, die für die Ziele relevant sind. Das ist der wichtigste Schritt in der Pipeline, der auch die meiste Zeit in Anspruch nimmt. Hier gilt es aufzupassen, dass man nicht willkürlich irgendwelche Datensammelt, sondern gezielt vorgeht. Anschließend werden in enger Zusammenarbeit von Data-Scientists und Branchenexperten Modelle entwickelt und evaluiert. Wichtig ist zu beachten, dass es sich dabei nicht um einen einmaligen Vorgang handelt, sondern um einen Kreislaufprozess, der ständig neu bewertet und weiterentwickelt wird. Bei erfolgreichen Anwendungen ist es zudem üblich, dass viele unterschiedliche Stakeholder von Anfang an in das Projekt eingebunden sind. Zentral ist zu wissen, wieso man überhaupt Daten verwenden möchte. Das ist ein Schritt, den jedes Unternehmen für sich selbst setzen kann und muss – dafür braucht man noch keine Data-Scientists. Denn so viel Daten auch bringen, so nutzlos sind sie, wenn man keinen Use-Case dafür besitzt. ■

INFO-BOX

Über die Datanauts

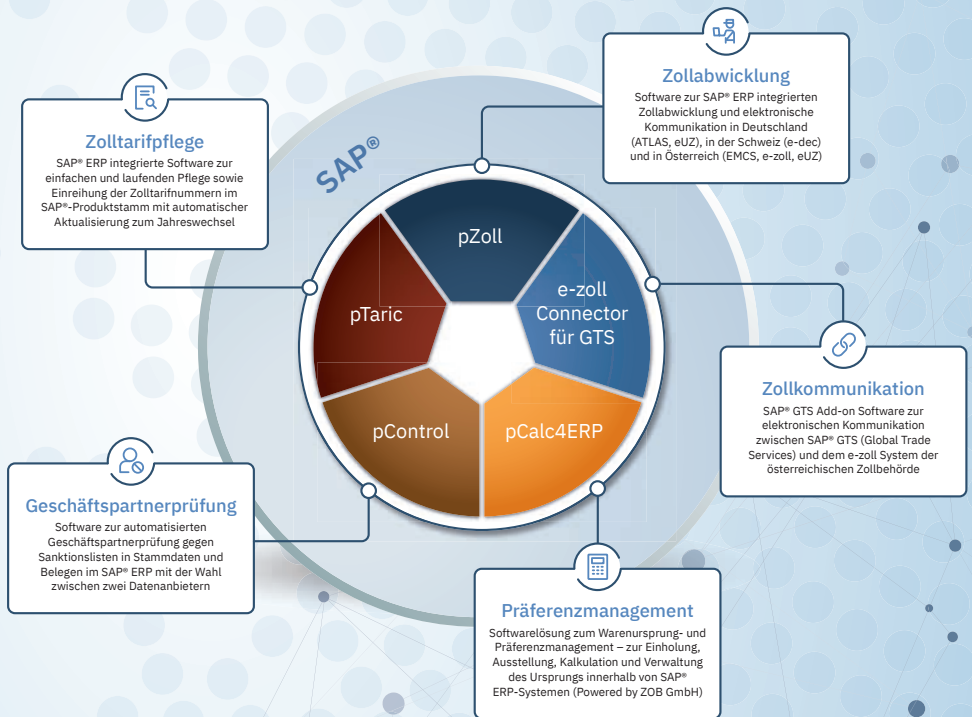
Die Datanauts sind eine Expert-Group des Dialog Marketing Verband Österreichs (DMVÖ), die sich der stärkeren Vernetzung der österreichischen Datenwirtschaft widmet. Im Zentrum steht der frühe Kontakt von Studierenden in diesem Feld mit Unternehmen, die das Potenzial ihrer Daten nutzen wollen. Hierfür veranstalten die Datanauts mehrere Events pro Jahr und informieren gemeinsam mit den Studierenden in ihrem Blog laufend über die Welt der Daten.

Alexander Adrowitzer

ist Data-Science-Experte, Lead der Datanauts sowie Dozent an der FH St. Pölten. Nähere Informationen finden Sie unter www.datanauts.at.



SAP® Add-ons für Zoll- und Außenhandelsmanagement



Ein einziges System in Ihrem Unternehmen!

Profitieren Sie von der nahtlosen Integration in Ihr SAP® System!

www.prodata.at



prodata



Sie haben SAP® und Außenhandel?

Wir haben die Lösung!

SAP® Add-ons für Zoll- und Außenhandelsmanagement



WIR SIND SAP® SILVER PARTNER

Unser Unternehmen ist ein offizielles Mitglied
des SAP® Partner Edge Programm - Build.

DATENSICHERHEIT IN ROT-WEISS-ROT

Sie sind auf der Suche nach einem sicheren und modernen Rechenzentrum und einer Datacenter-Infrastruktur mit Standort in Österreich? Bei eww ITandTEL werden Sie fündig!

Seit 2001 betreibt eww ITandTEL Rechenzentren für nationale und internationale Kunden. Eine Löschanlage mit Spezialgas schützt im Fall eines Brandes Ihre Daten. In Notfällen reagieren die Experten des Unternehmens schnell und effizient. Maximale Energieeffizienz ist selbstverständlich. Noch dazu zählt eww ITandTEL zum Kernteam von Ö-Cloud, einer Allianz österreichischer Cloud-Anbieter, um die Abhängigkeit von globalen IT-Providern zu verringern. Die Ö-Cloud-Zertifizierung gewährleistet die 100-prozentige Sicherheit für unternehmenskritische Daten – und österreichische Rechtssicherheit.

PROFESSIONELLE BETREUUNG IHRER IT-SYSTEME

Rechenzentren sind hochkomplex, aber eigentlich ist alles ganz einfach. Hochsichere ITandTEL-Server-Housing-Lösungen sind die erste Wahl für die professionelle Betreuung Ihrer IT-Systeme.

- Sie haben eigene Server in Betrieb und suchen dafür ein Hightech-Datencenter für die Betreuung und das Management.
- Sie wollen hohe Investitionskosten für einen eigenen Serverraum sparen, indem eww ITandTEL das Rechenzentrum für Sie errichtet und betreibt.
- Sie sind auf der Suche nach einem siche-



Die Profis von eww ITandTEL sorgen für die höchstmögliche Sicherheit und Verfügbarkeit Ihrer Daten.



Die österreichischen Rechenzentren von eww ITandTEL erfüllen in jeder Hinsicht die allerhöchsten Standards für alle Ihre Anforderungen.

ren und modernen Rechenzentrum und einer Datacenter-Infrastruktur mit Standort in Österreich für Ihre Housing-Lösung.

- Sie planen, Ihre IT-Systeme in einem hochsicheren und ultraschnellen Rechenzentrum unterzubringen, und möchten dieses als Haupt- und Ausfallrechenzentrum nutzen.
- Sie möchten Rund-um-die-Uhr-Zugangsservice zu Ihrer Hardware haben.
- Sie wollen Ihre IT-Infrastruktur jederzeit flexibel erweitern und mit Hosting-Lösungen kombinieren.

PERFEKTER RUNDUM-SERVICE FÜR IHRE GESAMTE IT-INFRASTRUKTUR

ITandTEL Server-Hosting ist der perfekte Rundum-Service für das Outsourcing Ihrer gesamten IT-Infrastruktur in einem ITandTEL-Rechenzentrum.

- Sie sind auf der Suche nach einem

Gesamtpaket für Ihre IT-Services – Datenhaltung ausschließlich in Österreich mit persönlichem Ansprechpartner.

- Sie wollen die IT-Infrastruktur Profis überlassen und Ihre IT gerne outsourcen.
- Sie benötigen eine Hosting-Lösung mit modernster Datacenter-Technologie.
- Sie würden Ihre Daten gerne in Österreich halten und diese bei Bedarf auch im georedundanten Verbund für ein Ausfall- und Back-up-Rechenzentrum nutzen
- Sie benötigen für Ihre IT-Arbeitsplatz- und Kommunikationslösungen eine sichere End-2-End-Verbindung von Ihrem Arbeitsplatz bis zum Applikationsserver im Rechenzentrum.
- Alle Standorte sind technisch professionell ausgestattet: energieeffiziente Klimaanlage, Videoüberwachung, mehrstufige Zutrittssysteme, Brandmelde- und Löschanlagen.

DIE PASSENDE LÖSUNG FÜR IHRE DATEN UND APPLIKATIONEN

Sowohl für Server-Housing als auch für Server-Hosting hat eww ITandTEL die passende Lösung für Sie in petto. Ihre Daten liegen ausschließlich in einem österreichischen Rechenzentrum. Das Unternehmen eww ITandTEL garantiert damit höchste Sicherheit für Ihre IT.

Durch den Rund-um-die-Uhr-Zugangsservice haben Sie 24/7 persönlichen Zugriff auf Ihre Hardware. Außerdem ergeben sich für Ihr Unternehmen viele weitere entscheidende Vorteile:

- Zertifizierung nach ISO/IEC 27001; EN-50600-Zertifizierung (Standort Marchtrenk)
- An 365 Tagen rund um die Uhr erreichbar
- Rechenzentren als Haupt- und Ausfallrechenzentren möglich
- Redundante, providerunabhängige High-speed-Glasfaseranbindung
- Datenhaltung ausschließlich in Österreich
- Hochverfügbare Stromanbindung (99,9 %)
- Redundante USV-Anlage mit Batterie und Generator
- Energieeffizientes, redundantes Klimakonzept
- Brand-Frühest-Erkennung
- Protokolliertes Zutrittssystem

Die Standorte von eww ITandTEL verfügen über eine Fläche von über 3.500 m². An den österreichischen Standorten Wels, Linz, Marchtrenk, Vösendorf, Salzburg und Perg und am deutschen Standort Lindau wird ein Höchstmaß an Sicherheit geboten. ■

INFO-BOX

Maximale Bandbreite, hohe Verfügbarkeit

Neben hochsicheren Rechenzentren verfügt eww ITandTEL über ein eigenes, starkes Glasfasernetz. Nutzen Sie maximale Bandbreite sowie hohe Verfügbarkeit und schalten Sie Ihren Business-Alltag mit folgenden Vorteilen in den nächsten Gang:

- *Eigenes leistungsstarkes Glasfasernetz*
- *Netz in Österreich und über die Grenzen hinaus*
- *Umfasst bundesweit alle wesentlichen Knotenpunkte*
- *100 Gbit/s Backbone-Netz*
- *Durch Ringstrukturen unterbrechungsfreier Betrieb*
- *Kooperationen mit großen internationalen Carriern und Providern*
- *Optimale, hochsichere Datenverbindungen*
- *Redundante Anbindung an die ISO/IEC-27001-zertifizierten Rechenzentren von eww ITandTEL*
- *24 x 7 x 365-Monitoring durch eww ITandTEL Network Operation Center*



Ab in die Lüfte: Erleben Sie einen exklusiven Drohnenflug durch das eww ITandTEL Hightech Datacenter.



eww ag | ITandTEL

Knorrstraße 10
4600 Wels
Tel.: +43/7242/93 96 71-00
info@itandtel.at
www.itandtel.at

VON 2G+ BIS 5G

„Crisis? What crisis?“, fragten sich schon Supertramp anno 1975 und jetzt, Anfang 2022 und somit im dritten Jahr der Covid-Pandemie, sei es mir gestattet, diese Frage erneut zu stellen.

Ich möchte nicht der gefühlte Tausendste sein, der den Vergleich mit dem Vergrößerungsglas strapaziert, aber – ups – jetzt ist es mir doch passiert. Ein Ereignis dieser Ausmaße und Auswirkung führt uns eben ganz deutlich vor Augen, wo die noch sehr unzureichend gehobenen Schätze im (Online-)Handel vergraben liegen. Aber welche sind es denn eigentlich? Welche Wahrheiten gibt es, und hat man die Pflicht, sich daran zu halten? Hier eine kleine Auswahl.

AUGMENTED UND VIRTUAL REALITY

In Zeiten von 2G+, steigenden Infektionszahlen und genereller Verunsicherung bleiben die Kund:innen oft daheim. Wer sein Angebot in einem Virtual Shop präsentiert oder mittels Augmented Reality direkt ins Kundenumfeld überträgt, hat einen klaren Vorteil und holt sich Käufer:innen ins Geschäft, denen das klassische Einkaufserlebnis wichtig, der Gang in einen physischen Store (derzeit) aber zu heikel ist.

KI-BASIERTER E-COMMERCE

Der Onlineshop steht, die Produkte/Dienstleistungen sind eingepflegt; jetzt muss sie nur noch jemand kaufen. Auf künstlicher Intelligenz (KI) basierende Systeme können helfen, Suchma-

schinenmarketing (SEM) und Search-Engine-Optimization (SEO) zu optimieren, ohne dass Sie Ihre wertvolle Arbeitszeit über Gebühr beanspruchen. Durch Machine-Learning können weiterführende Artikel auf Basis des Kaufverhaltens ermittelt und empfohlen werden. Conversion und Käufer:innenzufriedenheit steigen.

5G – SMARTPHONE ALS VERKAUFSFLÄCHE

Nun haben wir den Bogen bis zum fünften G gespannt. Aber was bringt 5G wirklich? Die Technologie gibt oft die Möglichkeiten vor – so auch hier. Höhere Downloadraten in einem immer engmaschigeren Netz ermöglichen Content, der bislang Fixed-Line-Anschlüssen vorbehalten war. Der vermehrte Einsatz von Videos oder, wie oben erwähnt, VR/AR-Lösungen in Verbindung mit Mobile Commerce über 5G wird ein wichtiger Weg zum Verkaufserfolg 2022 sein.

Klar, die Pandemie wird irgendwann vorbei sein. Viele Trends, die sie befeuert oder erst ermöglicht hat, werden uns aber noch sehr lange begleiten. Wir sehen unseren klaren Auftrag darin, für unsere Kunden und Partner das Beste herauszuholen und das Business zukunftsfit zu halten. ■

Philipp Hamid

ist CEO der Agentur für digitale Dienstleistungen Apollo7.
Nähere Informationen finden Sie unter www.apollo7.wien.



Foto: Apollo7

ERP-MODERNISIERUNG

Viele bestehende Systeme für Enterprise-Resource-Planning sind mittlerweile in die Jahre gekommen. Jens Krüger, Chief Product Architect bei Workday, erläutert Strategien im Umgang mit ERP-Altssystemen.

Während der Pandemie haben Unternehmen schmerzhaft erfahren, dass sie ihre bestehenden Strategien und Prozesse verändern müssen. Die Unternehmens-IT war besonders gefordert, den plötzlichen Umstieg zum digitalen Arbeitsalltag sicher und lückenlos zu gestalten. Und dabei gleichzeitig dem Management die erforderlichen Betriebs- und Finanzdaten immer rascher als Entscheidungsgrundlage zu liefern. Dabei hat sich gezeigt, dass klassische ERP-Systeme oft nicht die Flexibilität und Agilität ermöglichen, die für die Wettbewerbsfähigkeit in Krisenzeiten notwendig sind. Überlegungen zur Modernisierung der bestehenden ERP-Systeme stehen bei vielen Unternehmen ganz oben auf der Prioritätenliste.

UNTERSCHIEDLICHE WEGE DER MODERNISIERUNG

Die Mehrzahl der ERP-Systeme wurde nach der Jahrtausendwende implementiert. Justierungen an bestehenden ERP-Installationen, Anpassungen und Konfigurationsänderungen sowie die Erweiterung von einzelnen Funktionen sind beliebte Methoden, um dem akuten Handlungsdruck entgegenzuwirken. Ebenso denken viele Unternehmen über einen Release-Wechsel nach, der von Anbietern oft als zwingende Voraussetzung für einen weiteren Ausbau der ERP-Landschaft betrachtet wird.

Jens Krüger, Chief Product Architect bei Workday, erklärt dazu: „Herkömmliche On-

Premises-ERP-Systeme sind komplex und unterstützen nur unzureichend eine digitale Arbeitswelt. Hinzu kommt, dass jede Änderung an einem bestehenden System eine Reihe von Ressourcen, ein Budget und Zeit für die Implementierung erfordert. Damit wird ein Unternehmen weder agiler noch stärker im Wettbewerb.“



„Ich glaube, das ERP der Zukunft wird eine Kombination von echten Cloud-Domain-spezifischen SaaS-Lösungen sein.“

Dr. Jens Krüger, Chief Product Architect bei Workday

1



Justierungen am bestehenden System oder gleich ein Release-Wechsel? Fest steht: Die Mehrzahl der ERP-Systeme wurde nach der Jahrtausendwende implementiert.

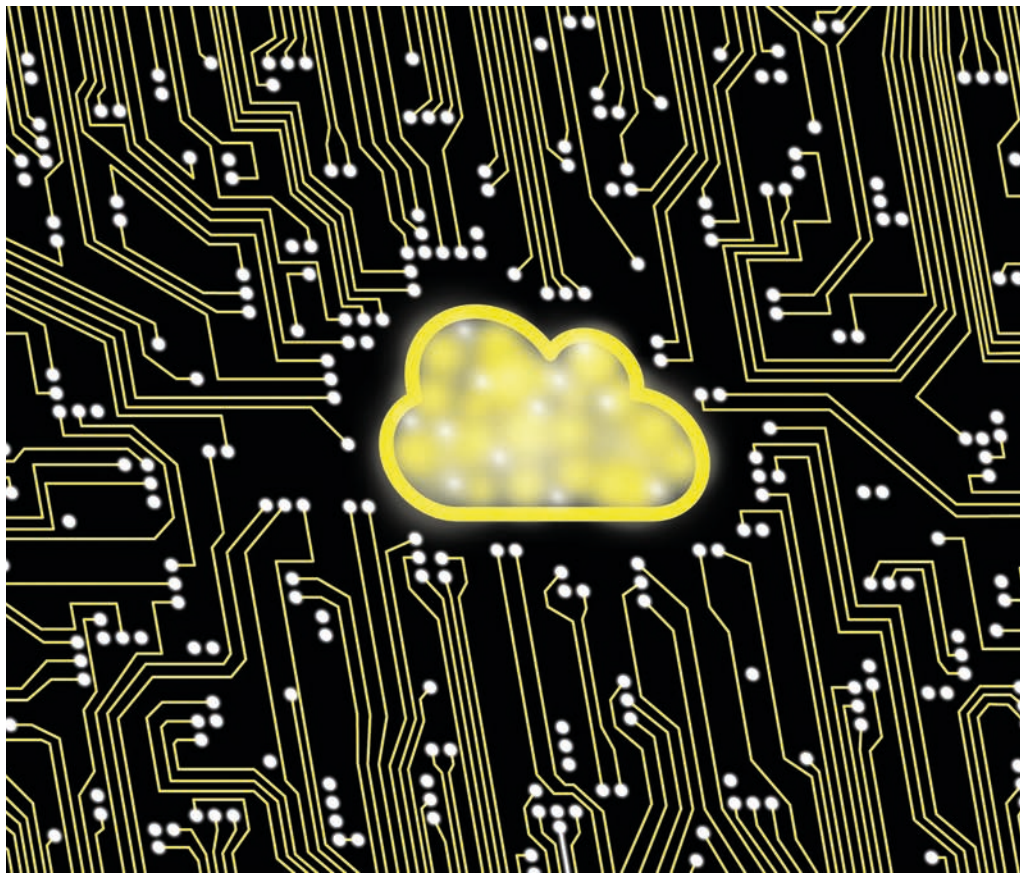
Eine weitere Strategie besteht darin, eine Art Digitalisierungs-Layer über klassische ERP-Anwendungen zu legen. Dabei werden die Daten aus den transaktionalen Systemen genutzt, während die Workflows in einem darüberliegenden System passieren. „Solche Low-Code-Plattformen sind für manche attraktiv, weil sie eine Fülle von Integrationsfunktionen und Programmier- und IAM-Tools bieten“, erklärt Krüger. „Sie können für die nächsten Jahre hilfreich sein. Sie ersetzen allerdings nicht die Kernaufgabe für die Zukunft: die Prozesse im Unternehmen zu verändern und zu digitalisieren.“

CUSTOMIZING ALS FORTSCHRITTSBREMSE

Unternehmen haben nicht nur viel Budget und Zeit bei der ERP-Einführung aufgewendet, sondern meist auch für die individuelle Anpassung von ERP-Standardprozessen. Krüger dazu: „In vielen Fällen findet ein ERP-Customizing statt, doch meiner Erfahrung nach ist in diesen Fällen ein Standardprozess oft die bessere Alternative, wie zum Beispiel beim Onboarding-Prozess in der HR.“

In vielen Unternehmen ist die IT-Infrastruktur zudem stark fragmentiert, weil Fachabteilungen ihre eigene Software einsetzen möchten. Solche Insellösungen führen in der Regel zu Datensilos.

Fotos: Workday (1), Markus Winkler/Pixabay (2)



Wer Cloud-Technologie im Einsatz hat, profitiert von Flexibilität und Skalierbarkeit.

Krügers Urteil: „Customizing ist eine Komplexitäts- und Kostenfalle, die im Extremfall auch zu Schatten-IT im Unternehmen führen kann.“ Die hohen Kosten für die maßgeschneiderten ERP-Anpassungen, der enorme Aufwand bei der Wartung und Modifizierungen von Support- und Upgrade-Prozessen sind Gründe, die gegen die Ersetzung von Altsystemen sprechen.

CLOUD IST NICHT GLEICH CLOUD

In der Pandemie hat sich gezeigt: Wer Cloud-Technologie im Einsatz hatte, war schneller handlungsfähig und profitierte von Flexibilität und Skalierbarkeit. Die eigenen IT-Fachleute

wurden entlastet, da sie sich weder um die Infrastruktur noch um Updates oder Erweiterungen kümmern mussten. Zusätzlich waren die Sicherheitsrisiken bei cloudbasierten ERP-Lösungen geringer als beim Zugriff auf Firmenrechenzentren.

Nicht nur altbewährte ERP-Anbieter gehen daher den Weg in die Cloud. Auch der Wunsch nach dem Betrieb von ERP-Systemen in einer Public Cloud bei großen sogenannten Hyper-scaler-Plattformen wird größer, da man sich dort einen ressourcenschonenden Betrieb verspricht. Es gibt eine Vielzahl von Begriffen rund um Cloud-Computing, wobei die Cloud als

Tool, als Plattform oder auch als Software as a Service fungieren kann. „Bei Workday sprechen wir von einer ‚True Cloud‘ und meinen damit eine Cloud-SaaS-Lösung, die sich durch ihre Architektur unterscheidet. Ein cloudbasiertes ERP muss über folgende fünf Parameter verfügen: ausfallsicher und skalierbar sein, ohne die Geschäftskontinuität zu beeinträchtigen, selbst konfigurierbar und langlebig sein, ohne teure kundenspezifische Entwicklung, offen für andere Systeme, Cloud- und Legacy-Anwendungen, ein ansprechendes Benutzererlebnis ermöglichen und agil sein. Ein ERP von on-premises einfach nur in die Cloud zu hieven, bringt lediglich Vorteile auf der Infrastrukturebene, auf der Software-Ebene ist es immer noch das alte ERP. Das bedeutet, dass das Unternehmen mit den bestehenden Prozessen arbeitet, aber die wirklichen Vorteile von SaaS – wie Agilität, Flexibilität und Innovation – nicht nutzen kann“, erklärt Jens Krüger.

DOMAIN-ORIENTIERTE ERP-STRATEGIE

Das Hauptziel eines monolithischen ERP-Systems besteht darin, Informationen und Prozesse aus unterschiedlichen Domänen, d.h. allen Abteilungen eines Unternehmens, zu kombinieren und zu einem strukturierten Arbeitssystem zusammenzuführen. „Ich glaube, das ERP der Zukunft wird eine Kombination von echten Cloud-Domain-spezifischen SaaS-Lösungen sein“, so Krüger. In vielen Fachbereichen – Domains – haben sich bereits technologische SaaS-Standards gebildet. Im HR-Bereich wurde HCM durch SaaS-Lösungen als bevorzugte Bereitstellungsoption abgelöst, weil sie neben funktionalen Bereichen auch Analytics, Social Media, Collaboration und Mitarbeiterengagement abdecken können und Self-Service-Funktionen ermöglichen.

„Die Mehrheit der Unternehmensprozesse findet innerhalb einer Domain statt, ebenso basieren die Reportings und Analysen meist auf

Daten innerhalb einer Domain. Auch die abgeleiteten Aktionen finden innerhalb einer Domain statt. Darüber hinaus haben Domains in einem Unternehmen oft unterschiedliche Transformationsgeschwindigkeiten. Eine Domain-orientierte IT-Landschaft, d.h. ein Verbund von domänenspezifischen SaaS-Lösungen, ermöglicht organisatorische Agilität innerhalb der Geschäftsbereiche aufgrund der integrierten Natur der Prozesse und Daten.“

TIPPS FÜR DIE ABLÖSE VON ALTSYSTEMEN

Jens Krüger ist sich bewusst: „Die Ablösung des traditionellen, monolithischen ERP wird nicht über Nacht geschehen. Die Änderung der Unternehmensarchitektur ist eine Reise, nicht das Ziel. Neue Technologien bieten Unternehmen die Möglichkeit, Prozesse neu zu bewerten und zu überarbeiten. Wer eine echte Cloud-Lösung und alle Vorteile ausschöpfen will, braucht eine Vision für Veränderungen – ein digitales Mindset –, um Geschäftsprozesse und Arbeitsweisen zu verändern.“

Es muss aber nicht immer ein radikaler Wechsel von alten Applikationen sein, auch ein sanfter Übergang ist möglich. „Hybride Zwischenschritte werden auch von unseren Kunden genutzt – also die Kombination von on-premises mit cloudbasiertem SaaS.“ Krüger gibt allerdings zu bedenken: „Die Zielarchitektur für die Cloud muss im Mittelpunkt stehen. Wer ein hybrides System betreibt, dem bleiben die Komplexität und Nachteile wie arbeitsintensive Softwarewartung und kostenintensive Implementierungen erhalten.“

Sein Tipp für eine schrittweise Modernisierung: „Starten Sie Ihre digitale Transformation mit domänenspezifischen SaaS-Lösungen, zerlegen Sie Ihre bestehende ERP-Landschaft Domäne für Domäne. Lösen Sie diese Domänen aus dem klassischen ERP heraus, um die Transformation zu beginnen und die ERP-Abhängigkeiten Stück für Stück zu reduzieren.“ ■

5G-CAMPUS-NETZ: BETRIEBE STARTEN IN EIN NEUES ZEITALTER

Die 5G-Campus-Lösungen der LINZ AG TELEKOM haben Fahrt aufgenommen.

Ein superschnelles 5G-Netz, hohe Gerätedichte sowie höchste Sicherheit und Zuverlässigkeit bringen Betrieben den entscheidenden Wettbewerbsvorsprung im digitalen Zeitalter. Die LINZ AG TELEKOM bietet Firmenkunden mit dem 5G-Campus-Netz eine drahtlose Datenübertragung, die an ihrem jeweiligen Standort exklusiv zur Verfügung steht. Die LINZ AG TELEKOM verfügt über jahrelange Erfahrungen im Betreiben kritischer Infrastrukturen und Prozessnetzwerke. Die Nutzung dieses modernen Mobilfunkstandards macht es der LINZ AG TELEKOM möglich, Stand-alone-5G-Netze getrennt von öffentlichen Mobilfunknetzen anzubieten.

ELEKTRONISCHES NERVENSYSTEM DER DIGITALEN PRODUKTION

Damit werden für Industrie und Gewerbe mobile Lösungen in einer vergleichbaren Geschwindigkeit und Qualität wie bei einem leitungsgebundenen Anschluss möglich. 5G und Glasfaser schließen einander nicht aus – sie führen gemeinsam zur infrastrukturellen Aufwertung einer Region, eines

Unternehmens. 5G ist das elektronische Nervensystem der digitalisierten Produktion. Es verbindet Schalter, steuert Roboter und Maschinen und verknüpft Produkte und Datenbanken effizienter und zuverlässiger, als es bisher möglich war. Die LINZ AG TELEKOM übernimmt am jeweiligen Firmenstandort die Planung und Errichtung des 5G-Netzes, wobei ausschließlich der Kunde bestimmt, wer auf dieses Netz Zugriff hat.

5G FÜR INDUSTRIE UND GEWERBE – VON DER VISION ZUR REALITÄT

5G ist der Treiber der Digitalisierung und somit auch der Innovation. Die 5G-Technologie ermöglicht Unternehmen in unterschiedlichsten Branchen eine Vielfalt an Anwendungen:

- Augmented Reality
- Smart Factory
- Remote Control
- Videoanwendungen
- Anbindung drahtloser Sensoren
- Lokalisierung mobiler Geräte etc.

TRENNUNG VOM ÖFFENTLICHEN NETZ BRINGT SICHERHEIT

Das beim jeweiligen Kunden errichtete 5G-Netz kontrolliert, welche Endgeräte das Netzwerk verwenden dürfen. Es ist auf allen Ebenen von den öffentlichen Mobil-



„Mit unserem 5G-Campus-Netz bieten wir den Industrie- und Gewerbekunden beste Anbindung sowie größtmögliche Sicherheit, um digitale Anwendungen auf höchstem Niveau umzusetzen.“

Markus Past, MBA, Leiter LINZ AG TELEKOM



Die LINZ AG TELEKOM ermöglicht Firmenkunden mit dem 5G-Campus-Netz eine Vielfalt an Anwendungen.

funknetzen getrennt. Unternehmen können dadurch sämtliche Vorteile sowie Ressourcen des exklusiven 5G-Netzes für ihre Anwendungen nutzen.

PROJEKTBEGLEITUNG DURCH DIE LINZ AG TELEKOM

In Absprache mit den Kunden bietet die LINZ AG TELEKOM das 5G-Campus-Netz als „managed service“ an – von der Errichtung bis zum Betrieb (Monitoring, Wartung, Updates) der 5G-Infrastruktur. Das 5G-Netz wird dabei nach den individuellen Anforderungen des Kunden geplant. Die Techniker der LINZ AG TELEKOM begleiten in jeder Projektphase gemeinsam mit dem Kunden die Planung und Installation des Netzwerks – alles aus einer Hand und mit persönlichem Service direkt vor Ort.

BEREITS ERSTE 5G-CAMPUS-LÖSUNGEN

Ein erstes Pilotprojekt ist die Zusammenarbeit mit der GRAND GARAGE in der Linzer Tabakfabrik, wo Remote-Control-Anwendungen die Steuerung in Echtzeit aus der Ferne demonstrieren. Es handelt sich dabei um eine Vorstufe für Augmented-Reality-Lösungen, wo beispielsweise Arbeiten durchgeführt werden können, ohne Menschen einem gefährdenden Umfeld auszusetzen. Mit der KEBA Group AG, einem international agierenden Unternehmen mit Hauptsitz in Linz, freut sich die LINZ AG TELEKOM über die Zusammenarbeit an einem weiteren spannenden Projekt. So betreibt die KEBA seit kurzem ein von der LINZ AG TELEKOM installiertes 5G-Entwicklungslabor zum Testen und Vorführen neuer Kundenlösungen in der Industrieautomatisierung. ■

**LINZ AG
TELEKOM**

LINZ AG TELEKOM

Wiener Straße 151
4021 Linz
Tel.: +43 (0)732/3400-9455
wir-sind-hier@linzag.at
www.linzag-telekom.at

NEUE MÖGLICHKEITEN

Er war hautnah dabei, als Österreichs Mobilfunk „demokratisiert“ wurde. Heute ist Werner Kraus als Geschäftsführer für das B2B-Segment bei Magenta Telekom zuständig. Dazwischen liegen viele technologische Fortschritte und eine aufregende Zeit.

Mit 1. Juni 2021 hat Werner Kraus als Geschäftsführer die Verantwortung für das B2B-Segment bei Magenta Telekom übernommen. Er ist ein „alter Hase“ der österreichischen Telekombranche, war er doch schon beim ersten privaten heimischen Mobilfunk an Bord: max.mobil, einem Vorgängerunternehmen von Magenta (bzw. vormals T-Mobile). NEW BUSINESS sprach mit ihm über die „aufregende alte Zeit“ und die noch aufregenderen Zeiten, die auf uns zukommen.

HERR KRAUS, SIE HABEN ALLE STATIONEN DES PRIVATEN MOBILFUNKS IN ÖSTERREICH VON ANFANG AN MITGEMACHT. WAR DAS DAMALS, SO UM 1997 HERUM BEI MAX.MOBIL, EINE AUFREGENDE ZEIT?

Das war eine sehr aufregende Zeit. Wir haben Pionierarbeit geleistet und wollten den Mobilfunk „demokratisieren“, wie wir das damals genannt haben. Mobilfunk haben zu dieser Zeit ausschließlich entweder Geschäftskunden verwendet oder Leute, die genügend „Kleingeld“ übrig hatten, um es sich leisten zu können. Mobilfunk war ein Luxusprodukt, kein Massenprodukt. In Österreich haben wir eine besonders späte Privatisierung des Mobilfunks erlebt. Unser großes Ziel war, den Mobilfunk in den Massenmarkt zu bringen. Und es ist uns auch gelungen, den Markt aufzubrechen.

WIE KAM ES DAZU, DASS SIE ALS MASCHINEN-BAUSTUDENT IM MARKETING GELANDET SIND?

Wie meistens ist das eher Zufall gewesen. Ich habe im zweiten Studienabschnitt Betriebswissenschaft studiert, heute würde man das Wirtschaftsingenieur nennen. Das war einer der Studienzweige von Maschinenbau, wo es nicht nur um Produktion und Logistik ging, sondern sehr stark auch um allgemei-

„Unser großes Ziel war, den Mobilfunk in den Massenmarkt zu bringen.“

**Werner Kraus, Chief Commercial Officer
Business, Magenta Telekom**



Werner Kraus hat mit 1. Juni 2021 als Chief Commercial Officer Business die Nachfolge von Maria Zesch bei Magenta Telekom angetreten.

ne betriebswissenschaftliche Themen wie Controlling, Finanzen oder allgemeine Betriebsführung. Meinen ersten Job hatte ich bei Alcatel, bin dort relativ rasch im Produktmanagement für private Nebenstellenanlagen gelandet und dann auch im Business-Development für Zentral- und Osteuropa. Das war damals kurz nach dem Zusammenbruch des Eisernen Vorhangs ein großes Thema. So bin ich immer mehr in kommerzielle und Produktthemen gekommen und weg von rein technischen Themen – was mich aber auch schon während des Studiums sehr interessiert hat. Als sich der Mobilfunkmarkt geöffnet hat, bin ich zuerst als Leiter Produktmanagement zu max.mobil gekommen und später Marketingleiter geworden.

DIE DEMOKRATISIERUNG DES MOBILFUNKS, WIE SIE ES GENANNT HABEN, IST ALSO GEGLÜCKT. WELCHEN HERAUSFORDERUNGEN SEHEN SIE SICH HEUTE GEGENÜBER?

Wir sind bei einigen Themen noch bei Weitem nicht dort, was heute technologisch schon möglich ist. Das eine ist ein Festnetzthema und das andere ein Mobilfunkthema. Beim Mobilfunk geht es um das sogenannte Internet der Dinge, wo Maschinen verknüpft und vernetzt werden. Smart Parking ist ein gutes Beispiel dafür, so wie Smart Lighting oder auch die Luftgütemessung in Schulen. Wir versorgen zum Beispiel auch BMW mit SIM-Karten, um Autos nicht nur untereinander zu vernetzen, sondern auch Wartung und Updates über die Luftschnittstelle

Foto: Magenta Telekom/Mariena König



Werner Kraus sieht die Zukunft der Telekommunikation sowohl in Glasfaser als auch Mobilfunk.

durchzuführen oder Sicherheitsfeatures zu unterstützen. Wir stehen erst am Anfang, wenn es darum geht, IoT breitenwirksam zu machen. Im Festnetz haben wir die am weitesten fortgeschrittene Technologie, die auch wir anbieten können, das Glasfaserkabelnetz oder HFC (*Anm.: Hybrid Fiber Coax, bestehend aus Glasfaser- und Koaxialkabelnetz*), wie wir es im dicht verbauten Gebiet nennen. Aber Glasfaser wird in Zukunft eine deutlich größere Rolle spielen,

nicht nur in Wien und den Ballungszentren, sondern generell. Da wird es in den nächsten Jahren und Jahrzehnten darauf ankommen, dass wir auch hier nicht nur mit der internationalen Entwicklung, sondern auch mit dem immer größer werdenden Bandbreitenbedarf Schritt halten können. Das wird man letztendlich rein technologisch nur über Glasfaser abwickeln können. Es geht darum, einerseits in der Infrastruktur, aber auch in den Angeboten das



Gesamtpaket für Kundinnen und Kunden sowohl privat, aber natürlich auch im Geschäftskundenbereich so zu schnüren, dass das zum Standard wird – und das wird auch relativ bald passieren.

MIT DER ÜBERNAHME VON UPC IN ÖSTERREICH HAT MAGENTA AUF EINEN SCHLAG EIN ANSEHNliches NETZ AUS KUPFER UND AUCH GLASFASER ERWORBEN.

Klassisches Kupfer haben wir gar nicht. Wir haben einerseits reine Glasfaser und auf der letzten Meile haben wir das Koax-Kabel, das eigentlich ursprünglich aus der Fernsehwelt kommt und später auch für Internet genutzt wurde. Wir haben unser Netz heute schon auf Glasfaser hochgerüstet, bis zu jedem Knoten – oder Node –, und erst ab dem letzten Verteiler, wo es dann in die Häuser hineingeht, ab da ist es das klassische Koax-Kabel. Aber ansonsten bestehen die Netze schon komplett aus Glasfaser. Wir sind sehr stark auf Glasfaser unterwegs.

MOBILES BREITBAND WIRD VON GENERATION ZU GENERATION IMMER SCHNELLER, KAPAZITÄT UND PERFORMANCE STEIGEN. IN LÄNDLICHEN GEBIETEN WIRD ES WIEDERUM NOCH DAUERN, BIS ÜBERALL EIN VERNÜNFTIGES KABEL ANKOMMT. UND GERADE IM INDUSTRIELLEN INTERNET DER DINGE SOLL IN ZUKUNFT ALLES „SCHNURLOS“ LAUFEN. SEHEN SIE DIE ZUKUNFT ALSO WIRKLICH NUR IM KABEL?

Nein, ich sehe sie in beidem. Wir brauchen einerseits Mobilität und mobile Anwendungen, um gewisse Use-Cases abzubilden. Für die Industrie haben wir zum Beispiel Campus-Netzwerke, die per Definition Mobilfunk sind. Sie eignen sich dafür, gewisse, vor allem bewegliche Geräte wie Roboter, die an Produktionsstraßen etwas zuzuliefern, zu vernetzen, um Logistiksysteme anzubinden, oder auch dafür, eine Fabrik frei zu konfigurieren, ohne immer alles umbauen zu müssen. Das hat eine riesige Zukunft. Darüber hinaus wird Mobilfunk noch lange eine große Bedeutung bei der Versorgung von Flächen haben. Wenn es relativ wenige Nutzer sind, kann man auch große Bandbreiten über Mobilfunk herstellen. Aber überall dort, wo einerseits extrem viele Daten übertragen werden, wie bei der Vernetzung von Unternehmen, oder auch in Ballungszentren, wird man das nur über Glasfaser machen können. Und



auch die letzte Meile wird letztendlich Glasfaser sein. Es wird sowohl Glasfaser geben als auch Mobilfunk. In beides muss man investieren und beides muss man ausbauen. Nur die Anwendungsbereiche sind unterschiedlich. Es gibt so viele Use-Cases für Mobilfunk und für Festnetz, da mache ich mir keine Sorgen, dass die Netze nicht voll sein werden.

DAS SPANNENDE RENNEN IST ALSO EIGENTLICH NICHT MOBILES BREITBAND GEGEN FESTNETZ, SONDERN EHER DATENVERBRAUCH GEGEN PERFORMANCE DER NETZE. DAS IST DANN WAHRSCHEINLICH AUCH DER GRUND, WARUM MAGENTA BEI DEM PRO-

JEKT VIDEO ASSISTANT REFEREE FÜR DIE FUSSBALL-BUNDESLIGA AUF KABEL STATT AUF MOBILES BREITBAND GESETZT HAT.

Das ist ein gutes Beispiel. Gerade solche zeit- und anders kritische Anwendungen könnte man über Mobilfunk nicht mit der gleichen Qualität herstellen wie über Glasfaser. Wir haben die Anbindung der Video Assistant Referees über Glasfaser gelöst. Da geht es um sehr hohe Bandbreiten, die auch garantiert sein müssen. Ein Mobilfunknetz ist immer ein geteiltes Netz. Außer man macht es so wie bei den Campus-Netzwerken, dass ein gewisses Spektrum ausschließlich für einen Kunden bzw. Standort verwendet wird. Aber im Anwen-



um die Wettbewerbsfähigkeit Österreichs zu erhalten, eine gute Infrastruktur braucht – sowohl eine Glasfaser- als auch eine Mobilfunkinfrastruktur. Sonst wird es sehr schwierig werden, die Geschäftsmodelle, Prozesse und Optimierungsthemen, die auf alle Industrien und alle Branchen zukommen, umzusetzen.

VOR KNAPP 15 JAHREN WURDE DAS IPHONE PRÄSENTIERT. ES WAR ZWAR NICHT DAS ERSTE SMARTPHONE, ABER ES HAT FÜR DEN DURCHBRUCH GESORGT. ES WAR REVOLUTIONÄR. SEITDEM PASSIERT DIE ENTWICKLUNG GEFÜHLT EHER EVOLUTIONÄR. WARTET VIELLEICHT IN DER NÄCHSTEN ZEIT EINE ÄHNLICHE REVOLUTION AUF UNS, ODER IST SIE SOGAR SCHON IM GANGE? HABEN IOT UND DAS INDUSTRIAL IOT

VIELLEICHT DIESES POTENZIAL?

„Ich bin davon überzeugt, dass wir mit dem Internet der Dinge gerade erst am Anfang stehen.“

**Werner Kraus, Chief Commercial Officer
Business, Magenta Telekom**

Ja, ich glaube, dass sie das gleiche Disruptionspotenzial haben. Guter Vergleich mit dem Smartphone. Apple hat ein Ökosystem geschaffen. Das, was darin enthalten war, gab es alles schon. Es gab MP3-Platt-

formungen für Musik, aber kein iTunes, es gab Touchscreens, aber nichts, das sich so leicht bedienen lassen, es gab auch mobile Betriebssysteme, aber keines war so genial durch- und fertig gedacht wie damals iOS. Wenn man das mit IoT vergleicht, sind wir bei einem ähnlichen Thema angelangt. IoT war in den letzten Jahren von extrem guten und fortschrittlichen Projekten geprägt, aber keines war wirklich von Ende zu Ende ganz schlüssig. Entweder hat die Usability nicht gepasst oder die Wertschöpfungskette nicht zu hundert Prozent, oder die Sensoren haben nicht mit der Connectivity zusammengespield oder die Connectivity nicht mit dem Device-Management, das Device-

formungen für Musik, aber kein iTunes, es gab Touchscreens, aber nichts, das sich so leicht bedienen lassen, es gab auch mobile Betriebssysteme, aber keines war so genial durch- und fertig gedacht wie damals iOS. Wenn man das mit IoT vergleicht, sind wir bei einem ähnlichen Thema angelangt. IoT war in den letzten Jahren von extrem guten und fortschrittlichen Projekten geprägt, aber keines war wirklich von Ende zu Ende ganz schlüssig. Entweder hat die Usability nicht gepasst oder die Wertschöpfungskette nicht zu hundert Prozent, oder die Sensoren haben nicht mit der Connectivity zusammengespield oder die Connectivity nicht mit dem Device-Management, das Device-

dungsfall mit dem Video Assistant Referee, mit Übertragungen aus allen Stadien, aus verschiedenen Kamerawinkeln etc., muss alles sehr schnell und zuverlässig gehen. Das löst man am besten über Glasfaser. Es kommt immer auf den Use-Case an.

Was man weltweit sieht, ist, dass überall dort, wo Glasfaser stark ausgebaut wird, diese Kapazität auch sofort verwendet wird und man sofort diese Bandbreiten braucht. Der Markt entsteht auch durch das Angebot, und der Bedarf an Bandbreite ist ständig steigend. Wir sehen uns sehr stark in der Verpflichtung, Österreich digital fit zu machen, vor allem auch für Unternehmen. Ich bin wirklich davon überzeugt, dass es,

formungen für Musik, aber kein iTunes, es gab Touchscreens, aber nichts, das sich so leicht bedienen lassen, es gab auch mobile Betriebssysteme, aber keines war so genial durch- und fertig gedacht wie damals iOS. Wenn man das mit IoT vergleicht, sind wir bei einem ähnlichen Thema angelangt. IoT war in den letzten Jahren von extrem guten und fortschrittlichen Projekten geprägt, aber keines war wirklich von Ende zu Ende ganz schlüssig. Entweder hat die Usability nicht gepasst oder die Wertschöpfungskette nicht zu hundert Prozent, oder die Sensoren haben nicht mit der Connectivity zusammengespield oder die Connectivity nicht mit dem Device-Management, das Device-



Management nicht mit den Applikationen. So eine Wertschöpfungstiefe hat eben sehr viele Ingredienzien. Jetzt sehen wir die ersten Projekte, die wirklich von Ende zu Ende gut durchdacht sind, wodurch das auf eine Art Plug-and-play wird. In dem Moment, wo es so weit ist, geht die Post ab. Dann ist auch für Unternehmen das Risiko zu investieren geringer, weil es mehr standardisiert wird und leichtere Usability hat. Bisher können sie nicht wissen, ob sie in etwas investieren, das in drei oder vier Jahren vielleicht wieder obsolet ist. Ich bin davon überzeugt, dass wir mit IoT gerade erst am Anfang stehen. Vergleichbar mit dem Smartphone, wird es durch die Standardisierung und das Ende-zu-Ende gedachte Ökosystem erst jetzt den großen Anschlag bekommen.

„Wir haben die Erfahrung gewonnen, dass Digitalisierung funktioniert und wir damit unser Leben, unsere Geschäftstätigkeit aufrechterhalten, und – oh Wunder! – es war eigentlich gar nicht so schwer.“

**Werner Kraus, Chief Commercial Officer Business,
Magenta Telekom**

WENN WIR BEI DIESEM BILD BLEIBEN:

WELCHE ROLLE SPIELT MAGENTA?

WIRD MAGENTA DAS APPLE DES IOT?

Unsere Rolle ist es, der zu sein, der genau diese Entscheidungen oder dieses Risiko von unseren Kunden fernhält, weil wir den Markt und die Spieler auf dem Markt kennen, uns die Wertschöpfungskette durchüberlegen und dann dem Kunden alles zur Verfügung stellen. Der Kunde braucht nicht extra ein Connectivity-Management oder ein Device-Management, braucht sich nicht darum zu kümmern, welche Sensoren zum Einsatz kommen. Das ist der Punkt, um diesen Durchbruch zu schaffen. Das sehen wir heute schon, zum Beispiel bei unserer Smart-Parking-Lösung. Wir haben für den Kunden alles so zu-

sammengestellt, dass es für ihn passt und funktioniert. Wir sehen uns da in einer Führungsposition. Das ist auf der IoT-Seite so, aber es wird auch auf der Glasfaserseite so sein. Auch dort haben wir heute eine Situation, in der in vielerlei Hinsicht auch Geschäftskunden schon sehr lange auf Möglichkeiten warten, um mit der heutigen Datenflut fertigzuwerden. Dieses Thema haben alle, und jeder weiß, dass das nur mit guter Infrastruktur geht. Auch da sehen wir uns in einer führenden Position.

WELCHE VORTEILE KÖNNEN SIE ALS MAGENTA AUSSPIELEN, DIE SIE VOM MITBEWERB UNTERSCHIEDEN?

Wir haben das Glück, dass wir als Teil der Deutschen Telekom auf ihre Skalierung und Qualität zurückgreifen können, wenn es um internationale Netze geht. Auch das ist ein großes Thema. Jeder halbwegs erfolgreiche Klein- und Mittelbetrieb Österreichs hat entweder eine hohe Import- bzw. Exportquote oder hat sogar Niederlassungen im Ausland. Diese Vernetzung

zwischen Unternehmen, entweder im eigenen Unternehmen oder in der Lieferkette, mit Lieferanten oder mit Kunden, ist auch ein Megatrend. Wenn wir heute über Vernetzung reden, dann reden wir oft von einem Unternehmen, das ans Internet angeschlossen werden muss. Und wenn das Unternehmen eine Niederlassung hat, müssen die beiden vernetzt werden. Aber da bleibt es nicht stehen. Es geht immer mehr darum, dass sich Unternehmen mit ihren Geschäftspartnern, Kunden und Lieferanten vernetzen, um so eine in sich geschlossene Datenkette sicherzustellen und auch die entsprechenden Applikationen und Use-Cases abbilden zu können. Das bleibt per definitionem nicht national, sondern ist ein sehr internatio-

nales Thema. Auch da sehen wir uns in einer sehr guten Position, da wir auf das Netz, die Kompetenz und die Größe der Deutschen Telekom zurückgreifen können.

ES SIND SPANNENDE MÖGLICHKEITEN, DIE SICH DA SEIT EINIGER ZEIT AUFTUN: SMART CITY, SMART WASTE, SMART LIGHTING, SMARTE INDUSTRIE. STEHT UNS DAS ALLES BALD BEVOR, ODER GIBT ES NOCH EINE DURSTSTRECKE ZU ÜBERWINDEN?



„Es gibt so viele Use-Cases für Mobilfunk und für Festnetz, da mache ich mir keine Sorgen, dass die Netze nicht voll sein werden.“

Werner Kraus, Chief Commercial Officer Business, Magenta Telekom

Ich glaube, wir sind schon mittendrin. Aber es sind noch nicht alle dabei. Diese Transformation passiert gerade. Natürlich ist es noch nicht so, dass alle Marktteilnehmer schon auf diesen Zug aufgesprungen sind, aber es passiert. Wir sehen es auch als unsere Aufgabe, die Möglichkeiten zu geben, um bei diesen Megatrends mitzumachen und sich fit für die Zukunft zu machen. Letztendlich entscheidet natürlich jeder für sich selbst, ob und wann er dabei sein will – oder ob es ihm für sein Geschäft etwas bringt. Es gibt sicher auch Branchen, die sagen, dass sie das nicht brauchen. Ich will nicht sagen, dass das ein absolutes Muss ist. Aber diejenigen, die mitmachen und dabei sein wollen, können heute dabei sein, und wir stehen als starker Partner zur Seite.

NOCH VOR EIN PAAR JAHREN HÄTTE EINE KRISE, WIE WIR SIE HEUTE ERLEBEN, UNS EISKALT ERWISCHT. HEUTE, VOR ALLEM IN BÜROBERUFEN, FIEL DER UMSTIEG AUF

REMOTE WORK RELATIV LEICHT. LÄSST SICH EINSCHÄTZEN, INWIEWEIT DIE DIGITALISIERUNG DADURCH AUFWIND BEKOMMEN HAT ODER OB DAS PENDEL VIELLEICHT WIEDER ZURÜCKSCHWINGEN WIRD?

Corona hat einen Schub gegeben. Es war quasi eine Zwangsdigitalisierung. Aus dem heraus hat sich extrem viel entwickelt. Wir haben die Erfahrung gewonnen, dass Digitalisierung funktioniert und wir damit unser Leben, unsere Geschäftstätigkeit aufrechterhalten, und – oh Wunder! – es war eigentlich gar nicht so schwer. Das bringt uns, rein von der Einstellung her, einen großen Vorteil dabei, die nächsten Schritte der Digitalisierung weiterzugehen und weiterzudenken. Ich glaube nicht an den Backlash, weil die Erfahrung gezeigt hat, dass es funktioniert und einen großen Benefit hat. Ich gehe davon aus, dass wir aus der Coronakrise

Startenergie gewonnen haben und jetzt auch die nächsten Themen angehen können. Was sich in der Coronakrise und auch in der Digitalisierung gezeigt hat, ist zum Beispiel, dass etwas, von dem wir schon jahrzehntelang gesprochen haben – das papierlose Büro –, plötzlich möglich geworden ist. Man muss nichts mehr ausdrucken. Wer hat schon zu Hause einen Drucker, auf dem er gern 20 Seiten ausdruckt? Die meisten haben einen Tintenstrahldrucker, der vor sich hin rattert und bei dem man glücklich ist, wenn man ein Rücksendetikett für Zalando ausdrucken kann. Allein daraus, dass man papierlos geworden ist, ergeben sich so viele weitere Chancen für Digitalisierungs- und Automatisierungsthemen. Ich sehe es als Anschlag und auch als Bestätigung. Das wird uns sicher auch in den nächsten Jahren noch sehr helfen.

DURCH DIE PROJEKTE VON MAGENTA HABEN SIE EINEN EINBLICK IN DIESE

THEMEN. WAS IST FÜR SIE DAS SPANNENDSTE, COOLSTE, TOLLSTE, DAS UNS ERWARTET?

Ich habe in den vergangenen Monaten viele Dinge gesehen, die alle sehr faszinierend waren. Was mich wirklich begeistert und beeindruckt hat, ist, wenn Unternehmen, so wie einige unserer Kunden, ihre Geschäftstätigkeit und Wertschöpfungskette komplett überdenken. Sie waren dadurch geprägt, dass sie ihre Kunden in einer gewissen Art und Weise angesprochen haben, an sie verkauft haben, Dinge implementiert und dann serviciert haben. In der Zwischenzeit wissen sie aber, dass sie das durch digitale Instrumente und über die vorhandene Vernetzung komplett neu denken können. Sie verkaufen online, vermarkten online, finden ihre Zielgruppe online, treten mit ihren Kunden und Interessenten online in Interaktion. Sie nehmen auch auf, was vom Markt kommt, und setzen sich nicht erst zwei Jahre ins Besprechungszimmer und überlegen, was sie gern anbieten wollen, bauen das und bieten es dann den Kunden an. Es gibt viel mehr Interaktion mit den Kunden. Das geht dann durch die ganze Wertschöpfungskette durch.

Auch intern bei Magenta führen wir genau diese Diskussionen, obwohl wir ein noch relativ junges Unternehmen sind, in einer ganz modernen Branche. Wir haben die gleichen Voraussetzungen. Was die Kunden heute von uns erwarten, wie sie mit uns in Kontakt treten wollen, welche Kaufprozesse es gibt und welche Prozesse es gibt, um zum Beispiel eine Adresse zu ändern, hat sich total verändert. Hier sind wir bei Magenta mitten in einer Transformation. So erlebe ich das auch bei vielen Kunden von uns. Das ist für mich das Faszinierendste, nämlich seine Wertschöpfungskette anders zu denken und zu schauen, was man mit der Digitalisierung und den Instrumenten, die man heute hat, anders und besser machen kann. Es geht vor allem um die Interaktion mit Kunden.

DAS KLINGT JETZT NICHT SO „SEXY“ WIE EINE SMARTE KLOSPÜLUNG ODER SO.

Oder Drohnenüberwachung von Schienen, wie wir das gerade erst gehabt haben. Das sind wirklich tolle Sachen. Auch Smart Parking ist ein tolles Thema, keine Frage. Aber was die Gesamtwirtschaft am meisten verändert, sind die Möglichkeiten, die wir haben, um uns zu transformieren und zu digitalen Unternehmen zu machen. Ein digitales Unternehmen zu sein, heißt eben nicht nur, papierlos zu arbeiten, wo wir uns gezwungenermaßen gerade befinden, sondern darüber hinaus weiter darüber nachzudenken, was das für die Kundenbeziehungen und Wertschöpfung bedeutet. ■

INFO-BOX

Zur Person

Werner Kraus startete seine berufliche Karriere im Jahr 1991 bei Alcatel Austria und wechselte im Jahr 1997 als Leiter des Produktmanagements und später als Marketingleiter zu max.mobil, einem Vorgängerunternehmen von Magenta. 2004 wechselte er als CMO zu ucp.morgen, einem Softwareunternehmen, das 2006 von Amdocs, einem global tätigen Softwareanbieter mit Schwerpunkt Telekommunikationssoftware, übernommen wurde. Kraus bekleidete dort bis zum Jahr 2016 mehrere Führungsfunktionen und war unter anderem als Vice President Customer Business für die Kundenbeziehung zur Deutschen Telekom Gruppe verantwortlich. Seit April 2016 ist Kraus Senior Vice President Business & Wholesale bei Magenta Telekom und dabei für den gesamten B2B-Vertrieb, Business Marketing und Business Service verantwortlich. Kraus ist verheiratet und Vater dreier erwachsener Kinder. Er verfügt über einen Studienabschluss als Diplomingenieur in Maschinenbau-Betriebswissenschaften der TU Wien und hat zahlreiche Executive-Management-Ausbildungen absolviert.

CRIF LAUNCHT EIN GLOBALES NACHHALTIGKEITSNETZWERK

Synesgy ist das erste weltweite Netzwerk, das digitale Lösungen für die Messung und Bewertung von Nachhaltigkeit im Unternehmen entwickelt und anbietet. Als erster Schritt wurde im Herbst 2021 die ESG Transparency Plattform gelauncht, die das Erfassen von ESG-Kriterien einfach für alle möglich macht.

Gemeinsam mit führenden Unternehmen und Instituten aus unterschiedlichen Ländern hat CRIF das Nachhaltigkeitsnetzwerk Synesgy entwickelt. Primäres Ziel ist es, die ESG-Transformation der Wirtschaft durch Informationen zu unterstützen und einen weltweiten Standard in der Messbarkeit von Nachhaltigkeit zu etablieren. Davon profitieren der Bankensektor, der als Kreditgeber eine Schlüsselrolle einnimmt und Unternehmen bei der Kreditvergabe nach ESG-Kriterien

„Für die Transformation der Wirtschaft hin zur Einhaltung ökologischer und sozialer Kriterien sind zwei Faktoren relevant: Zum einen geht es um das kollektive Handeln – Politik, Wirtschaft, Finanzsektor und jeder Einzelne von uns müssen sich gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit einsetzen. Zum anderen müssen wir nachhaltiges Wirtschaften transparent und messbar machen – und das über alle Länder der Welt hinweg. Der Einsatz von Technologie und digitalen Lösungen wird hier zum kritischen

„Für die Transformation der Wirtschaft hin zur Einhaltung ökologischer und sozialer Kriterien sind zwei Faktoren relevant: Zum einen geht es um das kollektive Handeln – Politik, Wirtschaft, Finanzsektor und jeder Einzelne von uns müssen sich gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit einsetzen. Zum anderen müssen wir nachhaltiges Wirtschaften transparent und messbar machen – und das über alle Länder der Welt hinweg. Der Einsatz von Technologie und digitalen Lösungen wird hier zum kritischen Erfolgsfaktor.“

Boris Recsey, Geschäftsführer CRIF Österreich

überprüfen muss, aber auch Unternehmen mit vielen Zulieferern, die die Nachhaltigkeit ihrer Lieferkette mit Inkrafttreten des europäischen Lieferkettengesetzes nachweisen müssen.

Erfolgsfaktor“, erklärt Boris Recsey, Geschäftsführer von CRIF Österreich. CRIF beschäftigt sich seit 2018 intensiv mit dem Thema ESG und ist Teil verschiedener EU-Projekte und Initiativen. So leitet CRIF ein

Projekt zur ESG-Datenerhebung und Analyse der Europäischen Kommission und gewann mit seiner „Climate Risk Analytics Suite“ den G20 TechSprint 2021.

ESG TRANSPARENCY PLATTFORM FÜR MEHR TRANSPARENZ

Die erste digitale Lösung von Synesgy ist die ESG Transparency Plattform, die seit März 2021 weltweit erfolgreich im Einsatz ist. Bereits über 100.000 Unternehmen nutzen den kostenlosen Service des Technologieanbieters CRIF. Im November letzten Jahres erfolgte der Launch im DACH-Raum. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, sich auf einfache Art und Weise regelkonform nach ESG-Kriterien bewerten und zertifizieren zu lassen und diese Information Dritten zugänglich zu machen.

Auch vor dem Hintergrund des europäischen Lieferkettengesetzes bietet das Tool für Firmen, welche die ESG-Prozesse ihrer Lieferketten managen müssen, große Erleichterungen. Sämtliche Lieferanten können im Zertifizierungsprozess integriert werden.

Dank des vollständig digitalisierten Prozesses hält sich der administrative Aufwand in Grenzen. Inhaltlich verantwortlich für die Plattform, die auf den wichtigsten geltenden Standards und Vorschriften, wie der unabhängigen Global Reporting Initiative (GRI) und der EU-Taxonomie aufbaut, ist die konzerneigene Ratingagentur von CRIF, die auch die Messbarkeit verantwortet und das ESG-Zertifikat ausgibt. ■

www.synesgy.com



Boris Recsey, Geschäftsführer von CRIF Österreich

INFO-BOX

Über CRIF

CRIF ist ein Technologieunternehmen mit mehr als 70 Niederlassungen in über 35 Ländern auf vier Kontinenten. Als Teil der CRIF-Gruppe ist CRIF Ratings eine von der ESMA zugelassene Ratingagentur. Der Fokus der Leistungen von CRIF liegt auf datenbasierten Lösungen für Identitäts-, Risikomanagement, Betrugsvermeidung und Digitalisierung. Das Unternehmen zählt rund 10.500 Finanzinstitute, über 1.000 Versicherungen und 82.000 Unternehmen zu seinen Kunden. CRIF vereint das Beste aus zwei Welten: innovative Technologie mit bester Information und Analytics. Die Lösungen von CRIF schaffen einen Mehrwert und Vorsprung in der Digitalisierung der Customer-Journey.

CRIF GmbH

Rothschildplatz 3/Top 3.06.B
1020 Wien
Tel.: +43/1/897 42 44-0
Fax: +43/1/897 42 44-833
info.at@crif.com, www.crif.at

DIE WICHTIGSTEN E-MAIL-MARKETING-TRENDS 2022

E-Mail-Newsletter sind seit Jahren fixer Bestandteil des Marketing-Mix – nicht zuletzt deswegen, weil sie bei den Kunden hohe Akzeptanz genießen. Doch welche Trends, Technologien und Herausforderungen werden in dieser Disziplin 2022 dominieren?

Vor wenigen Monaten hat die Erfindung der E-Mail durch den US-amerikanischen Informatiker Ray Tomlinson bereits ihr 50-Jahr-Jubiläum gefeiert. In den vergangenen Jahren, vor allem mit dem Aufkommen von sozialen Netzwerken und Messenger-Diensten, wurden auf diesen altbewährten Kommunikationskanal bereits zahlreiche Abgesänge geschrieben – völlig zu Unrecht, wie zahlreiche Studien belegen. Der „E-Mail Statistics Report, 2021–2025“ des Tech-Marktforschungsinstituts The Radicati Group prognostiziert etwa, dass Ende 2025 täglich 376 Milliarden E-Mails versendet und empfangen werden. Zum Vergleich: 2015 waren es noch 205 Milliarden Nachrichten pro Tag. Auch als Marketinginstrument ist die E-Mail unverzichtbar. Erst vor Kurzem wies die Studie „E-Mail-Marketing Benchmarks 2022“ der absolut Consulting und des Verbands DDV aus, dass sage und schreibe 99 Prozent der 5.000 in der Stichprobe erhobenen Unternehmen auf E-Mail-Marketing setzen. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass E-Mail-Newsletter bei den Empfängern beliebt sind. Das deutsche Fachmedium OnetoOne und das Marktforschungsinstitut Splendid-Research haben ermittelt, dass mehr als 86 Prozent der Befragten E-Mails und Newsletter von Unternehmen als positiv akzeptierte Form der Kontaktaufnahme empfinden. Die Erhebung zeigt auch, dass die Empfänger im Vergleich zur letzten Befragung 2018 merk-

lich anspruchsvoller geworden sind. Sie erwarten sich von E-Mail-Newslettern nicht mehr nur Informationen zu Produktneuheiten, sondern einen echten Mehrwert. Ist dieser nicht gegeben, droht die Abonnement-Kündigung. Und aus Erfahrung wissen wir, dass ein vielfacher Marketingaufwand betrieben werden muss, um einen abgemeldeten User wieder zurückzugewinnen.

BETRIEBSSYSTEME UND E-MAIL-CLIENTS SCHRÄNKEN TRACKING EIN

Auch wenn E-Mail-Newsletter ungebrochen hohe Akzeptanz genießen, bergen neue Datenschutz- und Privacy-Optionen, die vonseiten der Betriebssysteme und E-Mail-Clients eingeführt werden, neue Herausforderungen für die Mailing-Plattformen. Befeuert wurde diese Entwicklung zuletzt, als Apple im Vorjahr mit seinem neuen Betriebssystem iOS 15 die „Mail Privacy Protection“ eingeführt hat. Allerdings gibt es für viele Probleme auch technische Lösungen aufseiten der E-Mail-Marketing-Plattformen. Und: Wer den Rezipienten von E-Mail-Newslettern weiterhin relevante Inhalte liefert und ihren Interessen eine höhere Bedeutung beimisst als gut zu vermarktenden Click- und Viewzahlen, wird mit seinen E-Mail-Newsletter-Kampagnen weiterhin erfolgreich sein. Das beste Argument dafür ist guter, individueller Content.

CONTENT IST NACH WIE VOR IM FOKUS

In puncto individueller Ansprache ist bei vielen werbetreibenden Unternehmen jedoch noch Luft nach oben. Laut der Studie „E-Mail-Marketing Benchmarks 2022“ fragen nur 66 Prozent der untersuchten Betriebe bei der Anmeldung zu einem E-Mail-Newsletter persönliche Daten ab. Wer darauf verzichtet, wertvolle Daten zu erheben sowie Schnittstellen zwischen den Systemen aufzubauen, kann seine E-Mail-Newsletter-Kampagnen weder automatisieren noch personalisieren und lässt damit wertvolles Potenzial ungenutzt. Wer dann auch noch bedenkt, dass User in der Regel auf mehreren Endgeräten und unterschiedlichen Plattformen gleichzeitig unterwegs sind, kennt eine weitere Erfolgszutat von erfolgreichem E-Mail-Marketing im Jahr 2022: Personalisierung darf nicht nur die letzte E-Mail-Öffnung berücksichtigen, sondern das Gesamtbild des User-Verhaltens.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ GEWINNT WEITERHIN

Von datengetriebenem Marketing, künstlicher Intelligenz (KI) und maschinellem Lernen ist im digitalen Marketing bereits seit einigen Jahren die Rede. KI bietet bei vorhandenen Daten enorme Optimierungspotenziale und ermöglicht es Unternehmen, Kundenverhalten zu prognostizieren, personalisierte Werbung auszuspielen und Abschlussraten zu steigern. Im Jahr 2022 werden vor allem große Unternehmen bei ihren Marketingkampagnen vermehrt auf KI setzen. Dabei geht es in erster Linie um die intelligente Auswertung von Daten und die gezielte Individualisierung. Worauf trotz Marketing-Automation und intelligenten Algorith-

men nicht vergessen werden sollte: die ansprechende Gestaltung von E-Mail-Newsletter-Templates auf dem neuesten Stand der Technik. Im vergangenen Jahr haben viele Nutzer den Dark Mode mit heller Typografie auf dunklem Hintergrund für sich entdeckt. Das schont bei viel Bildschirmkonsum die Augen und macht weniger müde. Die vier dominierenden Betriebssysteme Windows, MacOS, Android und iOS haben den Dark Mode bereits integriert – dass dies nun auch in immer mehr Templates entsprechend Berücksichtigung findet, ist eine begrüßenswerte Entwicklung.

UNABHÄNGIG, SICHER UND ZUVERLÄSSIG

Fazit: Etwas mehr als ein halbes Jahrhundert nach ihrer Erfindung genießt die E-Mail sowohl in der privaten Kommunikation als auch als Marketinginstrument hohes Ansehen – nicht zuletzt, weil sie eine der wenigen privatwirtschaftlich unabhängigen Technologien ist. Das macht die E-Mail und E-Mail-Marketing auch künftig unersetzbar. ■

INFO-BOX

Über eyepin

Der E-Mail- und Event-Marketing-Spezialist eyepin betreut eine Vielzahl nationaler und internationaler Kunden aus allen Bereichen und betreibt selbst Standorte in Österreich und Deutschland. Zu den österreichischen Kunden zählen unter anderem Magenta, Österreichische Post AG, A1 Telekom Austria AG, OMV, das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort sowie Mediaprint oder die Verlagsgruppe Styria.

Franz J. Kolostori
ist Gründer und Geschäftsführer von eyepin.
Nähere Informationen finden Sie unter www.eyepin.com.



Foto: eyepin

DAS ZENTRUM FÜR INFRASTRUKTURELLE SICHERHEIT

Brandaktuelle Studienprogramme an der Universität für Weiterbildung Krems.

Sicherheit ist eine der großen gesellschaftlichen Aufgaben der Gegenwart. Bezogen auf die aktuellen Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung bedeutet das, dass durch die rasante Entwicklung in der IT Prozessabläufe optimiert und Wertschöpfungsketten verlängert wurden. Die weitere Entwicklung führte dazu, dass Software und künstliche Intelligenz in Objekte integriert und diese Objekte damit eigenständige Teile einer zusammenhängenden Infrastruktur wurden. Damit steigt die Komplexität durch die immer massiver werdende Vernetzung der Mensch-Umwelt-Technologie-Systeme. Diese Form der Digitalisierung und Technologieentwicklung ermöglicht Innovationen und erhöht gleichzeitig die Verwundbarkeit vernetzter Systeme.

Die hohe Komplexität dieser Systeme macht es schwierig, Interventionen zu setzen, die der Dynamik dieser Entwicklung gerecht werden.

An diesem Übergang zur Netzwerkgesellschaft werden die bisher gültigen Modelle des Industriezeitalters abgelöst und durch neue Prinzipien wie Zusammenarbeit, Offenheit und Teilen ersetzt.

An dieser Stelle findet Lehre und Forschung des Zentrums für Infrastrukturelle Sicherheit statt. Hier gilt es, viele neue Probleme zu lösen, wie beispielsweise Datenmissbrauch und ungewollte Transparenz, das explosionsartige Anwachsen von Daten und die dadurch entstehende Verletzlichkeit von Individuen, Unternehmen und Staaten, die Absicherung von Infrastrukturen etc.

Das Thema Sicherheit ist aber nicht nur ein wichtiger Teil des Innovationspotenzials, das durch Digitalisierung eröffnet wird, sondern gleichzeitig auch eines der Grundbedürfnisse der Menschen und damit emotional stark besetzt. Durch diese Zuschreibung auf der Bedürfnisskala ist die Sicherheit bei Entwicklungen als erfolgskritischer Faktor zu berücksichtigen, da Entwicklungen, zukünftige Geschäftsmodelle sowie Services primär vom vorhandenen Vertrauen abhängen werden. Sicherheit muss lebbar sein und der Mensch stets im Mittelpunkt jeder Überlegung stehen. Auf dieser Basis sind die berufs begleitenden Universitätslehrgänge des Zentrums aufgebaut, die über eine optimale Verbindung von E-Learning und Präsenzphasen verfügen und sich an den praxisorientierten Bedürfnissen der Studierenden orientieren. ■

Universität für Weiterbildung Krems, Zentrum für Infrastrukturelle Sicherheit



Ass.-Prof. Mag. Dr. Walter Seböck, MSc, MBA
Leiter des Zentrums für Infrastrukturelle Sicherheit
Tel.: +43/2732/893-2317
walter.seboeck@donau-uni.ac.at
www.donau-uni.ac.at

Mag. Dr. Ingeborg Zeller
Lehrgangsleitung Security and Safety Management, Leitung Corporate Programs
Tel.: +43/2732/893-2316
ingeborg.zeller@donau-uni.ac.at
www.donau-uni.ac.at



Anzeige



Universitätslehrgang

Security and Safety Management

Verantwortung mit Kompetenz

Abschluss: Master of Science

Dauer: 4 Semester, berufsbegleitend

Lehrgangstart: 14. März 2022

Universität für Weiterbildung Krems

www.donau-uni.ac.at/ssm



20. Sicherheitskonferenz Krems 2022

19. Oktober 2022, Audimax der Universität für Weiterbildung Krems

www.donau-uni.ac.at/sicherheitskonferenz

DER BEDARF IST HOCH

Der Bedarf an gut ausgebildeten Expertinnen und Experten in Sachen IT-Sicherheit ist weiterhin höher als das Angebot. Mit ihren praxisnahen Lehrgängen trägt die Universität für Weiterbildung Krems dazu bei, etwas daran zu ändern und für Nachschub zu sorgen.

Die IT-Security tut sich oft schwer, mit der technologischen Realität Schritt zu halten. Dem kann man am besten mit Forschung und Bildung entgegentreten. Walter Seböck ist Leiter des Zentrums für Infrastrukturelle Sicherheit an der Universität für Weiterbildung Krems, die unter anderem mit dafür sorgt, dass auch in Zukunft genügend Fachleute zur Verfügung stehen, um für ein Höchstmaß an Sicherheit im digitalen Raum zu sorgen. NEW BUSINESS hat mit dem anerkannten Experten über aktuelle Entwicklungen und das entsprechende Bildungsangebot gesprochen.

DIE IT-SICHERHEIT HINKT DER TECHNOLOGISCHEN REALITÄT OFT EINEN SCHRITT HINTERHER. HAT DER DURCH DIE CORONA-KRISE AUSGELÖSTE DIGITALISIERUNGSSCHUB IN DEN UNTERNEHMEN DIESEN ABSTAND NOCH VERGRÖßERT?

Leider wird es immer so sein, dass die IT-Sicherheit der technologischen Realität hinterherhinkt. Die Unternehmen, die sich bereits vor der Pandemie mit der Digitalisierung der Prozesse beschäftigt haben, konnten ohne große Probleme Teile ihrer Geschäftstätigkeit ins Homeoffice verlagern. Diese Unternehmen haben sich auch bereits intensiv mit

dem Bedrohungspotenzial beschäftigt und waren weder in Bezug auf Datenschutz noch IT-Sicherheit unsicher. Der Abstand zwischen IT-Sicherheit und technologischer Realität wurde nur für die Unternehmen größer, die sich davor nicht mit Digitalisierung und den damit verbundenen Sicherheitserfordernissen auseinandergesetzt haben.

WELCHE THEMEN HABEN IN DER IT-SECURITY DERZEIT DAS MEISTE GEWICHT?

Thema für viele Unternehmen ist die Verlagerung von Arbeitsplätzen ins Homeoffice. Hier gibt es in vielen Fällen nicht nur seitens der Hard- und Software-Ausrüstung, sondern auch in Bezug auf Geheimhaltung und Zugangsmöglichkeiten offene Punkte, die von jedem Unter-



Prof. Dr. Walter Seböck, Leiter Zentrum für Infrastrukturelle Sicherheit, Universität für Weiterbildung Krems

nehmen IT- und sicherheitstechnisch zu lösen sind. Andere Themen sind IoT-Security, vor allem im produzierenden Bereich, sowie das zunehmende Engagement von Unternehmen, mittels Datenanalyse durch KI Sicherheitsprobleme frühzeitig zu identifizieren. Ransomware wird weiter Probleme machen und dazu führen, dass Unternehmen aller Größenordnungen weiterhin in die Aufrüstung investieren müssen, um nicht zum Opfer eines solchen Angriffs zu werden. Da Ransomware als gemanagter Service angeboten wird, ist die Eintrittsproblematik für Erpresser massiv gesenkt worden.

**IN AKTUELLEN FORSCHUNGSPROJEKTEN
ERFORSCHEN SIE, WIE MAN FAKE-NEWS
MITTELS KI BEIKOMMEN KANN. WELCHE
MÖGLICHKEITEN GIBT ES DA KONKRET?**

Da Desinformationen über viele Wege an die Zielgruppen gelangen, gibt es auch viele Wege, diesen zu begegnen. Manipulierte Videos, Fotos und Texte lassen sich durch technische Analysen identifizieren. Schwierig wird es dort, wo aus unterschiedlichen, in sich wahren Aussagen, kombiniert mit einer großen Medienvielfalt, eine gesamtheitliche Falschinformation entsteht. Künstliche Intelligenz kann hier für Verbesserung sorgen. Der alleinige Einsatz von Technologie wird das Problem aber nicht lösen und muss daher von Bewusstseinsbildung begleitet werden.

**WIE ENTWICKELN SICH DER BEDARF UND DAS
ANGEBOT AN CYBERSECURITY-EXPERTEN?**

Durch das extreme Wachstum der elektronischen Möglichkeiten, zunehmende Vernetzung, Digitalisierung aller Bereiche, IoT, autonome Systeme, künstliche Intelligenz und viele weitere Entwicklungen, die gerade in Erprobung oder Umsetzung sind, wird immer mehr Expertise benötigt. Ausbildung zu allen Themen ist vorhanden, aber die Nachfrage bleibt überschaubar. Zusammengefasst lässt sich sagen, dass der

Bedarf sehr hoch ist, aber das Angebot, also Expertinnen und Experten, ist sehr überschaubar. Der problemlose Umgang mit elektronischen Geräten, den viele Menschen bereits ab frühester Kindheit pflegen, bringt diese trotzdem nicht dazu, sich für eine IT-Ausbildung zu interessieren, trotz aller Aspekte, die dafür sprechen würden. Es gibt viele spannende Ideen in diesem Bereich, die alle darauf setzen, sehr früh in der Schule mit entsprechender Vermittlungsarbeit zu beginnen.

**WAS MÜSSTE GETAN WERDEN, DAMIT DER
BEDARF GEDECKT WERDEN KANN?**

Weiterbildung wurde in den vergangenen 20 Jahren zum Erfolgsfaktor, sowohl persönlich als auch für die Unternehmen. Die erworbenen Kompetenzen sind eine Steigerung des individuellen, persönlichen „Marktwerts“ sowie des Know-hows des Unternehmens. Weiterbildung hilft, Ineffizienz und Ineffektivität abzustellen, sie hilft, innovativ zu sein, und sie unterstützt das Unternehmen nachhaltig. Idealerweise verteilen diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Wissen intern. Damit wird Wissen und Weiterbildung zum Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens. Die Masterthesen der Programme „Security & Safety Management“ sowie „Executive Management in Security Business, MBA“ werden zu einem unternehmensrelevanten Thema verfasst. So ist die Praxisnähe gegeben.

Ein weiterer, wesentlicher Faktor ist die Netzwerkbildung. Es ist nirgends so leicht und schnell möglich, gute und funktionierende Netzwerke aufzubauen. Das funktioniert auch in Corona-Zeiten und wird in Zeiten des E-Learnings speziell unterstützt. Diese Vertrauensebene bleibt über viele Jahre stabil und wird in vielen Fällen ausgebaut. Da die Studierenden mitten im Berufsleben stehen, wissen sie auch sehr genau, wie wichtig ein breites und funktionierendes Netzwerk ist. ■

DER MENSCH ALS SCHLÜSSELFAKTOR FÜR CYBERSICHERHEIT IM UNTERNEHMEN

Cyberangriffe nehmen ständig zu. Unternehmen reagieren darauf mit technischen Maßnahmen wie Firewalls oder Verschlüsselung. Die Informationssicherheit ist jedoch immer nur so gut wie der Mensch, der die Systeme bedient.

E-Mails oder manipulierte Websites sind die mit Abstand häufigsten Wege für eine Infektion mit Schadsoftware. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in gut geschützten Unternehmen werden dabei nicht als Risikofaktoren, sondern als Teil der Lösung gesehen. Das rasche Erkennen von Cyberattacken oder Social-Engineering-Versuchen kann hohen wirtschaftlichen und immateriellen Schaden vom Unternehmen abwenden.

DREI TIPPS FÜR DEN FAKTOR MENSCH IM UNTERNEHMEN:

- Machen Sie Informationssicherheit zur Chefsache!

Die strategische Ausrichtung (Was muss ich schützen?) und Absicherung des Unternehmens (Wie kann ich es schützen?) ist Aufgabe der Unternehmensleitung. Diese ist auch gefordert, die notwendigen personellen und finanziellen Ressourcen zur Verfügung zu stellen. Im Schadensfall drohen Betriebsunterbrechungen und Schäden, die für Unternehmen existenzbedrohend sein können.

- Schulen und sensibilisieren Sie alle Mitarbeiter:innen regelmäßig.

Relevante Gefährdungen müssen allen bekannt sein, die Erwartungshaltung hin-

sichtlich Informationssicherheit im Unternehmen sollte klar kommuniziert und vollzogen werden.

- Ermuntern Sie Ihre Mitarbeiter:innen dazu, Auffälligkeiten oder Unzulänglichkeiten in Arbeitsabläufen offen anzusprechen. Informationssicherheit ist ein Prozess, der nur durch kontinuierliche Weiterentwicklung mit der ständig wachsenden Bedrohung durch Cyberangriffe Schritt halten kann.

IT-Security-Expertinnen und -Experten unterstützen Sie bei der Erstellung eines Sicherheitskonzepts für Ihr Unternehmen. Im UBIT Firmen A-Z finden Sie Expertinnen und Experten in Ihrer Nähe. ■

INFO-BOX

Bundessparte Information und Consulting

Die Bundessparte Information und Consulting vertritt die Interessen von 142.000 Unternehmen aus den Sektoren Information, Kommunikation und Consulting. Als Motor des Innovations- und Zukunftsstandorts Österreich erwirtschaften die wissensbasierten Dienstleistungsunternehmen 60 Milliarden Euro an Umsätzen jährlich und beschäftigen 243.000 Arbeitnehmer.

Bundessparte Information und Consulting

Wiedner Hauptstraße 63
1045 Wien
Tel.: +43/5 90 900 3174
ic@wko.at
<https://wko.at/ic>



Rawpixel/Shutterstock.com

IT-Sicherheit ist für jedes Unternehmen überlebenswichtig!

Mit der Initiative „it-safe.at“ bietet die WKÖ vor allem kleinen und mittleren Unternehmen Hilfestellung:

Nutzen Sie die kostenlosen Angebote von www.it-safe.at

- IT-Sicherheitshandbuch für kleine und mittlere Unternehmen
- IT-Sicherheitshandbuch für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Online-Ratgeber zu Themen wie Sicherheit am Smartphone, Ransomware, etc.
- Checklisten und Leitfäden
- Webinare
- Förderungen

Warten Sie nicht bis etwas passiert, sondern machen Sie IT-Sicherheit jetzt zur Chefsache!

RECHTZEITIG VORBEUGEN

Worauf muss in Sachen IT-Sicherheit geachtet werden, welche Maßnahmen gilt es zu treffen, und wo kann man sich kompetente Unterstützung holen? Angelika Sery-Froschauer, Obfrau der WKÖ-Bundessparte Information und Consulting, gibt Antworten auf diese Fragen.

Angelika Sery-Froschauer vertritt als Obfrau der Bundessparte Information und Consulting (BSIC) in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) gemeinsam mit ihrem Team die Interessen von rund 142.000 wissensbasierten Dienstleistungsunternehmen. Im Interview mit NEW BUSINESS gibt die Oberösterreicherin Tipps für mehr Cyber-sicherheit in kleinen und mittleren Unternehmen.

WELCHE GEFAHREN IN DER IT-SICHERHEIT SOLLTEN KMU DERZEIT VERSTÄRKT AUF DEM RADAR HABEN UND WARUM?

Schadsoftware steht zweifellos auf der Liste der Bedrohungen ganz weit oben. Eine besondere Gefahr stellt dabei die Ransomware dar. Dabei werden Daten verschlüsselt und Lösegeld für die Entschlüsselung vom Opfer erpresst. Das Geschäftsmodell ist für Cyberkriminelle besonders lukrativ, da mit relativ einfachen Mitteln hohe Summen erpresst werden können. Die Opfer sind internationale Konzerne genauso wie mittelständische Betriebe oder Ein-Personen-Unternehmen. Die Kriminellen recherchieren die finanziellen Möglichkeiten ihres Zielobjekts beispielsweise anhand veröffentlichter Umsatzzahlen und passen die Lösegeldforderung an die finanziellen Möglichkeiten des Unternehmens an. Wer hier keine ordentliche Datensicherung hat, wird gnadenlos abgezockt. Generell erfolgen viele Angriffe über E-Mail, das gilt auch für die oft breit angelegten Phishing-Mail-Kampagnen. Eine gute E-Mail-Security z. B. mit einer Sandboxlösung ist daher enorm wichtig.

„Wer rechtzeitig vorbeugt, hat maximalen Schutz und insgesamt eine effektivere IT-Landschaft.“

**KommR Mag.a Angelika
Sery-Froschauer, Obfrau BSIC**

WELCHE MASSNAHMEN KÖNNEN KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN IN DIESER HINSICHT SELBST TREFFEN, UND WO IST DIE GRENZE, AB DER MAN SICH PROFESSIONELLE UNTERSTÜTZUNG SUCHEN SOLLTE?

Mittlerweile sind die IT-Systeme und die darauf beruhenden Geschäftsprozesse so wichtig für die Unternehmen und gleichzeitig so komplex, dass ich allen Unternehmen dringend empfehle, mit IT-Security-Experten zusammenzuarbeiten.

Die gute Nachricht ist, dass durch professionelle Vorbeugung bereits mit einigen grundlegenden Maßnahmen enorm viel erreicht werden kann: Die Awareness-Bildung bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Tools für die konstante Überwachung der IT-Systeme

me, um Angriffsversuche frühzeitig zu erkennen und zu blockieren, und Notfallpläne, die regelmäßig getestet werden, wehren einen Großteil der Angriffe ab. Eine ordentliche Datensicherung schützt vor schmerzhaften Ransomware-Lösegeldzahlungen. Angesichts der enormen Schäden, die zum Beispiel durch wochenlange Lahmlegung des Unternehmens bei Cyberattacken entstehen können, zahlt es sich aus, mit Experten ein Sicherheitskonzept zu erstellen, bevor es zu einem Angriff kommt. Leider muss man klar sagen, dass Hilfe danach nur auf das Prinzip Hoffnung aufgebaut ist. Wer rechtzeitig vorbeugt, hat maximalen Schutz und insgesamt eine effektivere IT-Landschaft. Letztendlich stellt das einen enormen Wettbewerbsvorteil für ein Unternehmen dar.

WO FINDET MAN DIESE UNTERSTÜTZUNG?

IT-Security-Experten unterstützen Unternehmen bei der Erstellung eines Sicherheitskonzepts: www.wko.at/site/it-safe/suche-nach-it-security-expert-inn-en.html.

Auf der Website der Bundessparte Information und Consulting www.it-safe.at finden Unternehmen praxisingerechte Informationen, Online-Ratgeber, Sicherheitshandbücher, Webinare und mehr zum Thema.

WAS SOLLTE MAN TUN, WENN MAN ALS KMU ZIEL EINES HACKERANGRIFFS IST?

Ruhe bewahren und überlegt handeln! Leider gibt es keine einheitlich gültige Vorgangsweise, und in der Panik kann vieles noch verschlimmert werden. Idealerweise hat das Unternehmen vorgesorgt und Notfallpläne und Checklisten erstellt. Hilfe dazu finden Unternehmen auf www.it-safe.at. Es sollte zumindest für jede und jeden im Unternehmen auf einen Blick ersichtlich sein, wer im Notfall zu verständigen ist und wer Entscheidungen treffen kann.

Wenn Unternehmen Opfer einer Cyberattacke wurden, bietet die Cybersecurity-Hotline der



KomMR Mag.a Angelika Sery-Froschauer, Obfrau der Bundessparte Information und Consulting

Wirtschaftskammern unter 0800/888 133 rund um die Uhr und kostenlos rasche telefonische Erstinformation und Notfallhilfe.

OFT LAUFEN SOLCHE ANGRIFFE SEHR VERSTECKT, UND MAN BEKOMMT SIE ALS LAIE GAR NICHT MIT, BIS ES ZU SPÄT IST. GIBT ES ANZEICHEN, AUF DIE MAN ACHTEN SOLLTE?

Wichtig ist, die IT-Systeme konstant durch professionelle Tools zu überwachen, um Anomalien zu erkennen, Angriffe zu lokalisieren und rechtzeitig reagieren zu können. Dies ist ein wichtiger Teil eines Sicherheitskonzepts. Ganz ohne technische Mittel ist es sehr schwierig, Auffälligkeiten sind dann auch nur schwer zu deuten. ■

INFO-BOX

Über die Bundessparte Information und Consulting

Die Bundessparte Information und Consulting (BSIC) in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) vertritt die Interessen von 142.000 Unternehmen aus den Sektoren Information, Kommunikation und Consulting. Als Motor des Innovations- und Zukunftsstandorts Österreich erwirtschaften die wissensbasierten Dienstleistungsunternehmen 60 Milliarden Euro an Umsätzen jährlich und beschäftigen 243.000 Arbeitnehmer.

<https://wko.at/ic>

it-safe.at


ERP-BRANCHENSOFTWARE ALS SAAS-ANGEBOT VON KUMAVISION

Als einer der ersten Microsoft-Partner weltweit hat KUMAVISION branchenspezifische Software-as-a-Service-Lösungen auf Basis von Microsoft Dynamics 365 Business Central entwickelt. ERP-Projekte lassen sich damit schneller und einfacher als bisher umsetzen.

Software as a Service (SaaS) verlagert Betrieb und Bereitstellung von ERP-Lösungen in die Cloud. Der Abschied von lokalen Installationen (On-Premises) bietet Unternehmen zahlreiche Vorteile: Das SaaS-Angebot von KUMAVISION überzeugt durch schnelle Bereitstellung, problemlose Skalierbarkeit und transparente Preismodelle.

Da KUMAVISION sich um den Betrieb, die Weiterentwicklung, Updates und die Wartung kümmert, profitieren SaaS-Kunden von kürzeren Innovationszyklen, einer nachhaltigen Entlastung der eigenen IT-Abteilung und letztlich auch von niedrigeren Gesamtkosten. Gleichzeitig arbeiten sie stets mit einer aktuellen ERP-Software und erhalten kontinuierlich Zugriff auf neue Funktionen und Technologien.

ERP-BRANCHENSOFTWARE MIT BEST-PRACTICE-PROZESSEN

Das Angebot von KUMAVISION umfasst ERP-Branchensoftware als SaaS-Lösungen, die die besonderen Anforderungen der jeweiligen Branche optimal abbilden. Bereits verfügbar sind die SaaS-Lösungen für Großhandel (KUMAVISION trade365) sowie Projektdienstleister (KUMAVISION project365). In Entwicklung befinden sich Lösungen für die Fertigungsindustrie (KUMAVISION factory365) sowie für weitere Branchen.

Jede Branche ist anders, jede Branche hat eigene Anforderungen. KUMAVISION hat daher die ERP-Standardsoftware Microsoft Dynamics 365 Business Central (vormals Navision) um zahlreiche branchenspezifische Funktionalitäten, Workflows und Auswertungen (KPI) erweitert. Jede Branchenlösung bringt dutzende Best-Practice-Prozesse mit, in die die Erfahrung von über 1.800 erfolgreichen ERP-Projekten in 25 Jahren eingeflossen ist.

MEHR ALS ERP: DIE MICROSOFT TECHNOLOGIEPLATTFORM

Weltweit einmalig ist die Technologieplattform Microsoft Dynamics 365, auf der die SaaS-Branchenlösungen basieren. Neben dem ERP-System (Business Central) bietet sie CRM-Software für Vertrieb, Marketing und Kundenservice, die Business-Intelligence-Lösung Power BI, Microsoft Teams und Office 365, Workflow-Lösungen und mobile Apps sowie Cloud-basierte Services für Internet of Things (IoT), künstliche Intelligenz (KI), Chatbots und vieles mehr. Durch die gemeinsame Datenbasis gehören Probleme mit Schnittstellen oder Datensilos der Vergangenheit an.

SCHNELLE EINFÜHRUNG, TRANSPARENTE KOSTEN


Von KUMAVISION entwickelte Smart-Start-Pakete vereinfachen mit zahlreichen Best-

Software as a Service

SaaS

 **Schnelle Einführung**


 **Automatische Updates**

 **Einfache Skalierbarkeit**

 **Weltweites Arbeiten**

 **Transparente Kosten**

 **Nachhaltige IT-Entlastung**

 **Maximale Sicherheit**

ERP-Software als SaaS-Angebot bietet dem Mittelstand zahlreiche Vorteile im Vergleich zu lokalen Installationen.

Practice-Prozessen, Templates und Vorlagen den Umstieg auf eine SaaS-Lösung nochmals. Die Pakete beinhalten einen klar definierten Leistungsumfang – z. B. für die Einführung und die Konfiguration der Finanzbuchhaltung – und machen dank transparenter Preise die Projekteinführung sicher kalkulierbar.

BERATUNGSANGEBOTE FÜR DIE DIGITALE TRANSFORMATION

SaaS-Projekte sollten die vorhandene IT-

Landschaft nicht einfach 1:1 abbilden, sondern sowohl die IT-Strategie als auch die Unternehmensstrategie berücksichtigen. Wie bei jedem Software-Projekt empfiehlt es sich, bei dieser Gelegenheit die eigenen Prozesse auf den Prüfstand zu stellen. Unternehmen müssen diese Schritte jedoch nicht allein gehen. Das Digitalisierungsteam der KUMAVISION unterstützt und begleitet mit Beratungsangeboten und Dienstleistungspaketen zu IT-Architektur, Digitalisierungsstrategie und Prozessoptimierung. ■

 **KUMA**
VISION

ERP
CRM
BI
CLOUD

KUMAVISION GmbH

Millennium Park 4, 6890 Lustenau
Tel.: +43/5577/890 62-100
Fax: +43/5577/890 62-101
lustenau@kumavision.com
www.kumavision.at

#THENEWITGIRLS

Der Frauenanteil in der IT-Branche ist weiterhin zu gering. Das ist ungehobenes Potenzial, um nicht nur dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, sondern auch, um die Vielfalt in den Unternehmen zu fördern. Initiativen wie #thenewITgirls wollen daran etwas ändern.

Die Digitalisierungsbranche sichert laut einer Studie des Verbands Österreichische Software Industrie (VÖSI) bereits heute jeden 20. Arbeitsplatz in Österreich, Tendenz stark steigend. Die Pandemie hat diese Entwicklung weiter gefördert. Gleichzeitig fehlen laut UBIT bereits heute rund 24.000 Fachkräfte. Eine nicht zu unterschätzende Ursache dafür ist auch der immer noch zu geringe Frauenanteil in der Branche. Er beträgt gerade einmal 18 Prozent (ebenfalls laut VÖSI). Österreich ist da kein Einzelfall, denn auch der europaweite Durchschnitt laut Eurostat liegt mit 18,5 Prozent nur knapp darüber. In Führungspositionen ist er noch einmal geringer. Das Europaparlament kam schon 2015 zum Schluss, dass der Frauenanteil unbedingt gehoben werden muss, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, mit bisher mäßigem Erfolg – die Ausgangslage von 2015 waren 16,5 Prozent. Will man es positiv formulieren, könnte man sagen: Es liegt auch heute noch viel ungenutztes Potenzial brach.

EINE VERÄNDERUNG VON INNEN STARTEN

Um dieses Potenzial zu haben und für mehr Gender-Diversity – bekanntermaßen ein wirtschaftlicher Erfolgsfaktor – zu sorgen, wurde 2019 die Initiative #thenewITgirls ins Leben gerufen. Aus eigenem Bedürfnis, wie die Initiatorinnen Astrid Wieland, Doris Schlaffer, Kristina Maria Brandstetter sowie Doris Matisovits betonen. Oft waren sie in Meetings und bei Branchenveranstaltungen die einzigen Frauen, Austausch und Vernetzung fehlten. „Heute wollen wir mehr als nur Frauen in der Branche über alle Berufstitel miteinander verbinden, wir wollen helfen, aus der Branche heraus die Branche insgesamt zu transferieren. Eines unserer wichtigsten Instrumente dabei: Role-Models sichtbar machen und ihnen eine Bühne geben – und das oft auch im wahrsten Sinn des Wortes, ‚All Male Panels‘ sind noch immer eine traurige Tatsache auf vielen Branchenveranstaltungen, Frauen sind oft nur in den ‚Diversity‘-Panels zu finden“, sagt Kristina Maria Brandstetter, die wie ihre Mitstreiterinnen mit viel persönlichem Engagement versucht, etwas zu verändern. Nicht allein für sich und nicht einmal „nur“ für alle Frauen, sondern vielmehr für die Zukunftsfähigkeit der Branche und in weiterer Folge zum Wohl der Gesellschaft.

„Wir wollen gesellschaftlich geprägte Vorurteile abbauen, Diversität fördern und Frauen und Berufsbilder in der IT sichtbar machen.“

Kristina Maria Brandstetter,
Board Member #thenewITgirls



Die Gründerinnen von #thenewITgirls Doris Schläffer (li.) und Astrid Wieland (Mitte) zusammen mit Vorstandsmitglied Kristina Maria Brandstetter (re.).

Die Macherinnen von #thenewITgirls setzen ganz konkrete Maßnahmen, um etwa interessierten Quereinsteigerinnen den Umstieg zu erleichtern. So wurde im Jänner ein achtwöchiges „#thenewITgirls Boost Camp (em) powered by Skills Campus“ mit 100 Teilnehmerinnen gestartet. Durch ein Sponsoring von Microsoft und ETC war es möglich, diese Weiterbildung zu einem geringen Selbstbehalt anzubieten, was die Hemmschwelle zusätzlich gesenkt hat. „Möglich wird das, weil wir als ehrenamtlicher Verein hier viele unbezahlte Stunden hineinstecken. Das macht sich bezahlt – das Interesse war so groß, dass es innerhalb kürzester Zeit ausgebucht war und wir bereits über einen zweiten Durchgang nachdenken“, erzählt Brandstetter. O-Ton der Teilnehmerinnen, von der Kunsthistorikerin bis zur Projektmanagerin: Sie interessieren sich schon so lange für die Branche, fanden aber bislang keinen konkreten Weg für den Quereinstieg. Solche niederschwelligen Ange-

bote fehlen. Brandstetter: „Unser Ziel ist, bis 2025 10.000 Frauen zu empowern, d.h. in ihrer Berufswahl und auf ihrem Karriereweg zu unterstützen. Dazu braucht es mehr Sichtbarkeit in der Branche. Wir unterstützen hier.“ ■

INFO-BOX

Über #thenewITgirls

#thenewITgirls sind ein von Doris Schläffer (Communardo) und Astrid Wieland (Microsoft) 2019 gegründeter unabhängiger Verein zur Förderung von Frauen in der IT. Das Team aus Branchenexpertinnen arbeitet ehrenamtlich daran, die Branche für Frauen attraktiver zu gestalten, gesellschaftlich geprägte Vorurteile abzubauen, Diversität zu fördern und Frauen und Berufsbilder in der IT in Österreich und über die Grenzen hinaus sichtbar zu machen.

www.thenewitgirls.com

SCHUTZ VOR VOIP-FRAUD

Mit der Pandemie stieg die Zahl der Cyberangriffe wie Voice-over-IP-Betrug auf Unternehmen nicht nur, sie wurden auch intelligenter. Welche typischen Angriffsszenarien gibt es, und wie können Voice-over-IP-Sicherheitslücken vermieden werden?

Das rasante Hochfahren der Homeoffice-Infrastruktur stellte IT-Abteilungen vor komplexe Herausforderungen. Um das virtuelle Arbeiten im Homeoffice zu gewährleisten, waren Unternehmen gefordert, rasch neue Cloud-Dienste und Arbeitsprozesse zu implementieren. Das Aufsetzen der notwendigen IT-Sicherheitsstrukturen wurde jedoch oft vernachlässigt. Viele Unternehmen haben es etwa verabsäumt, ihre Voice-over-IP-Systeme (VoIP-Systeme) auf den aktuellen Stand zu bringen. Die Telefonie steht zwar nicht im Hauptfokus von Cyberkriminellen, die Forschung von Check Point Research zeigt jedoch, dass Hacker 2021 die VoIP-Telefonsysteme von rund 1.200 Unternehmen in 20 Ländern anzugreifen versucht haben.

SICHERHEIT BEGINNT MIT DER PLANUNG

Doch so unvermeidlich Sicherheitsbedrohungen auch sein können, der richtige VoIP-Dienst-Anbieter kann dabei helfen, Bedrohungen abzuwehren und Geschäftseinbußen zu verhindern. Grundsätzlich lässt sich mit einer VoIP-Telefonanlage aus der Cloud die geschäftliche Telefonie auch außerhalb der Bürowände reibungslos organisieren. Im Vergleich zur klassischen Telefonie bietet die VoIP-Telefonie dabei wesentlich bessere und schnellere Fraud-Detection-Systeme. Diese verhindern sehr effektiv, dass Rufnummern manipuliert werden; auch Fake-Anrufe werden rasch erkannt und blockiert. Darüber hinaus sollten sich Unternehmen aber auch über potenzielle Sicherheits-

lücken informieren, um sich gegen Angriffe zu wappnen.

DER HÄUFIGSTE VOIP-FRAUD

HEISST GEBÜHRENBETRUG

Dabei greifen Hacker einzelne Telefone an, um mit diesen teure Mehrwertnummern anzurufen und so Einnahmen zu generieren. Hinter dem Angriff steht oft der Besitzer der Mehrwertrufnummer oder Dritte, die an den Umsätzen beteiligt sind. Das kann bei Unternehmen große finanzielle Schäden verursachen – besonders, wenn der VoIP-Fraud am Wochenende oder über Feiertage hinweg stattfindet und mehrere Endgeräte gleichzeitig übernommen werden. Um derartige Betrugsversuche zu verhindern, bietet jede gute Cloud-Telefonanlage mehrere Möglichkeiten zur VoIP-Fraud-Protection. Neben Sperrlisten, dem Setzen von Kostenlimits und Einschränkungen der Zieldestinationen bei Telefonanrufen bieten auch IP-Filter auf Call-Server-Ebene zuverlässigen Schutz vor derartigen Betrugsmaschinen.

WAS EIN SICHERHEITSKONZEPT

EFFEKTIV MACHT

Wie sicher eine konkrete Cloud-Telefonanlage in der Praxis ist, hängt von den individuellen Bedürfnissen und Gegebenheiten im jeweiligen Unternehmen ab. Ausgehend vom prinzipiellen Aufbau einer Cloud-Telefonie-Lösung gibt es zwei Bereiche, in denen man an der „Sicherheitsschraube“ drehen kann: der Infrastruktur

des Betreibers, die von speziell ausgebildeten Expert:innen rund um die Uhr betreut wird, und der Infrastruktur des Kunden. Letztere umfasst sämtliche Endgeräte und Komponenten, die sich im LAN eines Unternehmens befinden – und für deren Sicherheit der Kunde selbst verantwortlich ist.

SO SICHERT DER BETREIBER DIE INFRASTRUKTUR AB

Professionelle Anbieter haben zumindest zwei georedundante Rechenzentren im Einsatz, um im Fall einer lokalen Krise den Service weiter aufrechtzuerhalten. Ist eine Infrastruktur beschädigt oder nicht funktionstüchtig, kann die jeweils andere lückenlos übernehmen. Die Call-Server werden auf Betreiberseite laufend gewartet – etwa durch das Einspielen von Updates und Patches –, um Fehlkonfigurationen oder Angriffe zu verhindern. Zusätzlich sorgt der Betreiber mit einer Palette an Maßnahmen aktiv für die Sicherheit der Call-Server, beispielsweise durch die Verwendung spezieller, SIP-fähiger Firewalls, Application Layer Gateways (ALG) sowie Session Border Controller (SBC).

WELCHE MASSNAHMEN UNTERNEHMEN SELBST TREFFEN KÖNNEN

Einer der wichtigsten Sicherheitsaspekte betrifft die Entscheidung, ob ein Unternehmen die IP-Telefonie im selben LAN wie die restliche IT betreiben möchte. Eine Umsetzung im gemeinsamen LAN ist zwar simpel und kostengünstig, aber auch die angreifbarste Lösung. Aus Sicherheitsgründen empfiehlt sich daher der Einsatz eines separaten LANs nur für die Telekommuni-

kation – auch wenn dies mit zusätzlichen Grundgebühren und Wartungskosten verbunden ist. Alternativ kann der Kunde auch ein logisches Teilnetz einsetzen (VLAN), bei dem sich Telefonie und IT zwar ein physikalisches Medium teilen, aber auf Netzwerkebene getrennt sind.

FAZIT: CLOUD-TELEFONIE IST SICHER – WENN MAN'S RICHTIG MACHT!

Grundsätzlich sind VoIP-Telefonanlagen immer so sicher, wie sie im Unternehmen eingerichtet werden. Dabei sollten die Sicherheitsmaßnahmen niemals zu hohen Komforteinbußen in der Bedienung führen. Hier gilt es für Unternehmen mithilfe professioneller Beratung genau abzuwägen, welche Sicherheitsstufe gewünscht und notwendig ist. Von der „Basissicherheit genügt mir, Hauptsache das Netzwerk rennt“-Implementierung bis hin zur vollständig verschlüsselten VoIP-Lösung mit sicheren Passwörtern, 802.1x, IP-Filter, VLANs und VoIP-Fraud-Protection ist mit einer professionellen Cloud-Telefonie-Lösung alles möglich. ■

INFO-BOX

Über yuutel

Der Wiener Telekom-Netzbetreiber und Cloud-Telefonie-Spezialist yuutel (vormals atms) zählt seit mehr als 20 Jahren zu den erfolgreichsten mittelständischen Unternehmen Österreichs und versorgt europaweit über 1.300 Firmenkunden, darunter namhafte Unternehmen und Organisationen wie den ORF, die ASFINAG, DHL, gurkerl.at, niceshops oder refurbished.

Markus Scherer
ist Chief Technology Officer von yuutel.
Nähere Informationen finden Sie unter www.yuutel.at.



Foto: yuutel

DIE UNTERNEHMEN DER ZUKUNFT SIND DATENGETRIEBEN

Unternehmen, die wettbewerbsfähig bleiben wollen, sollten sich mit der Transformation zum datengetriebenen Business beschäftigen. Auch Nachhaltigkeit beeinflusst immer mehr den Erfolg. Ein Partner wie Zühlke Österreich begleitet seine Kunden dabei, diese und weitere Herausforderungen zu meistern.

Zühlkes erfolgreichste Kunden beziehen schon heute effizient ihre Daten in ihre Entscheidungen ein und schaffen dadurch wesentliche geschäftliche Wettbewerbsvorteile. Sie ermöglichen damit systematischen und nachhaltigen Mehrwert: Prozesse können gezielt optimiert, Kosten eingespart oder ganz neue Geschäftsmodelle entwickelt werden. Auf Basis von Cutting-Edge-Technologien transformiert Zühlke seit mehr als 50 Jahren Dienstleistungen und Produkte – von der initialen Vision über Entwicklung, Produktion und Auslieferung bis hin zum Betrieb. Als weltweit tätiger Innovationsdienstleister kreiert Zühlke neue Ideen und Geschäftsmodelle für seine Kunden – speziell auf deren Bedürfnisse abgestimmt. Zühlke verfügt über eine einzigartige multidisziplinäre Expertise in den Bereichen Strategy und Business Innovation, Digital Solutions und Application Services sowie Device und Systems Engineering.

DIGITAL, DATENGETRIEBEN UND KUNDENORIENTIERT

Eine Mischung aus Digital Consulting, Business Insights und Engineering Expertise hilft Unternehmen, Daten, Analysen und künstliche Intelligenz (KI) in allen Funktionen und Bereichen zu nutzen: Sie treffen so bessere Entscheidungen, setzen KI- und Machine-Learning-Technologien ein, um Prozesse schlanker, schneller und kunden-

orientierter zu machen, und nutzen die Möglichkeiten dieser Technologien, um radikal innovative Produkte und Services zu entwickeln. So erschließen sie neue Umsatzquellen. Mit den aktuellen Engpässen wie z. B. dem Mangel an Magnesium in der Industrie, gewinnt das datengetriebene Monitoring von Lieferketten und Rohstoffmärkten dramatisch an Bedeutung.

„Als Innovationsdienstleister arbeitet Zühlke seit Längerem erfolgreich mit Kunden in diesem Bereich, und wir können einen breiten Erfahrungsschatz und konkrete Ansätze in Form von Leuchtturmprojekten bieten“, berichtet der Geschäftsführer von Zühlke Österreich, Dr. Nikolaus Kawka. „Darunter ist beispielsweise das für den e-Award nominierte Projekt mit Rubble Master. Durch die optimierte Datenübertragung und -analyse sowie die Entwicklung einer eigenen digitalen Serviceplattform unterstützt Zühlke den Weltmarktführer im Bereich mobile Sieb- und Brechanlagen dabei, alle relevanten Maschinendaten im Blick zu haben, um datengetriebene Entscheidungen zu ermöglichen und dadurch auch Nachhaltigkeitspotenziale aufzuzeigen.“

„Die ‚Sustainability Innovation‘-Pioniere von heute werden die Märkte von morgen prägen.“

**Dr. Nikolaus Kawka, Geschäftsführer
von Zühlke Österreich**

NACHHALTIGKEIT WIRD IN ALLEN BRANCHEN ZUM ZUKUNFTSMACHER

Das Thema Nachhaltigkeit ist mittlerweile im Top-Management angekommen und wird für mindestens ein Jahrzehnt die zweitwichtigste Maxime nach der Gewinnorientierung sein. Es ist mittlerweile ein kritischer Erfolgsfaktor für Unternehmen, und das auf mehreren Ebenen: vom Produkt über Services bis hin zu völlig neuen Geschäftsmodellen. Die Beschäftigung mit Nachhaltigkeit ist nicht nur ein Investment-Standard geworden, der Talentemarkt fordert sinnstiftende Karrieremöglichkeiten, neue Märkte entstehen durch verändertes Konsumverhalten.

Der „Green Deal“, „Taxonomy“ und das Bestreben, die UN Sustainability Goals voranzutreiben, stellt europäische Unternehmen vor einige Herausforderungen, eröffnet dabei aber auch großes Potenzial: Wie entwickelt man Produkte oder Services, die technisch innovativ sind, die Rentabilität verbessern und auch noch die Umwelt schonen? In welchem Kontext stehen dazu Standardisierung und Kompatibilität? Wie kann man bereits Software-Architektur so gestalten, dass sie ressourcenschonend ist?

„Der Schlüssel liegt für mich ganz klar in Innovation. Die ‚Sustainability Innovation‘-Pioniere von heute werden die Märkte von morgen prägen – auch hier unterstützen wir mit unserem ganzheitlichen Know-how unsere Kunden, besonders in den Bereichen Industrial Sector, Public Sector, Consumer-goods, Healthcare & Life Sciences sowie Energy & Water“, sagt Kawka. ■



Dr. Nikolaus Kawka, Geschäftsführer Zühlke Österreich

INFO-BOX

Über Zühlke

Zühlke ist globaler Innovationsdienstleister und vereint Business- und Technologiekompetenzen zu Lösungen, die begeistern. Dafür engagieren sich mehr als 1.300 Expert:innen mit Erfahrung aus über 10.000 Projekten. Die Zühlke Gruppe ist mit lokalen Teams in Bulgarien, Deutschland, Großbritannien, Hongkong, Portugal, Österreich, der Schweiz, Serbien, Singapur sowie in Vietnam präsent.

Zühlke Österreich setzt das Wachstum der letzten Jahre fort. Eine logische Konsequenz war die Eröffnung eines neuen Elektroniklabors. Dadurch kann Zühlke seine Kunden von Wien aus während des gesamten Produktlebenszyklus optimal begleiten.



Zühlke Engineering (Austria) GmbH

Rivergate, Handelskai 92
1200 Wien
Tel.: +43/1/205 11-6800
wien@zuehlke.com
www.zuehlke.com

DIGITAL ANNEALER AUF DEM ERFOLGSWEG

Mit dem Digital Annealer hat Fujitsu eine Lösung geschaffen, die sich nahe an der Zukunftstechnologie Quantum Computing bewegt. Im Gegensatz zu „echten“ Quantum-Konzepten ist er bereits heute einsatzbereit und in konkreten Projekten erprobt.

Quantencomputer können Aufgaben im Vergleich zu herkömmlichen Computern deutlich schneller lösen. Das bietet Unternehmen, die frühzeitig auf die Technologie gesetzt haben, einen klaren Wettbewerbsvorteil.

KOMPETENZAUFBAU UND WETTBEWERBSVORTEIL FÜR UNTERNEHMEN

Ein großes Anwendungsfeld für Quantentechnologien im Business ist die kombinatorische Optimierung, etwa bei der Routenfindung und Lagerhaltung im Logistikbereich, der Schichtplanung oder bei der Entwicklung von Medikamenten. Weitere Einsatzmöglichkeiten liegen in der Kryptografie, der Suche in großen Datenmengen und der künstlichen Intelligenz. Knackpunkt ist jedoch, dass die Rechenkapazität der bislang existierenden Quantencomputer nicht ausreicht, um industrierelevante Probleme auf diesen Systemen abzubilden. Für die Übergangszeit hat Fujitsu mit seinem Digital Annealer eine einsatzfähige Brückentechnologie geschaffen. Der Digital Annealer von Fujitsu ist eine von Quanten-

phänomenen inspirierte Rechenarchitektur, die es den Nutzern ermöglicht, komplexe kombinatorische Optimierungsprobleme mit einer Geschwindigkeit zu lösen, die deutlich höher ist als die von Allzweckcomputern, aber ohne die mit Quantencomputern typischerweise verbundenen Komplikationen.

In technischer Hinsicht ist der Digital Annealer deutlich leichter in Rechenzentren zu integrieren als ein Quantencomputer, der hohe Anforderungen an Kühlung und Abschirmung stellt. Weiterer Vorteil ist, dass ein Unternehmen bereits heute Kompetenz in Sachen Quanten- bzw. quanteninspirierter Technologie aufbauen kann – ein zeitlicher Vorsprung, der im Wettbewerb entscheidend werden kann.

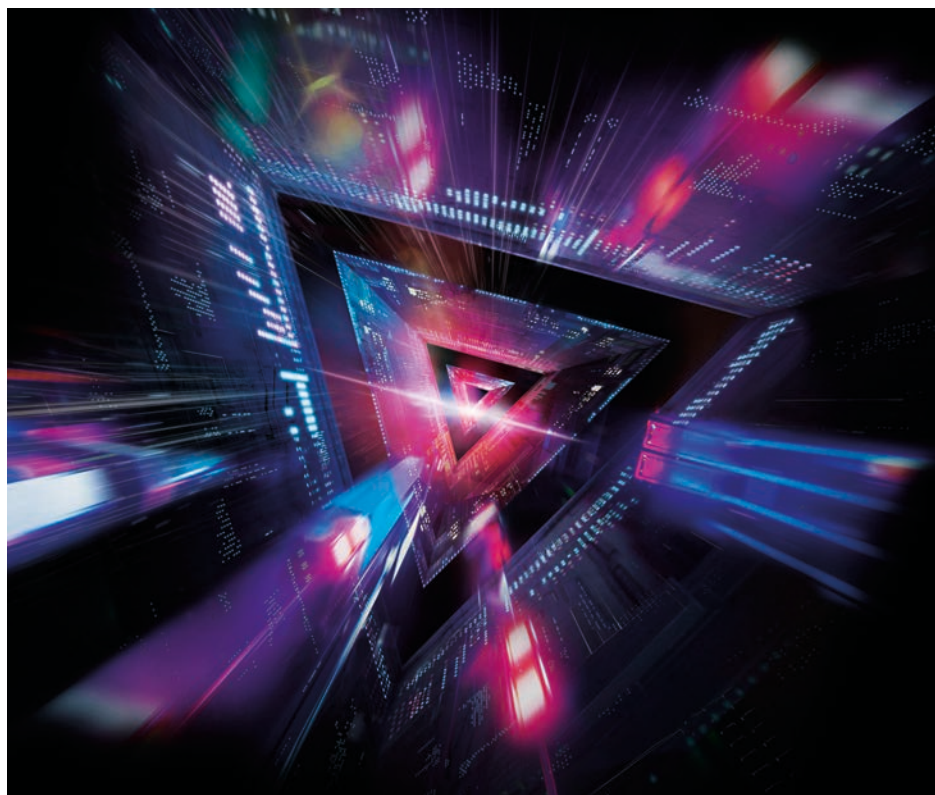
Dr. Joseph Reger, Chief Technology Officer (CTO) Central & Eastern Europe bei Fujitsu, erklärt: „Wir bei Fujitsu verstehen es als unsere Aufgabe, nachhaltige Lösungen für Gesellschaft und Wirtschaft zu finden und zu entwickeln. Der Digital Annealer adressiert wirkliche Problemstellungen unserer Kunden und ermöglicht es, auch komplexe Herausforderungen zu lösen, die mit herkömmlicher Technologie nicht lösbar sind.“



Dr. Joseph Reger,
Chief Technology Officer
Central & Eastern
Europe bei Fujitsu

BRÜCKENTECHNOLOGIE ERMÖGLICHT VERKEHRSOPTIMIERUNG AM HAMBURGER HAFEN

Digital Annealing ist dann für ein Unternehmen sinnvoll, wenn es um Echtzeitanforderungen, Qualitätsanforderungen oder dis-



Die Rechenkapazität existierender Quantencomputer reicht heute noch nicht aus. Für die Übergangszeit hat Fujitsu mit seinem Digital Annealer eine einsatzfähige Brückentechnologie geschaffen.

ruptive Ansätze geht. Ein Beispiel sind etwa komplexe Aufgaben in der Verkehrsoptimierung, die es zu lösen gilt. Am Hamburger Hafen konnte mithilfe des Digital Annealers von Fujitsu eine Reihe konkreter Verbesserungen erreicht werden. Begleitet wurde die Weltpremiere von der Technischen Universität Graz, die mit ihrem Forschungsschwerpunkt Verkehrsplanung und Straßenver-

kehrstechnik den Prozess unterstützt hat. In Zukunft werden Quantentechnologien ohne Zweifel einen wichtigen Baustein in der IT-Infrastruktur von Unternehmen bilden. Fujitsu hat mit seinem Digital Annealer eine Brückentechnologie geschaffen und ermöglicht damit, quanteninspiriertes Computing für industrierelevante Herausforderungen bereits heute zu nutzen. ■

FUJITSU

Fujitsu Technology Solutions GesmbH

Guglgasse 15
1110 Wien
Tel.: 00800/37 21 00 00
cic@ts.fujitsu.com
www.fujitsu.at

UNSICHERHEIT IST SCHLECHT FÜR INNOVATION

Christian Woschitz ist der erste Nicht-Chinese mit umfassender Regionsverantwortung beim chinesischen Telekommunikationsanbieter ZTE. Als President for Central Eastern Europe ist er auch eine Art Role-Model für die Lokalisierungsstrategie des Konzerns.

Im Frühjahr 2021 wurde der Österreicher Christian Woschitz von ZTE zum President for Central Eastern Europe berufen, womit er nun für 19 europäische Märkte verantwortlich zeichnet. Er ist der erste Manager, der nicht aus China stammt und auf diesem Level bei ZTE tätig ist. Für die Leser von NEW BUSINESS nahm er sich die Zeit für ein Interview, in dem es unter anderem um seine neue Rolle und den Status in Sachen 5G ging. Das Gespräch führte er – in gewissem Sinne „standesgemäß“ – über Videochat am Smartphone aus dem parkenden Auto, als er gerade auf dem Weg zu einem Meeting in Budapest war.

HERR WOSCHITZ, WENN ICH DARF, WÜRDEN SIE GERNE DAMIT BEGINNEN, IHNEN MIT VERSPÄTUNG ZU IHREM AUFSTIEG ZUM PRESIDENT FÜR CENTRAL EASTERN EUROPE ZU GRATULIEREN. WIE HABEN SICH IHRE AUFGABEN DAMIT SEIT APRIL 2021 GEÄNDERT?

Vielen Dank für die Gratulation! Es ist eine spannende Aufgabe. Natürlich hat sich einiges geändert. Ich bin seit fast zwölf Jahren in der Firma ZTE tätig, seit 2018 bin ich Geschäftsführer von ZTE Österreich. Auch da war ich schon regionsverantwortlich. Zu Österreich gehörten noch Slowenien, Kroatien, Nordmazedonien, Bulgarien. Mit April 2021 habe ich die Chance bekommen, die Region Central Eastern Europe mit 19 Ländern zu übernehmen, was ein großer Schritt ist. Das ist eine Managementposition, in der man drei Regionen betreut, die Österreich-Region sowie die Regionen Osteuropa 1 und Osteuropa 2.

„Wir wollen die Geschäftsführungen in den Ländern in Richtung lokal umstellen, darin unterscheiden wir uns sehr stark von unserer Konkurrenz.“

Christian Woschitz, President Central Eastern Europe, ZTE



Christian Woschitz trägt als President Central Eastern Europe bei ZTE die Verantwortung für ein Gebiet mit rund 110 Millionen Einwohnern.

Die eine hat ihren Hauptsitz in Budapest, die zweite in Griechenland. Da sind die Agenden natürlich etwas mehr strategischer Natur. Man macht Pläne zur Weiterentwicklung des Unternehmens, spricht mit den Kunden mehr über Strategie als projektbezogen und versucht, strategische Partnerschaften aufzubauen, speziell mit den großen Kunden. Die meisten Kunden sind Gruppen, die über mehrere Länder tätig sind. Der große Vorteil ist, dass man mit den Kunden länderübergreifend sprechen kann.

Natürlich hat sich auch hinsichtlich der Personalverantwortung viel verändert. In Österreich haben wir knapp hundert Leute, jetzt bin ich verantwortlich für bis zu 500 Mitarbeiter. Ein weiteres Thema in der Regionsverantwortlich-

keit sind die KPIs, die die Company vorgibt, die natürlich etwas anders gesetzt sind als für ein einzelnes Land. In der Region geht es darum, dass nachhaltiges Wachstum erzeugt wird. Es ändert auch etwas an der Denkweise. Wenn man für ein Land zuständig ist, versucht man, die Performance des Landes zu optimieren. Wenn man für eine Region zuständig ist, handelt man strategischer und viel mehr aus der Company-Sicht heraus.

SIE SIND WEITERHIN AUCH FÜR ÖSTERREICH VERANTWORTLICH. HABEN SIE FÜR DAS LOKALE MANAGEMENT UNTERSTÜTZUNG?

In Österreich habe ich die CEO-Funktion meinem ehemaligen Deputy Jin Zizheng übergeben.

Foto: Roland Rudolph



Bisher wurden internationale Management-Meetings bei ZTE auf Chinesisch abgehalten. Mit dem Aufstieg von Christian Woschitz hat sich das geändert.

Das funktioniert sehr gut. Aber ich bin nach wie vor in Österreich an Bord verankert. Das ist auch gut und wichtig. Eines meiner Ziele ist, in der Region die Lokalisierung voranzutreiben. Wir wollen die Geschäftsführungen in den Ländern in Richtung lokal umstellen, darin unterscheiden wir uns sehr stark von unserer Konkurrenz. Wir haben eine chinesische Mutter, aber wir wollen das Business und Know-how lokalisieren. Das ist nicht nur mein Ziel, sondern auch das unseres CEO, der kürzlich in Österreich war, um die Strategie zu besprechen.

**SIND SIE, WAS DAS BETRIFFT, EINE ART
ROLE-MODEL IM UNTERNEHMEN?**

2018, als wir das gesamte Management ausgetauscht haben, ist eine wichtige Entscheidung

gefallen – man hat sich internationaler aufgestellt. Das Management in China ist sehr international, hat zum überwiegenden Teil Erfahrung im europäischen Raum gesammelt und versteht es, wie wichtig es ist, auf Lokalisierung zu setzen. Ich war bereits einer der ersten europäischen Geschäftsführer, und jetzt als Regionsleiter bin ich der erste Nicht-Chinese. Man kann schon sagen, dass man sich ansieht, wie dieses Modell funktioniert. Das ist für beide Seiten eine spannende Herausforderung. Die Management-Meetings haben 35 Jahre lang auf Chinesisch stattgefunden, heute werden sie auch auf Englisch abgehalten. Das ist auch für unser Management ein großer Move und eine Umstellung. Das ist ein Lernprozess, durch den man gehen muss, der das Unternehmen aber auch weiterbringt.



„Wir hatten schon immer ein sehr gutes Standing im Konzern, aber jetzt sind wir noch mehr zu einer Europa-Zentrale geworden.“

**Christian Woschitz,
President Central Eastern Europe, ZTE**

DIESER WECHSEL DER SPRACHE IST EIN GROSSES ZEICHEN DER WERTSCHÄTZUNG.

Es zeigt, dass man diesen Schritt ernst nimmt. Noch vor zehn Jahren war der Ansatz chinesischer Unternehmen – auch von uns – das klassische 1+1. Man hat einen Europäer und einen Chinesen auf die gleiche Position gesetzt. Davon sind wir komplett weggekommen, das ist nicht effizient. Wir wollen die Leute in ihren Bereichen empoweren. Das funktioniert gut.

WIE WAR ES FÜR SIE, AUSGERECHNET WÄHREND EINER PANDEMIE MIT UNVORHERSEHBAREN REISESCHWIERIGKEITEN PLÖTZLICH FÜR 19 LÄNDER VERANTWORTLICH ZU SEIN?

Durch die Pandemie ist die digitale Transformation von allen Prozessen, auch in unserem Unternehmen, rasant vorangeschritten. Wir

haben es innerhalb kürzester Zeit geschafft, alles cloudbasierend zu machen, sogar R&D. Der Wechsel ins Homeoffice funktionierte ohne Einschränkungen. Das hätte man sich vor zwei Jahren überhaupt nicht vorstellen können. Auf meine Geschäftsreisen, die interner Natur gewesen sind, hatte es so gut wie keinen Impact. Natürlich fehlt die soziale Komponente, wenn man sich virtuell trifft, aber vom Business her hat es intern keinen Unterschied gemacht. Ich habe einen Kunden in Zypern, bei dem seit eineinhalb Jahren kein Mensch mehr im Büro war. Die haben komplett auf Remote Work umgestellt. Das ist ein drastischer Schritt, der nicht für jeden möglich ist. Da wurde dann teilweise aus Gründen der Effizienz sogar auf Reisen verzichtet, wenn es eigentlich möglich gewesen wäre. In Zeiten wie heute, in denen es sehr viel um Nachhaltigkeit und Klima-

schutz geht, muss man für ein halbstündiges Meeting nicht immer sechs Stunden von A nach B fahren. Das ist eine ganz wichtige Entwicklung, die wir unterstützen. Wir versuchen, das Reisen so gut wie möglich einzuschränken.

In meiner Position ist es natürlich wichtig, auch die lokalen Manager zu treffen und sich mit ihnen auszutauschen. Aber bei den Kunden ist die Flexibilität enorm hoch. Auch in Österreich sind die meisten Meetings nach wie vor online (*Anm.: das Interview wurde im Dezember 2021 geführt*), und das Abwickeln der Projekte funktioniert tadellos. Das ist eine Entwicklung, die sehr positiv und für unsere Umwelt sehr wichtig ist. Ein weiterer positiver Effekt ist, dass die Unternehmen Kosten sparen. Wir haben zum Beispiel in Österreich bei unserem großen Kunden Drei den 5G-Core zu 70 bis 75 Prozent remote installiert, geliefert und kommissioniert. Früher wäre es fast zu 100 Prozent vor Ort

gewesen. Ich bin ein großer Befürworter davon, ergebnisorientiert zu arbeiten und nicht Location-orientiert.

APROPOS LOCATION. WAS BEDEUTET DIE ZUSÄTZLICHE VERANTWORTUNG, DIE SIE ÜBERNOMMEN HABEN, FÜR DEN ZTE-STANDORT IN ÖSTERREICH?

Früher waren wir gesplittet. Die verschiedenen Departments, die für Central Eastern Europe zuständig waren, wie HR, Finanz, Legal, habe ich zusammengezogen und das Management der kompletten Region nach Österreich gebracht. Das stärkt den Standort. Wir hatten schon immer ein sehr gutes Standing im Konzern, aber jetzt sind wir noch mehr zu einer Europa-Zentrale geworden.

Es ist wichtig zu unterstreichen, dass sich der Konzern sehr genau überlegt, warum er das in Österreich machen will – weil eben auch die Rahmenbedingungen sehr gut sind. Österreich hat in der Vergangenheit sehr viel für den Standort getan. Auch das neue Telekommengesetz ist sehr wichtig für den Standort, denn es gibt Investitionssicherheit. Das ist für die Netzbetreiber wichtig und auch für uns als Ausstatter.

WEIL SIE GERADE DAS NEUE TELEKOMMUNIKATIONSGESETZ ANGESPROCHEN HABEN, DAS IM NOVEMBER IN KRAFT GETRETEN IST: ZTE HAT DAZU EINE UMFASSENDE STELLUNGNAHME ABGEGEBEN. SIND SIE MIT DEM ENDERGEBNIS AUS UNTERNEHMENSSICHT ZUFRIEDEN?

Man kann alles immer noch ein bisschen besser machen. Aber grundsätzlich ist es sehr gut gelungen. Mein Dank gilt allen Kooperationspartnern für die Möglichkeit, dazu Stellung zu beziehen. In Österreich hat man es gut geschafft, Technologie nicht zu politisieren. Politik und Technologie gehören getrennt, und das hat man

gut implementiert. Uns war wichtig, dass es klare Rahmenbedingungen geben muss, die für jeden zu gelten haben.

Man sollte Unternehmen nicht wegen ihrer Herkunft benachteiligen. Das ist ein wichtiger Ansatz, damit man in Österreich mit der Digitalisierung und den 5G-Roll-outs vorankommt. Das ist nicht nur für unser Geschäft, sondern für mich als Europäer auch deswegen wichtig, weil man den Standort auch im Bereich der digitalen Transformation und 5G stärkt. Das ist super gelungen, und man hört auch schon für 2022, dass bereits Investitionen anstehen – auch bei Glasfaser, wo wir in Österreich noch weit hinterher sind.

„Es ist einfach nicht zielführend, wenn politisch eingeschränkt wird. Das bremst Investitionen und bringt Unsicherheiten. Unsicherheit ist für Innovation immer schlecht.“

Christian Woschitz, President Central Eastern Europe, ZTE

Im Bereich von 5G hat Österreich einen großen Schritt nach vorn gemacht. Die Roll-outs laufen. Es gibt Erleichterungen bei den Verfahren für Standortfreigaben, was für die Netzbetreiber sehr wichtig ist. Österreich ist vielleicht ein kleines Land, aber es hat eines der besten Mobilfunknetze in Europa, sowohl von der Abdeckung als auch von der Performance, und ist am wettbewerbsfähigsten, was den Endkundenpreis betrifft. Die Angebote, die in Österreich auf dem Tisch liegen, sind sensationell im Vergleich zu anderen europäischen Ländern. Dafür haben auch wir in den letzten zwölf Jahren gemeinsam mit unseren Partnern einen Beitrag geleistet. Wir haben 2010 ein Wettrennen gestartet, als innerhalb von 13 Monaten ein neues Netz mit super Performance da war. Das hat Motivation in den Markt gebracht. Das Gleiche muss jetzt



Foto: Roland Rudolph



auch im Festnetz passieren. In Rumänien etwa hat man derzeit knapp sieben Millionen aktive Kunden auf Glasfaser, und in Österreich sind es 100.000. Da müssen wir aufholen. Aber ich glaube, wie sind ganz gut dabei.

WO WÜRDEN SIE ÖSTERREICH IN SACHEN 5G EINORDNEN, BEZOGEN AUF DIE ANDEREN LÄNDER IHRER REGION?

Wenn man sich Central Eastern Europe ansieht, dann ist bei 5G in Osteuropa weniger passiert als in Westeuropa. Österreich liegt im Spitzengebiet. Zum Beispiel findet in Serbien erst 2022 eine Frequenzauktion statt. Aber man muss sich am westlichen Markt messen und auch in Richtung Nordeuropa schauen. Die skandinavischen Länder haben große Fortschritte gemacht.

Natürlich trägt die Pandemie nicht dazu bei, dass es schneller vorwärtsght. Was passiert bei Lieferengpässen, auch bei Stahl, den man für neue Antennenträger braucht? Das ist ein großer Kostenfaktor. Dazu kommt, dass es zu Lastspitzen bei den Subunternehmern kommt, wenn alle gleichzeitig ausbauen. Das ist nicht ganz einfach abzuwickeln. Aber ich glaube, wir sind wirklich gut unterwegs. Wichtig ist, so schnell wie möglich in Richtung 5G-stand-alone zu gehen. Zurzeit sind alle Netze in Österreich noch 5G-non-stand-alone – ein bisschen besseres 4G, basierend auf 5G-Technologie. Die wirklich neuen Services und Möglichkeiten kommen erst mit 5G-stand-alone. Daran wird kein Weg vorbeiführen. Wenn man sich im Vergleich den Heimmarkt von ZTE in China anschaut, dann

wurden dort bis jetzt über eine Million physikalische Basisstationen auf 5G aufgebaut. Das ist schon eine Hausnummer. In China wurden die Netze von Non-Stand-alone, mit dem man gestartet ist, auf 100 Prozent Stand-alone umgestellt, wodurch jetzt die neuen Services gepusht werden. Es gibt tausende Projekte im Enterprise-Bereich, in verschiedenen neuen Verticals, in denen versucht wird, die neuen 5G-Use-Cases an den Mann zu bringen. In Österreich wird es wichtig sein, den Schritt rasch zu machen, denn das bringt neue Services, die wiederum den Standort stärken. Wir sind gemeinsam mit Drei sehr gut unterwegs. Drei wird im ersten Quartal 2022 mit Stand-alone starten, der Stand-alone-Core wurde bereits umgesetzt. Wir freuen uns darauf, neue Technologien und Neuheiten nach Österreich zu bringen.

„Innovationen enden oft in Nischenprodukten, wie bei den Foldable Phones.“

Christian Woschitz, President Central Eastern Europe, ZTE

UMGEKEHRT BEDEUTET ES FÜR ZTE TOLLE GESCHÄFTSMÖGLICHKEITEN, DASS EINIGE LÄNDER IHRER REGION BEI 5G NOCH HINTERHER SIND.

Definitiv. Ein großer Fokus liegt in allen Ländern auf dem Glasfaserausbau. Da sind wir sehr gut unterwegs. Auch im Bereich von Mobilfunk und Core-Netzen gibt es viele Möglichkeiten. Natürlich war es in den letzten zwei Jahren durch die starken Impacts von geopolitischer Seite schwierig, in diesen Bereichen zu wachsen. Das war nicht unbedingt positiv für uns. Aber es gibt immer mehr klare Rahmenbedingungen, auch auf EU-Ebene. Wenn wir diesen Weg gehen, wird man auch in Österreich und der

Region die beste Technologie weltweit einsetzen können. Die muss nicht immer von uns kommen. Es ist einfach nicht zielführend, wenn politisch eingeschränkt wird. Das bremst Investitionen und bringt Unsicherheiten. Unsicherheit ist für Innovation immer schlecht.

ALS WIR DAS LETZTE MAL GESPROCHEN HABEN, WAR IN DEN MEDIEN VIEL VON DEM MISSTRAUEN GEGENÜBER CHINESISCHEN TELEKOM-ANBIETERN DIE REDE. HAT SICH DIE LAGE SEITDEM ENTSPANNT?

Aus meiner privaten Sicht kann ich sagen, dass sich die Lage geopolitisch nicht wirklich entspannt hat. Nicht nur China, auch andere Länder stehen immer wieder im Mittelpunkt. Geopolitisch gibt es noch sehr viel Druck. Für uns ist positiv, dass wir schon immer ganz klar die Regeln befolgt haben. In unserer Company sind drei Pfeiler fest verankert: Compliance, Anti-Bribery und Data-Protection/GDPR. Da machen wir keine Kompromisse, alle Mitarbeiter haben ihren Beitrag zu leisten. Mit diesem Weg haben wir es geschafft, dass wir in der globalen Lieferkette überhaupt keine Einschränkungen haben. ZTE ist wahrscheinlich eines der wenigen Unternehmen aus China, die auf keiner Entity-Liste stehen oder irgendeine Einschränkung der Supply-Chain haben. Das bringt uns gewisse Vorteile.

Es ist wichtig, dass Standards global sind. Wenn man zu weit einschränken würde, hätte man verschiedene Standards – im Worst Case drei, den westlichen, den europäischen und den östlichen. Das würde massive Einschränkungen mit sich bringen. Wenn man mit einem Telefon nach Asien oder Amerika fahren würde, würde es nicht mehr funktionieren. Das ist nicht in unser aller Interesse. Deshalb ist es sehr wichtig, eng zusammenzuarbeiten, was in den Standardisierungsgremien, in denen wir stark vertreten sind und unseren Beitrag leisten, auch gut funktioniert. Es ist wichtig, dass das beibehalten



wird. Inwieweit sich die Lage in nächster Zeit geopolitisch entspannen wird, ist genauso schwierig vorherzusagen, wie wie es mit der Pandemie weitergehen wird.

WIE ES AUSSIEHT, WENN ES WELTWEIT VERSCHIEDENE MOBILFUNKSTANDARDS GIBT, DARAN KÖNNEN SICH DIE MEISTEN NOCH ERINNERN. ES WAR JA FRÜHER SO, DASS MAN MIT EINEM EUROPÄISCHEN HANDY IN DEN USA NICHT TELEFONIEREN KONNTE.

Davon müssen wir wegkommen. Mein Fokus ist – und ich hoffe, dass es in diese Richtung gehen wird –, dass wir uns auf Technik, Innova-

tion und neue Services konzentrieren können, und weniger auf Politik. Eines ist in den letzten Jahren auch in meiner Position dazugekommen, nämlich dass man sich mehr mit politischen Komponenten beschäftigen muss als mit Technologie. Das ist sehr schade und bremst generell. Die Schwierigkeiten in den globalen Lieferketten sind nicht nur durch die Pandemie entstanden, da gibt es auch andere Faktoren. Aber es ist nicht meine Aufgabe, über Politik zu reden, sondern das Geschäft voranzubringen, Innovation zu fördern und Technologie weiterzubringen. Politik ist part of the environment, aber von unserer Seite nicht beeinflussbar.

DANN JETZT EINE FRAGE GANZ OHNE POLITIK. ZULETZT HAT ZTE SEIN PORTFOLIO IN ÖSTERREICH DURCH EINE SMARTWATCH UND WIRELESS-KOPFHÖRER ERWEITERT. WAS IST FÜR 2022 GEPLANT?

Für uns ist der Consumer-Bereich nach wie vor sehr spannend, weil dort noch großes Wachstum möglich ist. Vielleicht nicht im Bereich mobiler Router, wo wir einen Marktanteil von rund 45 bis 50 Prozent haben. Wo es Aufholbedarf gibt, ist bei Consumer-Devices, Smart Devices oder auch Smartphones. Unser Smartphone-Portfolio wird weiter gestreamlined. Wir werden uns weiter speziell im Axon-Premium-Segment positionieren. Es wird 2022 ein neues Axon kommen, so viel kann ich verraten. Darauf freuen wir uns schon. Zusätzlich werden wir auch im Bereich Smart Devices einiges tun. Man muss sich ansehen, welche Needs es gibt und in welche Richtung der Trend geht.

Wenn man den globalen Markt beobachtet, glaube ich nicht, dass 2022 generell eine bahnbrechende Neuerung bei Smartphones zu erwarten ist. Innovationen enden oft in Nischenprodukten, wie bei den Foldable Phones. Das ist zwar eine super Innovation, aber es ist ein Nischenprodukt geblieben, das nicht massenmarkttauglich ist, weil es noch zu teuer und auch noch anfällig ist. Die zweite Innovation der letzten Zeit war die Under-Screen-Kamera von ZTE. Die erste Version war noch nicht perfekt, die neue Version im Axon 30 ist wirklich super. Es gibt keine Einschränkungen mehr, und die Kamera ist nun komplett unsichtbar. Das ist ein Weg, den wir weiter verfolgen werden und an dem wir in einer unserer Serien dranbleiben werden. Da wird auch sicher der eine oder andere Mitbewerber nachziehen. Im Designbereich wird sich nicht viel ändern, genauso wie bei der Kapazität der Akkus. Es gibt dazu auch eine neue Verordnung. Wenn ein Akku über 6.000 Milliamperestunden hat, werden die Abgaben sehr teuer.

Ich hoffe, dass sich Neuheiten mittelfristig weiter durchsetzen werden. Ich glaube nicht, dass wir mittel- bis langfristig beim Smartphone bleiben werden. Die vernetzte Welt wird uns eines anderen belehren. Vielleicht wird es das Split Device werden, mit Kopfhörer, Uhr und einer Brille dazu. Who knows? Wenn man alles in der Cloud hat, sollte es auch möglich sein, dass man sein privates Profil mitnimmt. Da wird sich sicher einiges tun.

ICH FÜHRE BALD AUCH EIN INTERVIEW MIT HERRN WALLNER VON VIVO, EBENFALLS EINEM CHINESISCHEN PLAYER AM SMARTPHONE-MARKT, DER SEIT KURZEM IN ÖSTERREICH AKTIV IST. WOLLEN SIE IHM VIELLEICHT ETWAS AUSRICHTEN?

(lacht) Ich stehe für Wettbewerb, und Wettbewerb belebt den Markt. Ich freue mich auf ein herausforderndes Jahr 2022. ■

INFO-BOX

Zur Person

Christian Woschitz startete seine Karriere bei der Telekom Austria AG (ehemals Mobilkom Austria) und bei Telering. Nach seinem erfolgreichen Master-Abschluss am Technikum Wien sammelte Woschitz bei internationalen Unternehmen wie Siemens und später Nokia Siemens Network Managementenerfahrung. 2010 erfolgte der Einstieg bei ZTE. Nach nur einem Jahr wurde er mit der Leitung des operativen Geschäfts für den österreichischen Markt betraut. Von 2016 bis 2018 verantwortete er in Italien das größte Infrastrukturprojekt, das ZTE bis dahin in Europa durchgeführt hatte. Nach seiner Rückkehr nach Österreich 2018 wurde er CEO der ZTE Austria GmbH. 2021 erfolgte der nächste Karrieresprung, durch den er nun für ein Gebiet mit rund 110 Millionen Einwohnern zuständig ist.

Foto: Roland Rudolph

EFFIZIENZ OHNE KOMPROMISSE

Die bewährte ERP/PPS-Software use™ der Vorarlberger Softwareschmiede Leoni zeichnet sich seit 1993 über die gesamte Wertschöpfungskette durch ihr Modulsystem und ihre variabel einsetzbaren Bestandteile aus.



Mit Erfahrungen aus unterschiedlichsten Projekten hat sich das versierte Team um Geschäftsführer Markus Leoni und Entwicklungsleiter Stefan Fraissler als kompetenter Ansprechpartner für individuelle Softwarelösungen etabliert.

Der Vorarlberger Spezialist sorgt seit vielen Jahren im In- und Ausland mit der ERP/PPS-Software use™ für effiziente Geschäftsprozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette. In Abstimmung mit individuellen Kundenbedürfnissen entwickelt der Spezialist für ERP, PPS, TPM (Instandhaltung) sowie mobile Lösungen maßgeschneiderte Produkte, die durch ihre schnellen Entwicklungszeiten sowie ihre unmittelbare Einsatzbereitschaft überzeugen und mittlerweile als Erfolgsgaranten gelten.

GRENZENLOSE MÖGLICHKEITEN

Das Erfolgsgeheimnis der Komplettlösung use™ basiert auf ihrem modularen Aufbau mit flexiblen Kombinationsmöglichkeiten. Dank ihm wächst die Software mit dem Unternehmen und ist in der Lage, sich den Anforderungen unterschiedlichster Branchen und Bereiche wie Finanzbuchhaltung, Lagerwirtschaft, Maschinen- und Anlagenbau u. v. m. anzupassen. Angefangen von der Materialbeschaffung mit Chargenverfolgung über die Produktionsplanung mit Kapazitäten und strukturierten Stücklisten mit Arbeitsplänen bis zu BDE und Nachkalkulation ermöglicht das leistungsstarke PPS-

System erhebliche Effizienz- und Produktivitätssteigerungen von Geschäftsprozessen. Die use™-Projektverwaltung ermöglicht eine To-do-Verwaltung mit Protokollierung, die Zusammenfassung von Vertriebs- und Einkaufsbelegen, die Kostenkontrolle zur Laufzeit eines Projekts, eine einfache Projektabrechnung, eine Aufwandserfassung für Nachkalkulation sowie individuelle Abrechnungsarten.

Ein weiteres Spezialgebiet, die Klick-Abrechnung und Vertragsverwaltung mit Vorschriften, wurde ebenfalls in einem eigenen All-in-Modul berücksichtigt.

NEUE VERSION USE™ 10.4

Um am schnelllebigen IKT-Markt von heute wettbewerbsfähig zu bleiben und seinen Kunden einen nachhaltigen Mehrwert zu bieten, ist es essenziell, sich flexibel und kontinuierlich an neue Gegebenheiten und Anforderungen anzupassen. Im Hause Leoni reagiert man diesbezüglich mit intensivem Kundenkontakt und laufenden Systemupdates – zuletzt mit der neuesten Softwareversion use 10.4. Das Update punktet unter anderem mit verbesserter Usability sowie einem neuen Rechtesystem für einzelne Projekte. Neue Felder für Fortschritt und Status ergänzen den Bereich Projekt-Aufgaben. Mit InfoSQL ist es nun auch möglich, SQL-Abfragen zu bestimmten Vorgängen zu hinterlegen (z.B. bei der Chargenverwaltung, Projekten, Tickets etc.). Außerdem wurden neue Rechte pro Abfrage implementiert.



Team use „Vorarlberg“ (v.l.n.r.): Stefan Fraissler, Markus Leoni, Dina Leoni, Gebhard Erhart

Das erweiterte Ticket-System verfügt in der Version 10.4 über den sogenannten Dispatcher, der die Planung von Tickets ermöglicht. Das neue Rechtesystem ermöglicht es nun auch Technikern, ihre Tickets eigenständig zu planen. Tickets können einfach per Drag-and-drop geteilt werden. Außerdem besteht die Möglichkeit, sowohl persönliche als auch öffentliche Warteräume zu managen. Die useAPP unterstützt nun die neuesten Android- und iPhone-Versionen und wurde ebenfalls mit frischen Features ausgestattet: Zu den Neuheiten zählt ein Kalender (für

Benutzer, Timelines und Tickets), ein Adressbuch inkl. Kontomanager Light, InfoSQL-Abfragen, Fotosystem u. v. m.

USE™ ERP ALS LEHRMITTEL

use™ ERP eignet sich hervorragend für die Anwendung als Lehrmittel. Seit April 2018 erlernen Studierende an der BZU in St. Gallen in der Schweiz nicht nur theoretische Grundlagen, sondern können sie dank der Software gleich in die Praxis umsetzen. 209 Studenten in drei Schulen konnten bis jetzt von use™ als Lehrmittel profitieren. ■



Leoni Software GmbH
Schwefelbadstraße 2
6845 Hohenems
Tel.: +43/5576/982 69
office@use-soft.com
www.use-soft.com

ADESSO ERÖFFNET STANDORT IN GRAZ

Im Zuge der erfolgreichen Geschäftsentwicklung wird adesso Austria ihre Kunden aus Wien und Graz bedienen und die bestehende Zusammenarbeit mit Kunden in der Steiermark intensivieren.

Die adesso Group ist weiterhin auf Wachstumskurs, um sich europaweit zu einem führenden, international agierenden und gut vernetzten IT-Dienstleister zu etablieren. Mit der Gründung von adesso Nordics in Finnland im ersten Halbjahr 2021 und adesso Italia im Oktober 2021 wurden weitere Standbeine in Europa geschaffen. „Parallel zum internationalen Wachstum auch einen weiteren Standort in Österreich zu etablieren, passt ausgezeichnet in unser Bild und bereitet uns große Freude“, meint Reto Pazderka, Geschäftsführer bei adesso Austria.

Mit der Expansion nach Graz erschließt sich adesso einen spannenden Markt, denn die zweitgrößte Stadt Österreichs und der Wirtschaftsraum in der Steiermark sind Heimat erfolgreicher, innovativer Unternehmen und bieten interessante Möglichkeiten für neue Digitalisierungsprojekte. Darüber hinaus hat Graz als bekannte Universitätsstadt mit

hoher Lebensqualität eine besondere Attraktivität für adesso Austria als Arbeitgeber. Durch das Wachstum am Wiener Standort wurde eine Basis geschaffen, um auch in der Steiermark neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Digitalisierungsprojekte bei adesso zu begeistern.

„Mit adesso nach Graz zu kommen, ist eine Aufgabe für die gesamte Organisation, und mit Robin Vorauer haben wir bereits den idealen Standortleiter an Bord“, meint Reto Pazderka. Der Steirer Robin Vorauer ist gebürtiger Grazer und seit 2019 als Consultant und Business Developer bei adesso Austria. Robin Vorauer: „Im Zuge meiner bisherigen Tätigkeiten bei adesso habe ich neben meinen Aufgaben in Kundenprojekten auch die Qualitäten der adesso Group kennengelernt. Für mich ist es besonders spannend zu sehen, wie wir uns als Gruppe – Stichwort ONEadesso – in meiner Heimat entwickeln werden. Da liegt ein steiler Weg vor uns, aber ich freue mich schon auf die ersten Schritte!“



Standortleiter Graz Robin Vorauer (li.) mit dem Geschäftsführer von adesso Austria, Reto Pazderka

IT-PROJEKTE IN DER STEIERMARK

Die IT-Abteilung des Landes Steiermark und adesso Austria im Kampf gegen Covid: Mit dem Know-how und der breiten Software-Expertise ist das adesso-Entwicklungsteam der ideale Partner für das Referat IT-Lösungen und Softwareentwicklung des Amtes der Steiermärkischen Landesregierung. Gemeinsam übernehmen sie mithilfe der beiden spezifisch entwickelten IT-Lösungen



Mit der Expansion nach Graz erschließt sich adesso einen spannenden Markt mit innovativen Unternehmen. Darüber hinaus hat die Universitätsstadt eine besondere Attraktivität für adesso Austria als Arbeitgeber.

„ELEFANT“ (Epidemiologische Langzeiterfassung inklusive Nachverfolgung und Testung) und „HIPPO“ (Human Impfplanungsplattform Online) die Kontrolle im Kampf gegen Corona.

„Solange die Pandemie nicht vorbei ist, ist auch unsere Arbeit nicht zu Ende. Das Gefühl, etwas beitragen zu können, tut uns allen gut. In beiden Projekten war der Zeitfaktor enorm wichtig sowie die enge Zusammenarbeit mit der IT-Abteilung des Landes Steiermark“, erzählt Reto Pazderka, Geschäftsführer der adesso Austria.

Neben dem elektronischen Akt sind

„ELEFANT“ und HIPPO“ aktuell die meistgenutzten Softwarelösungen in der steirischen Landesverwaltung. ■

INFO-BOX

Über adesso Austria

adesso Austria GmbH, IT-Dienstleister, beschäftigt aktuell rund 80 Mitarbeiter:innen. Zu den wichtigsten Kunden zählen Unternehmen aus den Branchen Versicherungen, Banken und Industrie, der öffentliche Bereich und Sozialversicherungen.

adesso

adesso Austria GmbH
 Modecenterstraße 17
 1110 Wien
 Tel.: +43/1/219 87 90-0
 info@adesso.at
 www.adesso.at

DAS RICHTIGE RICHTIG MACHEN

Mit Martin Wallner hat der Smartphonehersteller Vivo von Anfang an einen erfahrenen Steuermann ans Ruder der noch jungen österreichischen Niederlassung geholt. Im Interview spricht er unter anderem darüber, was das chinesische Unternehmen von anderen unterscheidet.

Für Martin Wallner ist es nicht das erste Mal, dass er für ein asiatisches Unternehmen tätig ist, und auch nicht das erste Mal, dass er bei den ersten Schritten auf dem österreichischen Markt dabei ist. Ein bisschen hat es ihn aber doch auch selbst überrascht, dass er diesen Weg noch einmal geht. Diesmal mit dem chinesischen Smartphonehersteller Vivo, für den sich der Branchenkenner als Vice President Austria & Switzerland in den aktuell nicht ganz einfachen Zeiten ins Zeug legt. Mit NEW BUSINESS sprach er unter anderem über die Gründe für den Markteinstieg, die Unternehmenskultur von Vivo und die Pläne des Unternehmens.

KÖNNEN SIE UNS VIELLEICHT DAS „VERWANDTSCHAFTSVERHÄLTNIS“ DER UNTERNEHMEN VIVO, OPPO, ONEPLUS UND REALME ERKLÄREN? DA HERRSCHT DOCH NOCH ETWAS VERWIRRUNG.

Aus der chinesischen BBK Electronics sind Oppo und Vivo entstanden. Oppo ist aus der Consumer-Electronics-Sparte von BBK entstanden, Vivo aus der Telekommunikations-sparte. Das sind aber heute völlig eigenständige Unternehmen, mit eigener R&D und eigenen Fabriken, die sowohl in Asien als auch in Europa als Konkurrenten auftreten. Aus der Oppo wiederum sind Realme und OnePlus entstanden. Die haben mit Vivo überhaupt nichts mehr zu tun.

„Es fühlt sich fast wie ein Start-up an – ein Start-up mit Konzern-hintergrund.“

**Martin Wallner, Vice President
Austria & Switzerland, Vivo Europe**

SIE SIND ABER ALLE NICHT MEHR UNTER DEM DACH DER BBK, ODER?

Nein. Das wird aber manchmal verwechselt oder vermischt. Es sind zwei eigenständige Unternehmen, die beide ihren Ursprung in der BBK hatten und aus denen wiederum Sub-Brands entstanden sind.



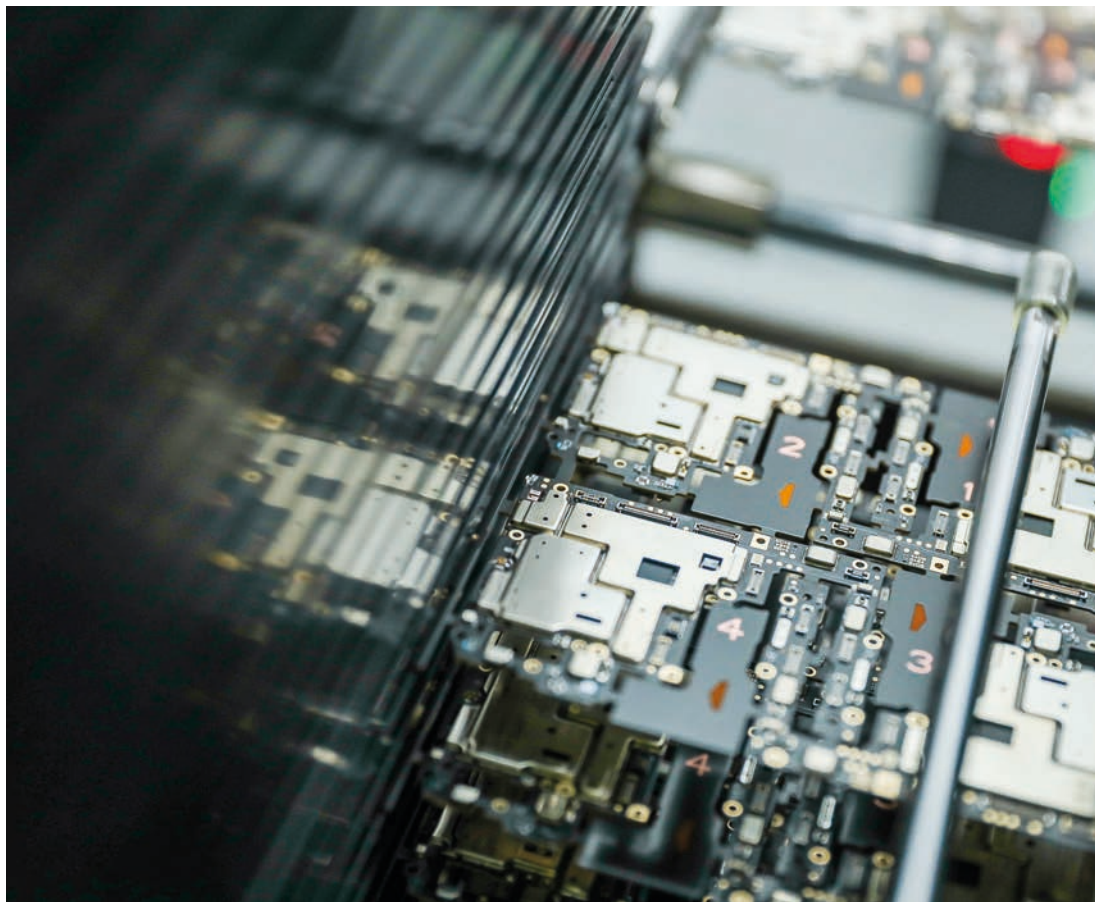
Für Vivo hat Martin Wallner in Österreich noch einmal von vorn angefangen. Trotz schwieriger Zeiten hat das Unternehmen einen erfolgreichen Start hingelegt.

WIE KAM ES ZU DER GRÜNDUNG DER ÖSTERREICHISCHEN NIEDERLASSUNG VON VIVO, UND WIE IST ES IN DIESEN UNGEWÖHNLICHEN ZEITEN GELAUFEN?

Den Brand Vivo gibt es seit 2011. Wir haben im Jahr 2021 unseren zehnten Geburtstag gefeiert. Man hat sich am Beginn auf den Heimmarkt konzentriert und dann begonnen, in Asien zu expandieren. Am chinesischen Heimmarkt ist Vivo seit drei Quartalen in Folge mit Abstand die Nummer eins und in anderen asiatischen Ländern in den Top drei. Dann erfolgte 2020 die Entscheidung, nach Europa zu kommen. Ein denkbar schwieriger Start mit Beginn der Pandemie. So wurde vieles verschoben. Die Euro 2020,

bei der Vivo Hauptsponsor war, war ja auch für 2020 geplant, und eigentlich hätte der Start schon ein bisschen früher stattfinden sollen. So wurde 2020 mit den sechs großen Ländern in Europa begonnen. Wir hätten auch schon 2020 anfangen sollen, haben das dann aber um ein Jahr nach hinten verschoben und haben die Firma letztendlich am 1. Jänner 2021 gegründet. Es fühlt sich fast wie ein Start-up an – ein Start-up mit Konzernhintergrund. Wir haben in den ersten Monaten selbst die Möbel zusammengeschaubt, Mitarbeiter eingestellt, erste Kundengespräche geführt, die technischen Voraussetzungen geschaffen, die Serviceverträge. Eben alles, was dazugehört, wenn man bei null startet.

Foto: Christina Haeusler



WIE IST ES DANN WEITERGEGANGEN?

Unsere Strategie war es, mit nur drei Kunden zu starten, diese dafür aber in jeder Hinsicht ordentlich zu bedienen. Darunter verstehen wir in der gesamten Wertschöpfungskette Dinge wie Lieferfähigkeit oder Termintreue, trotz des derzeit mehr als schwierigen Umfelds. Begonnen zu verkaufen haben wir mit einem Mobilfunkanbieter, einem Elektrofachhandel und einem Onlineshop, zeitgleich mit dem Beginn der Euro 2020/21, also am 18. Juni. Bis heute *(Anm.: das Interview wurde im Dezember 2021 geführt)*, nach knapp sechs Monaten, haben wir einen Marktanteil von fast fünf Prozent. Das ist in meiner Laufbahn einzigartig. Ich bin seit

20 Jahren im Geschäft, nach sechs Monaten bereits ein Marktanteil von fünf Prozent ist schon recht cool. Natürlich ist das auch von ein paar „glücklichen Fügungen“ beeinflusst. Wir haben gutes Feedback von unseren Kunden bekommen. Im September/Oktober haben wir mit der zweiten Welle begonnen, da sind A1 und der restliche Handel dazugekommen. In Österreich fehlt uns nur noch Magenta, das ist der nächste Schritt 2022. Dann ist Vivo flächendeckend in Österreich verfügbar. Die nächsten Schritte sind mannigfaltig. Natürlich auch mit einem neuen Produkt-Line-up am Point of Sale. Wir bauen schon die ersten Shop-in-Shops, Tische im Handel, investieren auch in



Mit massiven Investments in Forschung und Entwicklung, aber auch neue Fabriken untermauert Vivo seinen Erfolg, der sich nun auch in Europa einstellen soll.

„Wenn wir unsere Arbeit richtig machen, dann ist das Resultat nur eine Folgeerscheinung.“

**Martin Wallner, Vice President
Austria & Switzerland, Vivo Europe**

unsere Marke. Nach fünf Prozent wird es ja deutlich schwieriger, dann muss man in die eigene Marke und Brand-Awareness investieren. Es gibt viel, das wir für 2022 planen. Wir sind wieder Hauptsponsor der Fußball-WM 2022, die im Winter stattfinden wird. Bis dahin wollen wir schon ein ganzes Stück weiter sein, aber ohne uns selbst Ziele, wie einen gewissen Marktanteil, vorzugeben. Wenn wir unsere Arbeit richtig machen, dann ist das Resultat nur eine Folgeerscheinung. Das ist auch ein bisschen die Vivo-Story. Wir hatten gestern zufällig ein Meeting mit dem Founder von Vivo. Der wiederholt gebetsmühlenartig, dass es nicht so wichtig ist, wie schnell oder aggressiv wir am

Markt agieren, sondern dass es ihm viel wichtiger ist, ordentlich zu arbeiten und Kundenvertrauen zu gewinnen. Das hat nichts mit Altruismus zu tun. Aber es ist trotzdem ein deutlicher Unterschied unserer Firmenkultur zu anderen, egal von wo.

ALS NUMMER EINS IN CHINA, WAS KEINE EINFACHE SACHE IST, WENN MAN SICH ANSIEHT, WELCHE UNTERNEHMEN ES DORT GIBT, UND WELTWEITE NUMMER VIER FRAGE ICH MICH: WAS MACHT VIVO AUS? ES KANN NICHT NUR UM DEN PREIS GEHEN.

Vivo ist ein bisschen ruhiger als der Mitbewerber. Weniger ist mehr. Das zieht sich auch bis zu den Produkten. Kamera first, dann Ausdauer und Design, mit einem Fast-Stock-Android. Bei uns hören Sie auch nur sehr selten Produktsuperlative wie Ultra, Zero, oder was auch immer. Natürlich sagen wir, zum Beispiel auch jetzt durch unsere Kooperation mit Zeiss, dass wir das beste Kamera-Erlebnis der Welt bieten wollen. Andere Brands haben das in der Vergangenheit auch durchaus gut umgesetzt. Das ist zwar noch ein hoher

Anspruch, aber es ist unser Anspruch. Ebenso wie jener, dass wir unsere Geräte nicht mit Bloatware (*Anm.: vorinstallierte zusätzliche Software/Apps*) überfüllen. Keep it simple! Das zieht sich durch die Firmenkultur. Wir unterscheiden uns nicht nur über den Preis. Wir sind, abgesehen von den Top-Flagship-Phones, für die vierstelligen Preise verlangt werden, in fast jeder Preisklasse vertreten, vom Highend bis zum Einstieg, und versuchen dort in jeder Klasse wertiges Design mit super Technik zu platzieren.

Jeder Hersteller hat in Wirklichkeit zwei Kunden. Der eine ist der Kunde, dem wir die Telefone verkaufen, und die anderen sind die Millionen von Endkunden, die letztendlich unsere Telefone nutzen. Was sehr wichtig ist, ist das Vertrauen unserer B2B-Kunden wie Netzbetrei-



ber oder Handelspartner. Es ist egal, ob wir unsere Vorhaben 2021, 2022 oder 2023 umsetzen, aber wir wollen keine verbrannte Erde hinterlassen. Kein Heuschreckentum, bei dem irgendetwas auf den Markt geworfen wird, und dahinter kommt die Sintflut. Unser Firmenslogan lautet „Benfen“, was so viel bedeutet wie „das Richtige richtig machen“. Ich kenne viele Firmen, bei denen irgendein Slogan an der Wand hängt. Aber ich kann Ihnen versichern, dass wir das jeden Tag leben. Manchmal ist das schwierig, weil man sich einbremsen muss, wenn man eigentlich gern aggressiver oder schneller handeln würde. Aber dann besinnen wir uns darauf, es ordentlich zu machen – gerade in Zeiten von Chipmangel oder unterbrochenen Lieferketten durch Corona. Ich kenne viele Beispiele in der Branche, wo mehr verbrannte Erde hinterlassen wurde, als es vielleicht gut war. Wir wollen ordentlich abliefern. Zusammengefasst: Wir wollen unseren B2B-Kunden ein vertrauenswürdiger Partner sein

und gleichzeitig für die vielen Endkunden den Vivo-Brand etablieren, der in Asien schon weiter ist als in Europa. Bei den Geräten nach dem Motto „Keep it simple. Don't overload it“.

SIE HABEN GENAU DAS, WAS SIE JETZT TUN, AUCH SCHON MIT SAMSUNG „DURCHGE-MACHT“ UND EINE NIEDERLASSUNG IN ÖSTERREICH VON ANFANG AN MIT AUFGEBAUT. WAS HAT SIE BEWOGEN, DAS NOCH EINMAL ANZUGEHEN?

Genau das, worüber wir gerade gesprochen haben. Da ich schon 2019 angesprochen wurde und sich alles durch Corona verzögert hat, hatten wir viele Gespräche. Nachdem ich mit Samsung bei null angefangen habe und wir es zur Nummer eins geschafft haben, habe ich gedacht, dass es für mich das jetzt war mit der Branche. Ich bin nicht umsonst von Samsung weggegangen. Ich wollte etwas anderes machen. Es gab dann zwei Faktoren: Erstens hat mir die Branche ein bisschen gefehlt, weil es kaum

etwas Schnelleres und Cooleres gibt, und das Zweite war, dass mich Vivo vom ersten Gespräch an nie gefragt hat, wie ich es anstellen will. Man hat mir geglaubt, dass ich ein Professional bin, wichtiger war aber, ob ich zur Firmenkultur passe. Es gab viele Gespräche, ob ich zu „Benfen“ passe. In der Zwischenzeit mache ich das ähnlich. Wir haben schon einige Mitarbeiter eingestellt und suchen auch noch eine Handvoll Leute. Natürlich stellen wir Professionals ein. Aber die finale Auswahl findet danach statt, ob sie oder er zu unserer Firmenphilosophie passt. Das ist ein komplett anderer Ansatz und der Grund, warum ich mich für Vivo entschieden habe.

„Unser Firmenslogan lautet ‚Benfen‘, was so viel bedeutet wie ‚das Richtige richtig machen‘.“

**Martin Wallner, Vice President
Austria & Switzerland, Vivo Europe**

GIBT ES EINEN GRUND, WARUM SICH VIVO GERADE JETZT NACH ZEHN JAHREN ENT- SCHLOSSEN HAT, DEN EUROPÄISCHEN MARKT ANZUGEHEN? ODER WAR EINFACH DIE ZEIT REIF DAFÜR?

Das ist einfach erklärt. Wenn du heute nicht in Europa bist, bist du kein globaler Brand. Das war einfach der nächste Schritt. Vivo ist auch nicht der Erste, der das macht, das haben andere, die es noch gibt, und manche, die es auch nicht mehr gibt, genauso gemacht. Egal aus welcher Ecke der Welt ein Unternehmen kommt: Wenn man in Europa nicht erfolgreich ist, ist man kein globaler Brand.

APROPOS ERFOLGREICH IN EUROPA: WIE HAT SICH AUS IHRER PERSPEKTIVE DER HEI-

MISCHE MARKT ENTWICKELT?

Gerade erst hatten wir drei Wochen Lockdown, beginnend in einer Black Friday Week, was hart und traurig ist. Auf der anderen Seite ist es spektakulär, dass der österreichische Markt sich trotzdem nicht verändert. Wenn man die Stückzahlen betrachtet, sind es relativ stabil 2,5 Millionen. Immer wenn Lockdown war, wurde das nachher wieder aufgeholt. Das lässt sich über die vergangenen zwei Jahre hinweg verfolgen. Vom Wert steigt der Markt sogar zweistellig.

Dafür gibt es natürlich Gründe. Österreich ist ein sanduhrenförmiger Markt. Es gibt einen großen Anteil an High End, in der Mitte wird es deutlich dünner, und dann gibt es einen Einstiegsbereich. Der Einstiegsbereich verschiebt sich aber auch nach oben. Früher war er durch 4G und Co. deutlich unter 200 Euro. In der Zwischenzeit liegt er bei 250 bis 300 Euro. Das ist einer der Gründe, warum der Markt vom Wert steigt. Der zweite Grund ist, dass im Flagship-Bereich vierstellige Preise bezahlt werden. Das bringt mich zum nächsten Punkt. Man sieht zum ersten Mal einen wirklichen Trend zu 5G. Letztes Jahr lag das noch bei

um die 20 Prozent, in der Zwischenzeit bewegt sich das rasant in Richtung 70 plus. Dadurch liegt das Einstiegssegment ein bisschen höher, was den Gesamtmarkt wertiger macht.

Das Verhältnis vom Betreiber- zum offenen Markt ist auch fast gleichbleibend, in Österreich, was die Stückzahlen betrifft, etwa 50 zu 50, was ich sehr gesund finde, und hinsichtlich des Werts bei ungefähr 60 zu 40. Natürlich sind wir noch immer von zwei großen Brands dominiert. Dann gibt es noch zwei, die jetzt im Kommen sind.

ICH HABE KÜRZLICH AUCH MIT HERRN WOSCHITZ VON ZTE EIN INTERVIEW GEFÜHRT UND DABEI VIVO ERWÄHNT. ER FREUT SICH AUF DEN WETTBEWERB.



Da bin ich mir nicht sicher, ob er das ganz ernst meint und sich wirklich darauf freut. *(lacht)*

SIE HABEN VORHIN DIE CHIPKRISE ANGESPROCHEN. IST DIE EIN THEMA FÜR VIVO?

Von der kann sich auch Vivo nicht entkoppeln, alle sind gleich betroffen. Der Vorteil, den wir haben, ist, dass für Vivo Europa strategisch so wichtig und zugleich noch so überschaubar ist, dass es derzeit komplett versorgt wird. Das hilft uns dabei, das Vertrauen, das unsere Kunden in uns setzen, zu rechtfertigen, da wir bisher auf Punkt und Beistrich alles gehalten haben, was wir versprochen haben. Aber weltweit ist es natürlich ein Thema. Was ein noch viel größeres Thema ist, das sind Frachtkapazitäten. Es ist heute ein Kampf um Flugzeuge. Die Kosten des Transports haben sich verzehnfacht, egal ob wir von Containern oder Flugzeugen sprechen. Das ist mittlerweile dramatisch.

DAS UNTERNEHMEN HAT DOCH AUCH EIGENE FABRIKEN IN PAKISTAN UND DER TÜRKEI BZW. BAUT

ES SIE GERADE AUF. WERDEN SIE VON DORT BELIEFERT?

Es ist geplant, dass die Fabrik in der Türkei einmal einen Großteil von Europa übernimmt. Aber da sie erst kürzlich eröffnet wurde, reden wir da noch von der Zukunft. Es sind auch Logistik-Hubs geplant, aber Europa ist wie gesagt erst im Aufbau. Das Ziel ist es, mit der Produktion näher an die Märkte zu rücken.

MIT SEINER GIMBAL-HANDYKAMERA HAT VIVO AKTUELL EIN TOLLES ASS IM ÄRMEL. IM FOTOBEREICH IST DAS BEEINDRUCKEND. MAN KENNT DAS DERZEIT DOCH NOCH EHER VON DROHNEN UND ACTION-KAMERAS.

„Unser Ziel ist nicht, Nummer drei, zwei oder eins zu werden, sondern unsere Arbeit ordentlich zu machen und letztendlich unsere B2B- und unsere Endkunden davon zu überzeugen, dass wir eine coole Company sind.“

**Martin Wallner, Vice President
Austria & Switzerland, Vivo Europe**



AUCH DIE KOOPERATION MIT DER TRADITIONSMARKE ZEISS IST SICHER EIN GUTES VERKAUFSARGUMENT.

Bei uns geht das auch tiefer. Wir haben mit Zeiss eine gemeinsame Entwicklung. Es geht dabei nicht nur darum, eine Linse zu verbauen und auf das Mobiltelefon Zeiss zu schreiben. Man darf sich schon darauf freuen, was 2022 kommt.

NEBEN SMARTPHONES HAT VIVO AUCH IN ÖSTERREICH DIE SCHON FAST OBLIGATORISCHEN WIRELESS-KOPFHÖRER AUF DEN MARKT GEBRACHT. IST ES GEPLANT, DAS PORTFOLIO IM BEREICH ZUBEHÖR BZW. GADGETS ZU ERWEITERN?

Vivo konzentriert sich derzeit auf das Thema Smartphone mit den dazugehörigen Produkten wie natürlich Accessories. Es wird auch eine Smartwatch geben, Tablets, alles, was Mobility betrifft. Aber darüber hinaus ist derzeit nichts geplant.

ES WIRD KRÄFTIG INVESTIERT. GERADE ERST GAB ES DIE MELDUNG ÜBER EIN NEUES

5G-TESTLABOR VON VIVO, DANN DIE NEUEN FABRIKEN. DA STEHT EIN MASSIVER DRIVE DAHINTER.

Wenn man heute ein globaler Player werden will – wir sind ja schon auf Platz vier –, bedarf der nächste Schritt entsprechender Investments, was Infrastruktur oder auch Forschung und Entwicklung betrifft. Weil technische Anforderungen sogar in Ländern, aber auf jeden Fall auf verschiedenen Kontinenten unterschiedlich sind.

DAS ZIEL IST ALSO, GLOBAL IN DIE TOP DREI ZU KOMMEN, IN ÖSTERREICH SOWIESO, ABER MIT DEM ANSATZ „DAS RICHTIGE RICHTIG ZU MACHEN“. KANN MAN DAS ZUSAMMENFASSEND SO SAGEN?

Diesen Satz werden Sie von keinem unserer Mitarbeiter hören. Unser Ziel ist nicht, Nummer drei, zwei oder eins zu werden, sondern unsere Arbeit ordentlich zu machen und letztendlich unsere B2B- und unsere Endkunden davon zu überzeugen, dass wir eine coole Company sind. Alles andere ergibt sich sowieso von allein. Es entspricht einfach nicht unserer Kultur. ■

Fotos: Vivo

WARUM AUCH SIE EINEN MODERN WORKPLACE BENÖTIGEN

Gerade in Zeiten der Pandemie erlebt die Digitalisierung in Unternehmen einen nie da gewesenen Aufschwung. Um die Ausbreitung des Coronavirus auf Mitarbeitende zu stoppen und auch im Homeoffice eine optimale Zusammenarbeit zu gewährleisten, sind digitale Arbeitsplatzlösungen ein Must-have.

Es ist nicht mehr die Frage, ob digitales Arbeiten im Homeoffice umgesetzt wird, sondern das „Wie“ ist entscheidend. „Ein Kollege von mir hat sich einen Vortrag der HATAHET productivity solutions GmbH angehört und war schlicht von der Fachkompetenz des IT-Dienstleisters begeistert“, erzählt Mag. Daniel Braden, CCO/CMO der COUNT IT. Das Projekt wurde im Anschluss als agiles Projekt angelegt, da aufgrund der Coronapandemie bis zu 95 Prozent der Kommunikation über Microsoft Teams erfolgen mussten. Die entsprechende Plattform hierzu hat HATAHET gleich mitgeliefert. „Bei der Count IT haben wir bereits seit Längerem begonnen, mit Microsoft 365, Microsoft Teams und OneDrive zu arbeiten, doch die Implementierung blieb leider stückhaft. Wir haben uns insbesondere ein modernes Intranet und digitale Arbeitsplätze, die alle im Unternehmen wichtigen Informationen und Tools bündeln, gewünscht.“ Mit HATAHET als

Umsetzungspartner konnte sich die COUNT IT einige Zeit und Mühe ersparen. „Hätten wir unsere eigenen Entwicklungsressourcen eingesetzt, so wäre das Projekt wahrscheinlich noch nicht abgeschlossen, da im Alltag meist andere Projekte Vorrang haben.“

MEHRWERT FÜR DIE ANGESTELLTEN

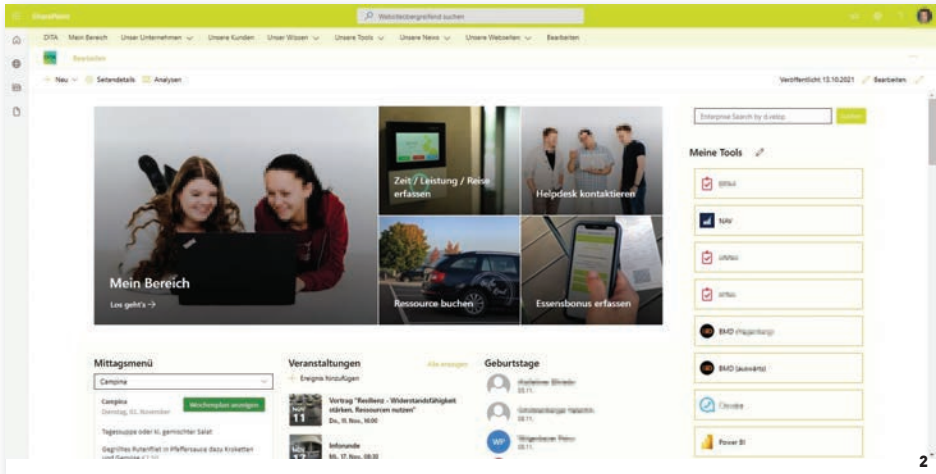
Für die Mitarbeiter:innen der COUNT IT wurden u.a. eine personalisierte Startseite für das Intranet und eine Seite mit dem Namen „Mein Bereich“ geschaffen. Auf diesen Seiten finden Mitarbeiter:innen seither z.B. ihre eigene Personalakte, eine Übersicht über die verbrauchten Urlaubstage sowie das Stundenkonto. Die Informationen werden dabei über eine generische Schnittstelle zur d3.develop-Datenbank abgerufen. Diese Datenbank wird bei der COUNT IT als Dokumentenmanagementsystem genutzt. Sie enthält neben den Personalakten u.a. auch Kundenverträge.

Mit dem neuen System können Mitarbeiter:innen nun einfach von ihrem Computer aus in der Datenbank suchen und Informationen abrufen. Die Rechte hierzu kann die COUNT IT selbst flexibel vergeben. So können etwa Abteilungsleiter:innen auch Akten ihrer Mitarbeiter:innen einsehen, die Mitarbeiter:innen selbst können jedoch nur ihre eigenen einsehen.

„HATAHET hat uns über SharePoint Online eine Art Grundstruktur errichtet, und wir



Das Firmengebäude von COUNT IT



Auf einer personalisierten Startseite finden die Mitarbeiter:innen von COUNT IT für sie wertvolle Informationen passend aufbereitet.

befüllen diese Strukturen mit Inhalten“, erklärt Mag. Braden. „Besonders gut kommt die grafische Aufarbeitung der Daten an. Wir zeigen mit Diagrammen, wie sich die Arbeitszeit über die Zeit entwickelt hat – das unterstützt mein Team dabei, die Work-Life-Balance zu halten.“

KILLERAPPLIKATION: AKTUELLE SPEISEKARTEN SIND BESONDERS BELIEBT

Auf der neuen Oberfläche findet sich eine Aggregation aller aktuellen Aufgaben, wobei die unterschiedlichsten Quellen zusammengeführt wurden. So kommen nun Daten aus Microsoft Outlook, Microsoft CRM oder Microsoft Planner genauso wie auch Daten aus dem internen Ticketingsystem Azure DevOps zusammen. Daneben gibt es als Neuerung auch einen Newsfeed, der technisch auf Microsoft Community (Microsoft Yammer) basiert. „Über den Newsfeed kommunizieren wir Unternehmensnachrichten, stellen unsere neuen Mitarbeiter:innen vor und präsentieren auch

gerne die besonders herausragenden Leistungen unserer Lehrlinge.“

Aber was ist die Killerapplikation für die Mitarbeiter:innen der Count IT? Da braucht Mag. Braden nicht lange nachzudenken: „Das sind in der Tat die Speisekarten von Restaurants in der Gegend. Wir haben ein praktisches Web-Interface geschaffen, das diese Angebote aggregiert. Es ist, so glaube ich, einer der Hauptgründe, warum das System so gut genutzt wird.“

EFFEKTIV: TEAMWORK OHNE PERSÖNLICHE PRÄSENZ

„Die Zusammenarbeit mit der COUNT IT war hochprofessionell. Herr Mag. Braden und das gesamte Team der COUNT IT haben sofort verstanden, wie wir gemeinsam in einem agilen Umfeld unsere Ziele verwirklichen können,“ erzählt der verantwortliche Projektleiter Alexander Grill, Bakk. phil., vonseiten HATAHET. „Vor allem auf technischer Ebene gab es ein sehr gutes gegenseitiges Verständnis“, freut sich Mag. Braden



„HATAHET hat uns über SharePoint Online eine Art Grundstruktur errichtet, und wir befüllen diese Strukturen mit Inhalten.“

Mag. Daniel Braden, CCO/CMO COUNT IT

über den erfolgreichen Abschluss des Projekts.

„Unsere Mitarbeiter:innen arbeiten auch dank des umgesetzten HATAHET-Projekts immer öfter von zu Hause aus. Die Nutzung von Videokonferenzen hat bei uns einen immensen Push bekommen“, sagt Mag. Braden. In Corona-Zeiten muss dann auch mal ein Feierabendumtrunk digital sein. „Statt sich im Unternehmen in den Freizeitraum zusammensetzen, versammeln wir uns vor unseren Computern und können unseren Feierabend zumindest so gemeinsam gestalten.“

NEUE ARBEITSKULTUR DURCH SCHULUNG

Für die Akzeptanz des neuen Systems hat Mag. Daniel Braden bereits im Vorfeld viel geleistet. Neben einer Gruppe aus Abteilungen, die die Mitarbeiter:innen bereits auf das neue System vorbereitet hatten, hat auch Mag. Braden selbst Schulungen für seine Teams gegeben. „Es geht hier um nicht mehr und nicht weniger als eine neue Arbeitskultur. Mit nur insgesamt sechs Stunden konnten wir das notwendige Know-how weitergeben, und das Echo darauf war sehr positiv. Lediglich unsere IT hat meine

Ausführungen gelegentlich als zu lange empfunden“, schmunzelt Mag. Braden.

PLATTFORM SOLL WEITER WACHSEN

Das Wagnis „agiles Projekt“ ist bereits aufgegangen. „Das Projekt mit

HATAHET hat uns einen sanften Druck gegeben, unsere Aufgaben zeitgerecht zu erledigen und den Projektrahmen nicht zu sprengen“, erinnert sich Mag. Braden. „Wenn agile Projekte funktionieren sollen, dann müssen auch beide Partner mitspielen.“ Möglicherweise gibt es sogar bald eine Neuaufgabe der Zusammenarbeit. Die Plattform soll noch stärker wachsen und in naher Zukunft auch Kund:innen der COUNT IT mit einbeziehen. Mag. Braden: „Das ist basierend auf unseren guten Erfahrungen mit HATAHET nur konsequent.“ ■

INFO-BOX

Über HATAHET

Die HATAHET productivity solutions GmbH gilt als Microsoft-365-, SharePoint- und Microsoft-Teams-Spezialist in Österreich und hat sich als Experte für den „digitalen Arbeitsplatz der Zukunft“ positioniert. Dass das Unternehmen die nötige Expertise und das erforderliche Know-how mitbringt, zeigen auch die Microsoft-Gold- und -Silver-Partner-Zertifizierungen. Durch den Einsatz „digitaler Arbeitsplatztechnologien“ sollen Menschen langfristig entlastet werden.



HATAHET productivity solutions GmbH

Piaristengasse 1/1
1080 Wien
Tel.: +43/1/997 15 95-0
office@hatahet.eu
www.hatahet.eu

VOLLE KONTROLLE

Mit einer Continuous-Audit-Application auf Blockchain-Basis, die jeder internen und externen Wirtschaftsprüfung standhält, sorgt die Linzer Softwareschmiede hae.sh für Furore. Investoren haben das Potenzial dahinter bereits erkannt.

Das junge Unternehmen hae.sh unterstützt Unternehmen dabei, ihre Kontroll- und Prüfprozesse zu modernisieren, zu perfektionieren und nicht zuletzt in weiten Teilen zu automatisieren. Es arbeitet an einer Continuous-Audit-Application (kontinuierliche Prüfungsanwendung) auf Blockchain-Basis, die jeder internen und externen Wirtschaftsprüfung standhält und trotzdem einfach zu handhaben ist. Ziel ist, interne Kontrollsysteme für große und kleine Unternehmen leicht zugänglich zu machen.

In dem Softwareprodukt DICE. (Digital Internal Control Environment) liegt Potenzial, um überkommene Regeln in der Wirtschaft grundlegend zu verändern: Beispielsweise endet bei den meisten börsennotierten Unternehmen das Geschäftsjahr am 31. Dezember, aber die geprüften Jahresabschlüsse werden oft erst Monate später fertiggestellt und veröffentlicht. In einem Geschäftsumfeld, in dem sich Schlagzeilen und Trends rasch ändern können, ist diese Verzögerung problematisch.

Das Softwareprodukt DICE. digitalisiert und automatisiert Kontroll- und Prüfprozesse und macht sie gleichzeitig fälschungssicher. Dabei nutzt hae.sh Blockchain-Technologie, um Nachvollziehbarkeit und Fälschungssicherheit des Systems zu gewährleisten. „Langfristig entstehen mit DICE. gänzlich neue Anwendungen. Interne Kontrollsysteme werden skalierbar, denn Themen wie etwa ESG-Standards (Environment, Corporate Social Responsibility, Corporate Governance) erfordern in Zukunft einen



Die hae.sh-Gründer Sebastian Holler, Nicolas Kirchmayr und Stefan Lew

massiven Kontrollaufwand. Das interne Kontrollsystem minimiert aber nicht nur die eigenen Risiken: Nachdem der Blockchain-Verlauf im Nachhinein nicht veränderbar ist, erhöht sich auch die Glaubwürdigkeit bei Behörden und Wirtschaftsprüfern“, so Sebastian Holler, Nicolas Kirchmayr und Stefan Lew, die hae.sh 2020 gegründet haben.

Das Potenzial von hae.sh wird wahrgenommen: Die Linzer Softwareschmiede hat kürzlich in einer Finanzierungsrunde 1,3 Millionen Euro eingesammelt – eine der größten Seed-Finanzierungen der jüngeren Vergangenheit in Österreich. Mit dem Geld will das Unternehmen schneller wachsen und vor allem in Produktentwicklung und den Ausbau des Teams investieren. ■

www.hae.sh

DIE FREIE ROUTER-WAHL

Die Entscheidung, ob Internetnutzer in Österreich ihr Endgerät selbst wählen können, wurde im neuen Telekommunikationsgesetz an die RTR übertragen. Nun liegt es an ihr, ob Private und Unternehmen den Router einsetzen können, der am besten zu ihren Bedürfnissen passt.

Am 1. November 2021 trat das neue Telekommunikationsgesetz (TKG) in Kraft. Bis dato hatten weitgehend noch gesetzliche Vorgaben aus dem Jahr 2003 gegolten. „Nach mehr als 20 Novellen war eine vollständige Überarbeitung des gesetzlichen Rahmens auch schon längst fällig, vor allem wenn man bedenkt, was sich auf dem Gebiet der Kommunikationsmärkte sowohl technisch als auch bei den Produkten getan hat“, erklärt Klaus M. Steinmaurer, Geschäftsführer der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH für den Fachbereich Telekommunikation und Post.

Laut RTR war die Hauptintention für die Neufassung des Telekommunikationsgesetzes die Umsetzung des Europäischen Kodex für elektronische Kommunikation. „Der österreichische Gesetzgeber geht aber sogar noch weiter! Er setzt im TKG 2021 besondere Akzente, vor allem im Bereich der Netzsicherheit, der Nutzung fremder Infrastruktur und des Schutzes der Verbraucherinnen und Verbraucher“, betont Steinmaurer.

GRUND FÜR OPTIMISMUS

Viele der neu durch das TKG 2021 hinzukommenden Aufgaben fallen in den Zuständigkeitsbereich der RTR. „Zwar bedeuten die neuen Zuständigkeiten auch große Herausforderungen und Verantwortung für mein Team und mich, gleichzeitig freue ich mich über diesen Aufwacenzuwachs für den Fachbereich Telekommunikation und Post der RTR sehr, weil der Gesetzgeber damit auch sein Vertrauen in die Leistungsfähigkeit der RTR zum Ausdruck bringt“, freut sich Steinmaurer über die Regelungen im neuen Telekommunikationsgesetz.

Derartige Aussagen geben Hoffnung, dass die Router-Freiheit bald auch in Österreich Einzug erhält. Während private Endnutzer oder Unternehmen in Ländern wie Deutschland, Italien und Finnland teils schon seit Langem – und seit Kurzem auch in den Niederlanden – selbst entscheiden können, welches Endgerät sie an ihrem Internetanschluss nutzen, ist man in Österreich immer noch auf das Wohlwollen seines Internetanbieters



angewiesen. Mit dem neuen TKG hat sich daran zunächst auch leider nichts geändert. Denn anstatt den für die freie Endgerätewahl entscheidenden sogenannten Netzabschlusspunkt per Regulierung klar zu definieren, wie es in anderen Ländern der Fall ist, wurde die Verantwortung dafür im neuen TKG an die RTR weitergegeben. Laut Gesetz obliegt es also jetzt der Regulierungsbehörde, festzulegen, ob das Netzwerk des Providers an der passiven (stromlosen) Dose an der Wand endet oder ob einige Provider weiterhin einfach das Modem als Teil ihres Netzwerks definieren und daher die Nutzung eines bestimmten Geräts verbindlich vorschreiben können – obwohl dies schon allein aus Datenschutzgründen bedenklich ist.

Als Schnittstelle im Heimnetz laufen quasi alle Informationen über den eigenen Router. Dass das Endgerät nicht Teil des Provider-Netzwerks sein sollte, liegt somit eigentlich auf der Hand. Hinzu kommt, dass viele Nutzer, denen das Thema Sicherheit wichtig ist, Software-Updates gern direkt durchführen und nicht erst darauf warten wollen, bis der Provider aktiv wird. Gehört das Endgerät dem Anwender, kann dieser zudem leichter den Provider wechseln

und dabei auch die individuellen Einstellungen beibehalten.

„Vor allem aber sind die Bedürfnisse der einzelnen Internetnutzer heutzutage so unterschiedlich, dass es für Provider gar nicht möglich ist, für jeden Bedarf ein passendes Endgerät anzubieten“, sagt Harald Schiefer, Leitung Einkauf und Vertrieb bei RedZac. „Schließlich macht es einen großen Unterschied, ob der Nutzer nur gelegentlich im Internet surft oder ob es sich um einen Gamer handelt oder um eine mehrköpfige Familie oder sogar um einen Betrieb mit vielen Mitarbeitern“, erklärt Schiefer. „Wenn man im Homeoffice arbeitet, während der Nachwuchs sich online mit Freunden zum Zocken trifft und der Partner einen Netflix-Film schaut, kommt es nicht nur auf die Internetverbindung an, sondern auch auf das Endgerät. Hier muss der Kunde – wie beim Smartphone – selbst entscheiden können, welches Gerät er einsetzt“, so Schiefer.

Das Argument mancher Provider, man könne einfach ein Zweitgerät hinter dem Provider-Modem betreiben, lässt er nicht gelten. „Zwei Geräte gleichzeitig zu betreiben, ist alles andere als nachhaltig, führt zu höheren Anschaffungs-

kosten und mehr Stromverbrauch – und es stehen einem so auch nicht alle Funktionen des eigenen Routers zur Verfügung. Das ist definitiv keine Router-Freiheit“, stellt Schiefer klar.

NIEMAND WIRD GEZWUNGEN

Hinzu kommt, dass ohne Wettbewerb zwischen den Geräteherstellern auch kein Innovationsdruck entsteht. Das Argument mancher Provider, dass es für manche Endnutzer das Beste sei, wenn sie ein „Rundum-sorglos-Paket“ bekommen, lässt Schiefer ebenfalls nicht gelten. „Eine freie Wahl des Endgeräts bedeutet schließlich nur, dass die Nutzer, die es wollen, ein eigenes Endgerät nutzen können. Alle anderen können weiterhin die Komplettpakete der Anbieter nutzen, wenn sie dies bevorzugen“, so Schiefer. Wie eine repräsentative Umfrage des FRITZ!Box-

Fakt ist jedoch, dass das damalige Verhalten der Post als Monopolist Fortschritt und Innovationen in Österreich über viele Jahre hinweg verhindert hat“, erinnert sich Krob.

WIDERSTAND DER PROVIDER BRÖCKELT

Mittlerweile scheint es so, als würde der Widerstand der Provider gegen eine echte Router-Freiheit bröckeln. Beispielsweise ließ A1-CTO Alexander Stock im Rahmen einer Veranstaltung der Digital Society Mitte letzten Jahres durchblicken, dass man sich durchaus vorstellen könne, den Anschluss von Fremdgeräten zu ermöglichen, wenn denn klargestellt sei, dass man als Anbieter in diesem Fall nicht den Service für das Endgerät übernehmen müsse. Bringt ein Kunde sein eigenes Gerät mit, ist eine derartige Regelung mehr als verständlich – und so wird es auch in allen Ländern praktiziert, in denen die freie Endgerätewahl bereits umgesetzt wurde. Bei Hardware-Fragen wenden sich die Nutzer hier direkt an die Gerätehersteller, wie es auch bei Smartphones üblich ist. Die Hotlines und Serviceteams der Anbieter würden mit der Einführung der Router-Freiheit in Österreich also sogar eher entlastet, da sie weniger Anfragen



„Eine freie Wahl des Endgeräts bedeutet schließlich nur, dass die Nutzer, die es wollen, ein eigenes Endgerät nutzen können.“

Harald Schiefer,
Leitung Einkauf und Vertrieb RedZac

Herstellers AVM zeigt, wäre es allerdings zwei von drei Verbrauchern in Österreich (62%) „wichtig“ oder sogar „sehr wichtig“, dass ihr Internetanbieter kein Gerät mehr verbindlich vorschreiben kann.

„Das Ganze erinnert mich an die Diskussion vor 40 Jahren, als sich die Post dagegen wehrte, dass Kunden eigene Modems an die Analog- und ISDN-Leitungen anschalten durften“, sagt Wolfgang Krob, Spezialist für Systemische EDV-Betreuung. „Nun werden wieder dieselben und längst widerlegten Argumente hervorgeholt, wenn die Betreiber behaupten, dass man nur mit ihren vorgeschriebenen Endgeräten eine hohe Dienstqualität garantieren könne.

erhalten würden, als es derzeit der Fall ist. Nachdem nun auch die niederländische Verbraucher- und Marktaufsichtsbehörde ACM (Autoriteit Consument & Markt) in einer neuen Regulierung den Netzabschlusspunkt als „passiv“ festgelegt hat, können alle Internetnutzer in den Niederlanden seit Ende Jänner 2022 selbst die Wahl treffen, welches Endgerät sie einsetzen wollen – unabhängig von der Anschlussart. Die Entscheidung, ob dies auch bald in Österreich möglich ist, liegt nun bei der RTR. Diese hat mit dem neuen Gesetz die Befugnis, eine entsprechende Verordnung zu erlassen, die klarstellt, dass der Netzabschlusspunkt an der „Anschlussdose an der Wand“ liegt. ■

WEGWEISENDE 5G-VERNETZUNG

Österreich mit der Technologie am Puls der Zeit ausstatten – das ist das Ziel des Telekommunikations- und Netzwerkausrüsters ZTE. Daraus resultieren dank 5G eine verbesserte und sichere Kommunikation, mehr Geschwindigkeit, Skalierbarkeit und garantierte Leistungsqualität.

5 G-Technologie ist nicht nur im privaten Bereich die Basis für vernetzte Haushalte, autonomes Fahren und Onlinespiele, sondern auch für die Digitalisierung von Industriebetrieben. Um den Grundstein dafür zu legen, begann 2019 mit dem ersten zusammenhängenden 5G-Netz der kommerzielle Start der fünften Generation des Mobilfunks. Dies ist großteils der Zusammenarbeit von Hutchison Drei und ZTE zu verdanken.

Dem Digital Economy and Society Index zufolge ist Österreich innerhalb Europas dennoch momentan nur an 13. Stelle, was den 5G-Ausbau betrifft. ZTE rollt das neue 5G-Netz laufend aus und plant eine flächen-deckende 5G-Versorgung bis 2025. Christian Woschitz, President for Central Eastern Europe bei ZTE, stellt jedoch bereits in Aussicht: „2022 werden Drei und ZTE die österreichischen Pioniere für ‚5G-Stand-alone‘ sein.“



„2022 werden Drei und ZTE die österreichischen Pioniere für ‚5G-Stand-alone‘ sein.“

Christian Woschitz, President for Central Eastern Europe, ZTE



ZTE prägt seit über einem Jahrzehnt die mobile Kommunikation in Österreich.

sein. Dabei werden sowohl das Zugangs- als auch das Kernnetz auf 5G umgerüstet.“ Was die neue Technologie konkret verbessern wird? Private 5G-Campusnetze bieten Unternehmen die Möglichkeit, die übertragenen Unternehmensdaten lokal am eigenen Campus zu speichern. Viele Eigenschaften, die wir mit 5G-Netzen verbinden, werden erst mit 5G-Stand-alone Realität: eine höhere Servicequalität, eine minimale Latenzzeit zwischen dem mobilen 5G-Modem und der Campus-Anwendung sowie eine exakte Abstimmung aller mobilen Services auf die Bedürfnisse der Applikationen. ■

ZTE

ZTE Austria GmbH
Rivergate, Gate 1_11. + 12. OG_Top.C
Handelskai 92, 1200 Wien
Tel.: +43/1/212 22 39
ztedeviceat@zte.com.cn
www.zteaustria.com

ERFOLGSREZEPT VERLÄSSLICHKEIT

Die Firma TL Electronic aus Bergkirchen bei München zählt zu den Pionieren des Industrial Computing. Neben der deutschen Zentrale betreibt der IT-Experte Niederlassungen in Österreich und Italien. Gerhard Mandl vom TL-Vertrieb Austria im Interview.

S EIT MEHR ALS 35 JAHREN IST TL ELECTRONIC EIN VERLÄSSLICHER BUSINESS-PARTNER

FÜR VIELE BRANCHEN. WAS IST IHR ERFOLGSREZEPT?

Im Kern sind es vier Hauptkriterien: innovative Produkte, eine auf die Bedürfnisse zugeschnittene Technik, maximale Wirtschaftlichkeit und eine verlässliche, auf Langzeitverfügbarkeit ausgerichtete Servicelogistik.

MIT IHRER VIELFALT AN PRODUKTEN BIETEN SIE KUNDEN ALLES AUS EINER HAND. WAS SIND IHRE BESTSELLER?

Da wäre zum einen der klassische Panel-PC mit Touchscreen in vielen Größen, kompakte Embedded PCs und nicht zuletzt das wachsende Segment der mobilen Tablet-Lösungen.

SIE BIETEN 360-GRAD-BERATUNG. WAS SIND DIE VORTEILE FÜR KUNDEN? FÜR WEN EIGNET SIE SICH, UND WAS KANN SIE?

360-Grad-Beratung steht für eine Rundumbetreuung, also eine fundierte Beratung und eine Begleitung des Projekts vom ersten Kontakt bis zur Umsetzung. Für alle Kunden.



„Da Digitalisierung und Automatisierung immer schneller voranschreiten, wird Beratung und Unterstützung durch einen Branchenexperten wie TL Electronic immer wichtiger.“

Gerhard Mandl, Vertriebsleiter TL Electronic Österreich

GIBT ES PARTNERSCHAFTEN UND KUNDENFEEDBACK, AUF DIE SIE BESONDERS STOLZ SIND?

Wir unterhalten viele gute Partnerschaften, aber einige unserer Top-Kunden zählen zu den Weltmarktführern in puncto Cable & Wire-Technologie (Fa. Rosendahl-Nextrom) bzw. Schweißtechnik (IGM Robotersysteme AG).

WELCHE AUSWIRKUNGEN HATTEN DIE VERGANGENEN MONATE DER CORONAPANDEMIE AUF IHRE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT? WIE IST ES IHNEN ERGANGEN?

Im ersten Jahr der Pandemie war die Situation nicht optimal. Aber nachdem Kundentermine vor Ort nicht möglich waren und Messen abgesagt wurden, hat TL schnell reagiert und digitale Kontakt- und Beratungsmöglichkeiten ausgebaut – vom Chat auf der Website bis hin zu Video-Calls und Webinaren.

HABEN SIE DERZEIT NEUIGKEITEN IN DER PIPELINE?

Tatsächlich werden in den nächsten Wochen jede Menge Neuheiten in allen Produktgruppen kommen! Zum Beispiel speziell entwickelte Trag- und Anbindungssysteme für Panel-PCs und LCDs. Nicht nur in Aluminium.

Industrielle
Kommunikation:
Effizient und
intelligent



um, sondern auch in Edelstahl für besonders hygieneintensive Branchen. Und ein ganz besonderes, neues Produkt-Highlight, das für viele interessant sein dürfte: der Rugged Laptop.

WELCHE ZIELE HABEN SIE SICH FÜR DIE KOMMENDEN MONATE ODER JAHRE GESETZT?

Da die Digitalisierung und die Automatisierung immer schneller voranschreiten, wird Beratung und Unterstützung durch einen Branchenexperten wie TL Electronic immer wichtiger. Das gilt sowohl für unsere bestehenden Kunden als auch für Unternehmen, die diesen Weg jetzt erst beschreiten. Hier sehe ich noch viel Potenzial.

WELCHE ROLLE SPIELT DER WIRTSCHAFTSSTANDORT ÖSTERREICH FÜR IHR UNTERNEHMEN?

Ich glaube, dass der Wirtschaftsstandort Österreich für die industrielle Automation eine sehr große Rolle in der EU spielt und dass wir ein wichtiger strategischer Partner an der Seite Deutschlands sind.

2020 UND 2021 WAR FÜR DIE GESAMTE ELEKTRONIKBRANCHE EINE GROSSE HEAUSFORDERUNG. TROTZ DER HINDERNISSE UND SCHWIERIGKEITEN MUSSTEN DIE WARENSTRÖME AUFRECHTERHALTEN WERDEN. WÜRDEN SIE SAGEN, DASS DIE BRANCHE DIESE SITUATION BISHER GUT GEMEISTERT HAT?

Tatsache waren und sind längere Lieferzeiten sowie die erschwerte Verfügbarkeit von Komponenten. Aber TL hat sich erstens außerordentlich gut bevorratet und durch breit aufgestellte Produktgruppen in den allermeisten Fällen sehr gute Alternativen zu bieten. ■



TL Electronic GmbH
Grazer Straße 10
8130 Frohnleiten
Tel.: +43/3126/511 00-0
info@tl-electronic.at
www.tl-electronic.at

IIOT, 5G, EDGE-COMPUTING

Auch wenn die Zahl der Consumer-IoT-Geräte derzeit noch die Zahl der Geräte im Industriesektor übersteigt, verzeichnen die Investitionen in das industrielle IoT ein starkes Wachstum.

In seinem Report „Industrial IoT: A Reality Check“ untersucht das Unternehmen Reply zwei Schlüsselbereiche, die das Wachstum von IoT in der Industrie vorantreiben: intelligente Fabriken sowie intelligente Lösungen in Transport und Logistik. Das Industrial IoT (IIoT) ermöglicht es Herstellern, die Produktionstransparenz durch die Vernetzung von Maschinen und Werkzeugen in Echtzeit zu verbessern. Die riesigen Datenmengen, die IIoT-Geräte generieren, treiben die Optimierung der Produktion, die Verbesserung der Lieferqualität, die Implementierung von Systemen zur vorausschauenden Wartung oder auch die Automatisierung der Lieferkette voran.

„Ohne Industrial IoT ist Industrie 4.0 nicht möglich. Daten sind der Treibstoff für alle intelligenten Anwendungsfälle in der Industrie.“

Filippo Rizzante, CTO von Reply

„Ohne Industrial IoT ist Industrie 4.0 nicht möglich. Daten sind der Treibstoff für alle intelligenten Anwendungsfälle in der Industrie. Industrial IoT ist das entscheidende Element, das die Infrastruktur für die Datenerhebung, deren Übertragung in die Cloud sowie für die anschließende Analyse bietet. Unternehmen profitieren hier von vielen Vorteilen“, erklärt Filippo Rizzante, CTO von Reply.

DER MARKT IST AUF WACHSTUMSKURS

Die Studie, die mithilfe der auf der Trend-SONAR-Plattform gesammelten Daten und mit Unterstützung der Teknowlogy Gruppe durchgeführt wurde, untersucht auch die Hauptmärkte sowohl für intelligente Fabriken als auch intelligente Lösungen in Transport und Logistik. Beide Märkte sind in zwei Cluster unterteilt: die Gruppe der „Europe 5“ (Deutschland, Italien, Frankreich, Belgien und Niederlande) und die „Big 5“-Gruppe (USA, China, Indien, Brasilien und Großbritannien). Trotz des schwierigen Wirtschaftsklimas im Jahr 2020 verzeichneten beide Cluster ein leichtes Wachstum bei den Investi-



Das Industrial IoT ermöglicht es Herstellern, die Produktionstransparenz durch die Vernetzung von Maschinen und Werkzeugen in Echtzeit zu verbessern.

tionen in intelligente Fabriken sowie in den Bereich Transport und Logistik. Bis 2025 wird jedoch ein wesentlich stärkeres Wachstum prognostiziert.

Insgesamt ist zu erwarten, dass der Markt für intelligente Fabriken des „Big 5“-Clusters – angeführt von den USA mit hohen Investitionen in entsprechende Plattformen, prädiktive Lösungen und Fernüberwachung – bis 2025 mehr als 86 Milliarden Euro umschließt. Im Markt für intelligente Lösungen in Transport und Logistik werden es voraussichtlich mehr als 15 Milliarden Euro sein. Im „Europe 5“-Cluster hingegen soll sich der Markt für intelligente Fabriken in allen Ländern fast verdreifachen und in den fünf Ländern insgesamt über 23 Milliarden Euro erzielen, wobei Deutschland die Spitzenposition einnimmt. Die Plattformen wachsen exponentiell, und die Unternehmen

investieren, um das Qualitätsmanagement zu verbessern und die Kosten zu reduzieren. Deutschland bleibt im Bereich Transport und Logistik führend, die anderen Länder des Clusters verzeichnen ebenfalls ein erhebliches Wachstum. Laut Prognose wird diese Gruppe im Jahr 2025 ein Gesamtvolumen von 3,6 Milliarden Euro erwirtschaften.

WACHSTUMSSCHUB DURCH 5G UND EDGE-COMPUTING

Die Einführung kostengünstiger Sensoren und 5G-Netze, in die Telekommunikationsunternehmen in großem Stil investieren, trägt zur Verbreitung von Industrial IoT bei. So wird erwartet, dass die verbesserte Kommunikation zwischen autonomen Fahrzeugen/Robotern, künstlicher Intelligenz und Maschinen in Verbindung mit erhöhter Rechenleistung und sehr



Verbesserte Kommunikation zwischen u.a. Robotern, KI und Maschinen in Verbindung mit mehr Performance und geringer Latenz verbessert die Effizienz und Sicherheit der Anlagen.

geringer Latenz nicht nur die Effizienz der Anlagen verbessert, sondern auch deren Sicherheit erhöht. Darüber hinaus ermöglicht die Einrichtung privater, hochdichter Netzwerke einen breiten Einsatz von Industrial IoT sowie die Anbindung zahlreicher Sensoren, Maschinen, Fahrzeuge und Roboter. Ergänzt wird dies durch einen verstärkten Einsatz von Augmented und Virtual Reality zur Unterstützung „vernetzter Mitarbeiter“.

CYBERSICHERHEIT IST EIN ENTSCHEIDENDER FAKTOR

Die ständige Zunahme vernetzter Geräte und deren Heterogenität erfordern ein gutes Sicherheitsmanagement hinsichtlich der Einrichtungs- und Wartungsrichtlinien von Geräten und Netzwerken. Unternehmen müssen für robuste und mikrosegmentierte Umgebungen (lokal und/oder cloudbasiert) sorgen, um mit geeigneten Technologien und Techniken auf Bedrohungs-



szenarien reagieren zu können. Dies reduziert die Erfolgchancen neuartiger Cyberangriffe. Die Analyse von IoT-Architekturen, Industriekomponenten und ganzen Infrastrukturen hilft Unternehmen dabei, Lücken, Schwachstellen und Bedrohungen bereits im Vorfeld zu eliminieren. Das ist weit mehr als nur eine technische Frage: Auch Schulungsprogramme für Mitarbeiter sowie die kontinuierliche Prüfung aller verwendeten Geräte sind entscheidend.

VON DER FABRIK ZUM KONSUMENTEN

Während in den letzten Jahren die Technologien des IIoT zur Effizienzoptimierung in Fabriken und Logistikzentren eingeführt und genutzt wurden, zielten die Investitionen während der Pandemie vor allem auf die Verbesserung der Arbeitnehmersicherheit ab. Der Erfolg sogenannter vernetzter Produkte beschleunigt Investitionen in Lösungen, bei denen die Erfassung und Verarbeitung von Nutzungsdaten nicht nur die Produktion, sondern auch die fertigen Produkte betrifft. Die Neugestaltung der Design-, Produktions- und Vertriebsprozesse von IoT- vernetzten Produkten erlaubt neue Mehrwertdienste und erleichtert die Aktualisierung und Wartung von Haushaltsgeräten, Autos, Robotern, Elektronik- und Unterhaltungsgeräten, ohne dafür vor Ort sein zu müssen. ■

INFO-BOX

Über Reply

Reply ist spezialisiert auf die Entwicklung und Implementierung von Lösungen basierend auf neuen Kommunikationskanälen und digitalen Medien. Bestehend aus einem Netzwerk hoch spezialisierter Unternehmen unterstützt Reply die führenden europäischen Industriekonzerne in den Bereichen Telekommunikation und Medien, Industrie und Dienstleistungen, Banken und Versicherungen sowie öffentliche Verwaltung bei der Definition und Entwicklung von Geschäftsmodellen, die durch die neuen Paradigmen von KI, Big Data, Cloud-Computing, digitalen Medien und Internet der Dinge ermöglicht werden. Die Dienstleistungen von Reply umfassen: Beratung, Systemintegration und Digital Services.

www.reply.com

SICHERE LÖSUNGEN

INDUSTRIE 4.0 | IOT | SMART FACTORY



Edelstahl Panel-PC



NEU

Rugged Laptop



Embedded-PC



Industrie-PC für 19-Zoll-Racks



Mobile Computing



www.tl-electronic.at

INDUSTRIE-PC
PANEL-PC
INDUSTRIEMONITOR
MOBILE COMPUTING

DAMIT ES PERFEKT LÄUFT.

Die wertvollsten Dinge sind die, auf die Sie sich absolut verlassen können. Ausfallzeiten wollen und dürfen Sie sich nicht leisten. Sie erwarten, dass alles perfekt läuft. Sie erwarten Lean Back Lösungen. Das wissen wir bei TL Electronic.

In unserem Produkt-Portfolio steckt ganz spezielles Know-how – ein Mix aus langjähriger Erfahrung, intensiver Branchenkenntnis und perfekter Balance.

Balance zwischen bewährten Standards und neuester Informationstechnologie. Zwischen richtungsweisenden Trends und erprobten, absolut zuverlässigen Komponenten. Denn einerseits verändern Industrie 4.0, Visualisierung oder Miniaturisierung den Anspruch an industrielle IT nachhaltig. Andererseits sind Langzeitverfügbarkeit, Langlebigkeit oder Robustheit, auch unter schwierigen Einsatzbedingungen, Werte, die so wichtig sind wie nie zuvor.

Wir sind Experten für viele Branchen.



KIRCHEN UND ROBOTER

Als Spin-off der Universität Wien hat das Start-up SuessCo Sensors den ersten 6D-Positionssensor entwickelt, der Magnetfeldtechnologie nutzt und vielfältig eingesetzt werden kann: vom Monitoring ganzer Gebäude oder einzelner Risse bis hin zum Einsatz in Maschinen.

Wollte man bisher Positionsveränderungen – etwa bei Rissen, bei Brücken, Tunnel, Windkraftanlagen, Gebäuden etc. – feststellen, gab es nur lineare Messsysteme oder Sensoren zur Feststellung von Rotationsveränderungen, oft verbunden mit manuellen Auslesemethoden. Die von den verschiedenen Systemen erhaltenen Daten müssen dabei individuell zusammengeführt werden, und der Einsatz ist häufig nur wenig zufriedenstellend: teuer, ineffizient, ungenau, fehleranfällig, zeitaufwendig und nur von Fachpersonal montierbar.

EIN PARADIGMENWECHSEL IM MONITORING

Ein junges Start-up aus Herzogenburg in Niederösterreich – SuessCo Sensors – hat mit dem 6D-Positionssensor eine Lösung entwickelt und international patentiert. Zum ersten Mal können mithilfe von 3D-Magnetfeldtechnologie und künstlicher Intelligenz (KI) Verschiebungen und Verkippungen in jeder Achse automatisiert gemessen und aufbereitet werden. „Durch eine spezielle Anordnung von Magneten wird ein genau definiertes Magnetfeld erzeugt. Die Position der Magnete lässt sich dann von Sensoren mit einer komplexen mathematischen Rückrechnung und KI mit einer Genauigkeit von 50 Mikrometern bestimmen“, erklärt Dieter Süß, Universitätsprofessor an der Uni Wien und Mitgründer von SuessCo Sensors, die Funktionsweise. Die Montage ist einfach, und die Daten werden ausgewertet und in einem Dashboard aufbereitet, das für jeden Laien lesbar ist, was sowohl ein manuelles Auslesen vor Ort als auch spezielles Fachwissen zur Berechnung der Ergebnisse obsolet macht.

DREHUNG, SENKUNG, VIBRATION, KIPPEN

Die möglichen Einsatzgebiete für den 6D-Positionssensor sind vielfältig. Aktuell wird er etwa zum Monitoring von Gebäuden und Infrastrukturen genutzt, zum Beispiel bei der Langzeitüberwachung von Rissen und der Deckenabsenkung in Kirchen, für Monitoring von Baustellen, Tunnel, Hallen, älteren Gebäuden oder bei



„Jedes Jahr sehe ich im Zuge von Dissertationen an der Uni zahlreiche Erkenntnisse in der Grundlagenforschung. Nur selten werden diese Ansätze in die Praxis umgesetzt.“

Dieter Süß, Universitätsprofessor an der Uni Wien und Mitgründer von SuessCo Sensors



Der 6D-Positionssensor wird aktuell zum Monitoring von Gebäuden und Infrastrukturen genutzt, seine potenziellen Einsatzmöglichkeiten gehen aber weit darüber hinaus.

Kranhebearbeiten. Auch bei der Überwachung, wie stark die Decke eines Raumes vibriert, ist das Sensorsystem bereits im Einsatz. Als weitere Anwendung kann auch die Bewegungsmessung von Brückenlagern in allen Achsen genannt werden. „Es kommt ganz auf die Aufgabenstellung des Kunden an. Je nachdem setzen wir zum Teil auch auf eine Kombination mit anderen Sensoren – etwa Temperatur- oder Feuchtigkeitsmessung – und bereiten die Daten verknüpft auf“, sagt CEO und Mitgründer Ernst Windhör über die individuellen Monitoring-Möglichkeiten.

VON DER UNIVERSITÄT IN DIE PRAXIS

In der Entwicklung greift SuessCo auf eine starke Vernetzung mit führender universitärer Sen-

sorforschung zurück. „Jedes Jahr sehe ich im Zuge von Dissertationen an der Uni zahlreiche Erkenntnisse in der Grundlagenforschung. Nur selten werden diese Ansätze in die Praxis umgesetzt“, erzählt Dieter Süß über den Unternehmensansatz von SuessCo Sensors. Hier kommt die jahrzehntelange wirtschaftliche Erfahrung von Ernst Windhör ins Spiel: „Wir prüfen die Erkenntnisse und klären, ob es einen Markt dafür gibt. Kristallisiert sich eine praktische Problemstellung heraus, arbeiten wir daran, durch Forschung und Entwicklung echte Anwendungen zu schaffen.“ Die Identifikation dieser praktischen Problemstellungen aus der Baubranche (etwa die Notwendigkeit eines digitalen Rissmonitors) bezieht das Team auch aus der eigenen Erfahrung, schließlich ist der Dritte

im Gründungsteam Bauunternehmer Herbert Heigl. Die Mitarbeiter rekrutiert SuessCo Sensors direkt von der Universität. Diese können so ihre eigenen Ansätze weiterverfolgen. „Zusam-



„Die weitere Entwicklung hängt auch davon ab, welche Aufgabenstellungen wir in Kooperation mit Industrievertretern erarbeiten und lösen werden.“

**Ernst Windhör, CEO und Mitgründer
SuessCo Sensors**

mengefasst könnte man sagen: Unser Antrieb ist es, praktische Anwendungen aus neuesten theoretischen Erkenntnissen zu schaffen und dadurch Technologie für etwas Gutes einzusetzen“, so Windhör.

START IM GESUNDHEITSBEREICH

Schon vor vielen Jahren kam bei Dieter Süß der Gedanke auf, Sensortechnologie für die Lösung eines praktischen Problems zu entwickeln, damals im Gesundheitssektor: Blutverwurf. „Bis zu 30 Prozent der jährlichen Spenden werden wegen Fehlplanung und mangelnder Temperaturüberwachung verworfen. Dafür musste es doch eine technische Lösung geben“, erinnert sich Süß. Das Team von SuessCo entwickelte schließlich vor drei Jahren ein Sensorsystem zur Aufzeichnung der Kerntemperatur von Blutkonserven während des Transports und der Lagerung. Mit einem Auslesegerät kann so auf einen Blick erkannt werden, ob die Blutkonserve die ganze Zeit im zulässigen Temperaturbereich geblieben ist. Das patentierte Messverfahren reduziert den unnötigen Verwurf von Blut und erhöht die Patientensicherheit. „Damit wollen wir nicht nur einen wirtschaftlichen Nutzen für das Gesundheitssystem erzeugen, sondern auch ein ethisches Problem adressieren und lösen“, erzählt Windhör.

IN ZUKUNFT AUCH STROM UND ROBOTIK

Bei der Magnetfeldtechnologie sehen die Startup-Gründer weitere Einsatzmöglichkeiten. So wird dieses Thema zum Beispiel im Bereich Strom immer wichtiger. Deshalb läuft bei SuessCo aktuell ein Entwicklungsprojekt für einen nachrüstbaren Sensor, der künftig etwa bei Photovoltaikanlagen eingesetzt werden soll, um den in den Modulen erzeugten Gleichstrom präziser zu messen, als es aktuell möglich ist.

Auch im Bereich Robotik ist Einsatzpotenzial vorhanden. „Es gibt Überlegungen zur Positionsbestimmung in Roboter Gelenken, in Aufzügen oder Zylinderkolben. Die weitere Entwicklung hängt auch davon ab, welche Aufgabenstellungen wir in Kooperation mit Industrievertretern erarbeiten und lösen werden“, so CEO Ernst Windhör abschließend. ■

INFO-BOX

Die Technologie von SuessCo Sensors

Das Team von SuessCo Sensors hat eine neuartige Sensortechnologie entwickelt, die Dehnungsmessungen und Positionsbestimmungen mittels RFID (radio-frequency identification) auf Basis von magnetoelastischen Metallen und Magnetfeldsensoren durchführt. Dies ermöglicht eine komplett passive (= ohne Batterie, umweltfreundlich und langlebig) oder semipassive Messung von Dehnungen und Positionen mittels UHF-RFID-Tags, die über mehrere Meter senden und HF-RFID-Tags, die über einige Zentimeter Reichweite verfügen. Durch die passive Funktionalität – der Sensor wird durch das elektromagnetische Feld des Lesegeräts drahtlos mit Energie versorgt – fällt die Batterie weg. Die Einsatzzeit solche Sensoren wird damit signifikant erhöht.

www.suessco.com

VERLÄSSLICHE PARTNER

Die ITG Informationstechnik Graz GmbH wurde 2010 gegründet und ist der interne IT-Dienstleister der Stadt Graz, der Holding Graz und ihrer Beteiligungen. Der SAP-Basisbetrieb für die Stadt wurde an T-Systems ausgelagert.

Durch die Zunahme der Komplexität im SAP-Bereich hatte ITG nach einem Partner gesucht, um die Commodity-Services auszulagern, damit eigene Ressourcen besser eingesetzt und fokussiert werden können. Im Rahmen einer im Jahr 2019 gestarteten europaweiten Ausschreibung konnte sich T-Systems als Bestbieter durchsetzen und erhielt den Zuschlag für den SAP-Basisbetrieb für die Dauer von zumindest fünf Jahren bis 2023.

Der erste und wichtigste Schritt war sowohl die Migration der Daten aus den Altsystemen auf die neuen Server bei T-Systems als auch ein großes Service-Pack-Upgrade der Systeme. Durch das Outsourcing zu T-Systems können Arbeitslastspitzen der Server viel besser abgefangen werden. Um auf die zunehmende Marktdynamik entsprechend schnell reagieren zu können, betraf die Anforderung der ITG an T-Systems vor allem die Erhöhung der Flexibilität für die Serviceerweiterung. Weitere Schwerpunkte waren die Kostensenkung für den SAP-Basisbetrieb sowie die Optimierung der Performance und der Antwortzeiten, um die Geschäftsprozesse noch effizienter zu gestalten. Unter Einhaltung der höchsten Sicherheitsstandards migrierte T-Systems zum Jahreswechsel 2019/20 die SAP-Systemlandschaft des Hauses Graz in das Twin-Core-Rechenzentrum im T-Center in Wien. Bereits seit über einem Jahr läuft nun der Basisbetrieb bei ausgewählten SAP-Systemen auf einer dynamischen SAP-Plattform völlig reibungslos.



Die ITG unterstützt mit innovativen Ansätzen die Digitalisierung der Stadt Graz.

Der Nutzen, den die ITG zieht, liegt neben einer attraktiven Kostensituation in einer flexiblen Reaktion auf Lastspitzen und Marktveränderungen, im performanten Zugriff für alle Nutzer und nicht zuletzt im ausfallsfreien Betrieb im Hochsicherheitsrechenzentrum in Wien. Ulfried Paier und Alexander Schaffler, Geschäftsführer ITG, dazu: „Besonders in Krisenzeiten ist ein stabiler, verlässlicher, heimischer Rechenzentrumsprovider ein wertvolles Asset. Gerade Kunden im öffentlichen Bereich müssen sich auf ein Systemhaus verlassen können, das auch für systemrelevante Kunden aus Gesundheit und Verwaltung stets zu Höchstleistungen fähig ist. Das Vertrauen der zweitgrößten Stadt Österreichs, den Basisbetrieb ihrer SAP-Systeme T-Systems anzuvertrauen, wurde bis dato nicht enttäuscht.“ ■

26 MILLIARDEN BLÄTTER PAPIER SPAREN

In Europa werden pro Jahr mehr als 40 Milliarden Rechnungen verschickt, davon allerdings erst mehr als 14 Milliarden papierfrei. Bei nur einem Blatt Papier pro Rechnung ergibt das ein theoretisches Einsparungspotenzial von 26 Milliarden Blatt Papier.

Elektronische Rechnungen sind bereits seit Jahren auf dem Vormarsch, wobei das Digitalisierungspotenzial noch lange nicht ausgeschöpft ist. Laut Schätzungen des internationalen E-Rechnungs-Marktanalyse-Unternehmens Billentis können mit der Umstellung von Papierrechnungen auf elektronische Rechnungen die Kosten für den gesamten Fakturierungsprozess um rund 60 bis 70 Prozent gesenkt werden. Wenn man bedenkt, dass allein in Europa pro Jahr 40 Milliarden Rechnungen verschickt werden, davon aber erst mehr als 14 Milliarden papierfrei, liegt das theoretische Einsparpotenzial bei 26 Milliarden Rechnungen. Bei einer Papierdicke von 0,1 Millimeter pro Blatt ergibt das selbst unter der Annahme, dass eine Rechnung nur ein Blatt umfasst, einen Stapel mit einer Höhe von 2.600 Kilometern – das entspricht der Luftlinie von Wien bis Aserbaidschan. Oft besteht eine Rechnung allerdings sogar aus mehr als nur einer Seite.

EDI-TRENDS

Besonders weit fortgeschritten ist die Umstellung von papierbasierten Rechnungen auf E-Rechnungen im Business-to-Business-Bereich (B2B). Der internationale EDI-Dienstleister EDITEL, mit Konzernzentrale in Wien, hat bereits mehr als 20.000 Unternehmen an seine Datendrehscheibe eXite angebunden, und es kommen laufend weitere dazu. Ausgetauscht werden nicht nur Rechnungen, sondern auch andere Geschäftsdokumente, wie zum Beispiel Bestellungen, Lieferscheine oder Lieferavis. „Mittlerweile wickeln wir über eXite bereits mehr als 400 Millionen Transaktionen pro Jahr ab, wobei in den vergangenen Jahren auch immer mehr KMU die Vorteile von EDI erkannt haben“, erklärt EDITEL-Geschäftsführer Gerd Marlovits. „Ein weiterer EDI-Trend ist die zunehmende Anbindung von Vorlieferanten, was die Datenqualität in der gesamten Produktions- und Lieferkette weltweit enorm verbessert hat“, konkretisiert der EDI-Experte.

DATENAUSTAUSCH „AUF KNOPFDRUCK“

Unter allen Geschäftsdokumenten bieten Rechnungen in der Regel nicht nur das meiste Prozessoptimierungspotenzial, sondern sie haben im EDI-Bereich auch die längste Historie. Bereits vor mehr als 40 Jahren hatte der Einzelhandel begonnen, mit den Lebensmittelproduzenten bzw. dem Großhandel Prozesse rund um die Fakturierung zu digitalisieren. Mittlerweile ist EDI in unzähligen Branchen Usus, angefangen vom

Automotive-Sektor über die Gastronomie, Pharma und Großverpflegung bis hin zum Facility-Management. Dieser Datenaustausch „auf Knopfdruck“ wurde im Lauf der Zeit permanent perfektioniert und die Standards zum Teil auf die speziellen Branchenbedürfnisse angepasst.

GROSSES EINSPARUNGSPOTENZIAL

Rechnungen zählen im B2B-Bereich zu den arbeitsintensivsten Geschäftsdokumenten. Entsprechend groß ist dort auch das Einsparungspotenzial, das je nach interner Kostenstruktur natürlich unterschiedlich hoch ausfallen kann. „Dank strukturierter Daten können eingehende E-Rechnungen beim Empfänger über das ERP automatisch in die Buchhaltung übernommen werden, was die Fehleranfälligkeit enorm reduziert. Der automatisierte Datenaustausch ermöglicht nicht nur eine raschere Bearbeitung, sondern kann in weiterer Folge auch die Bezahlung beschleunigen“, skizziert der EDITEL-Geschäftsführer. Zudem können Rechnungsdaten sehr bequem mit den Auftragsdaten abgeglichen werden, um Abweichungen sofort zu entdecken. In weiterer Folge können die Daten auch für die automatisierte Analyse der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen herangezogen werden.

MITARBEITER ENTLASTEN

Mitverantwortlich für den stetigen Vormarsch von E-Rechnungen sind nicht nur das große Papiereinsparungspotenzial und der sich daraus ergebende positive Effekt für die Umwelt und das Budget, sondern auch die damit verbundene Entlastung der Mitarbeiter:innen. „Elektronische Rechnungen senken den Manipulationsaufwand für den Versand und die Kontrolle der Belege. Dies sorgt in weiterer Folge dafür, dass sich die Büromitarbeiter auf andere Aufgaben konzentrieren können“, stellt der Experte fest. Nicht zuletzt deshalb, weil in einigen Bereichen bereits Fachkräftemangel herrscht. ■



Mag. Gerd Marlovits, Geschäftsführer EDITEL Austria

INFO-BOX

Über EDITEL

EDITEL, Anbieter von EDI-Lösungen (Electronic Data Interchange), ist spezialisiert auf die Optimierung von Supply-Chain-Prozessen unterschiedlichster Unternehmen und Branchen. Der internationale EDI-Dienstleister mit 40 Jahren Erfahrung bietet über die Datendrehscheibe eXite ein umfassendes Serviceportfolio, angefangen von EDI-Kommunikation bis hin zu EDI-Integration, Web-EDI für KMU, E-Invoice-Lösungen, digitaler Archivierung und Business-Monitoring.

www.editel.at

Foto: Editel/Nadja Nemetz

DIGITALISIERUNG, DIE INS OHR GEHT

radio 88.6 erzielte 2021 das bisher beste Radiotest-Ergebnis seit Senderbestehen. Mit dem Fokus auf Hörerbindung im digitalen Zeitalter verbindet der Privatradiosender die Kanäle Audio und Online und stellt den „Community First“-Gedanken in den Vordergrund.

Seit Jahren baut radio 88.6 seine Reichweite und Hörerschaft immer weiter aus. Dabei spielt die Digitalisierung des 88.6-Universums eine tragende Rolle. Betroffene zu Beteiligten zu machen und alle internen Unternehmensstrukturen daraufhin anzupassen, bedeutet dabei die größte Herausforderung. „Auch in der Medienbranche fällt es vielen noch immer schwer, sich von jahrelang etablierten Prozessen zu lösen und sich auf Neues einzulassen. Um das Markenverständnis im Unternehmen zu stärken, ist es aber wichtig, dass alle den Nutzen dahinter verstehen und für sich und das Unternehmen übersetzen können“, erklärt Niki Fuchs, Head of Marketing & Digital. „Ob Programm, Events, Sendetechnik, Vertrieb oder Marketing: Abteilungsübergreifendes Arbeiten ist Voraussetzung für den Digitalisierungsprozess jedes Unternehmens.“

COMMUNITY-BRAND-RADIO ALS RADIO DES 21. JAHRHUNDERTS

Bei radio 88.6 bedeutet Digitalisierung, die Wünsche des Publikums herauszuhören, anstatt jedem Trend nachzueifern. „Die Entwicklung einer markenstarken Strategie, die sich an den Bedürfnissen der Hörerschaft orientiert und gleichzeitig messbare Kennzahlen liefert, ist weitaus effektiver, als wahllos auf diversen Plattformen vertreten zu sein“, sagt Ralph Meier-Tanos, Geschäftsführer bei radio 88.6, und ergänzt: „Der Hörernutzen muss heutzutage immer im Vordergrund stehen. Ein Community-Brand-Radio wie radio 88.6 lebt von echter Musik, echten Menschen und echten Erlebnissen. Das muss auch im digitalen Raum sichtbar und erlebbar sein. Weil Neuhörerakquise und Hörerbindung unsere zentralen Themen sind, haben wir unsere Community digital abgebildet, abgeholt und miteinander verbunden.“ Gestartet wurde mit der Wartung der eigenen digitalen Plattformen. Neben der Überarbeitung von Website und App, die dem Medium Radio online gerecht werden musste, sind auch Podcasts oder die Teilnahme am nationalen DAB+-Netzwerk gute Beispiele für den digitalen Ausbau. Die Erfahrung zeigt: Die Plattform oder das Endgerät, über die oder das Radio gehört wird, wird immer unwichtiger. Viel essenzieller ist eine starke Markenpositionierung, die das Verlangen weckt und erhält, Radio zu hören, und das immer und überall ermöglicht.





V.l.n.r.: Ralph Meier-Tanos (Geschäftsführer radio 88.6), Niki Fuchs (Head of Marketing&Digital radio 88.6), Thomas Korponay-Pfeifer (Programmdirektor radio 88.6)

SOCIAL MEDIA ALS FIXER BESTANDTEIL

Die digitale Übersetzung eines Radiosenders bedeutet auch Anpassungen im Radioalltag. Social-Media-Content aller Art ist mittlerweile fixer Bestandteil bei Sendungsinhalten. Der Messaging-Dienst WhatsApp hat bei radio 88.6 bereits das branchenübliche Studiotelefon ersetzt. „Plattformen wie Instagram, Facebook oder TikTok sind bereits in viele Medienhäuser eingezogen. Eine halbherzige Bespielung dieser Kanäle ist allerdings nicht zu empfehlen. Stattdessen werden sie bei 88.6 konstant genutzt, um mit der Community im ständigen Austausch zu stehen und ihnen eine aktive Rolle im Radioerlebnis des 21. Jahrhunderts zu ermöglichen“, weiß Thomas Korponay-Pfeifer, Programmdirektor bei radio 88.6.

Social Media, insbesondere YouTube, spielten beim diesjährigen Eventhighlight „88.6 Rock Together“ eine tragende Rolle. Im Sommer bildeten 500 Musiker aus ganz Österreich die größte Rockband des Landes und performten den Song „Steh auf, wenn du am Boden bist“ von Die Toten Hosen. „Die dazugehörige Videoproduktion wurde von der Community äußerst positiv aufgenommen: Innerhalb weni-

ger Tage erzielten wir über unsere diversen digitalen Kanäle zigtausende Aufrufe. Das zeigt, dass sich Audio, Online und auch Live-Events großartig vereinen lassen und sich gemeinsame Synergien bilden“, so Niki Fuchs.

DIGITALER AUFSCHWUNG WÄHREND DER PANDEMIE

Seit der Pandemie hat sich der Fokus auf die Digitalisierung deutlich gesteigert. Viele etablierte Maßnahmen wurden bei radio 88.6 neu interpretiert und an den digitalen Raum angepasst. So brachte man den jährlich stattfindenden Bandcontest via Livestream in die Wohnzimmer der Community, ließ beim 88.6 Band-Battle österreichische Bands auf Twitch in unterschiedlichen Videospiele gegeneinander antreten oder startete die kanalübergreifende Kampagne „88.6 Coronale – Das Festival der abgesagten Konzerte“, wobei Live-Konzertmitschnitte im Radio gespielt wurden. Mit der Verbindung von Audio und Online gelingt es dem Radiosender, die größtmögliche Reichweite auch für seine Werbekunden zu garantieren und die Hörerzahl durch die Nutzung des Digitalraums zu vergrößern. ■

DIGITALE SOUVERÄNITÄT

Österreich ist ein unabhängiger Staat. Aber wenn es um Digitalisierung geht, scheinen sowohl der Bundesstaat als auch die einzelnen Bundesländer stärker von anderen Ländern und Diensteanbietern abhängig zu sein, als einem vielleicht lieb ist. Dasselbe gilt für viele Unternehmen.

In vielen Unternehmen und Behörden werden Lösungen von großen Anbietern aus Übersee eingesetzt. Dadurch entsteht eine digitale Abhängigkeit von einigen wenigen IT-Giganten, die zumeist in den USA angesiedelt sind. Dort wird also festgelegt, welche Algorithmen wo angewendet werden und was Anwender dürfen – und was nicht.

Als Privatanwender wundert man sich oft, was Anbieter und Plattformbetreiber wie unter anderem Microsoft, Apple, Facebook oder Google alles über einen selbst wissen. Suchbegriffe korrelieren schnell mit maßgeschneiderter Werbung. Und das selbst dann, wenn die Services über verschiedene Endgeräte genutzt werden. Wie das alles funktioniert und zusammenhängt, lässt sich als Anwender nicht nachvollziehen. Das einzig Beruhigende daran ist, dass dies für normale Privatanwender in den meisten Fällen keine großen Konsequenzen hat.

EIN EINZELNER TOTALAUSFALL UND NICHTS GEHT MEHR

Für Unternehmen oder gar Behörden und andere staatliche Einrichtungen ist es dagegen von entscheidender Bedeutung, dass bestimmte Informationen nicht für Dritte zugänglich sind. Hinzu kommt, dass Ausfälle bei einem einzelnen Anbieter Unternehmen und Behörden komplett außer Gefecht setzen können. Beispielhaft sei hier an den letzten Totalausfall bei Facebook, Instagram und WhatsApp erinnert. Ein Austausch von Informationen war plötzlich für mehrere Stunden nicht möglich.

DIGITALE SOUVERÄNITÄT IST BEI KOMMUNIKATION BESONDERS WICHTIG

Gerade für die Kommunikation ist die digitale Unabhängigkeit in Unternehmen, Behörden, Ämtern und Schulen deshalb unverzichtbar. Wo etwa der E-Mail-Austausch mit Bürgern beziehungsweise Kunden reibungslos funktionieren muss und die Daten gleichzeitig bestens geschützt sein sollen, führt laut der Meinung vieler Experten kein Weg an Open Source vorbei. Denn quelloffene Lösungen bieten genau die Unabhängigkeit, Sicherheit und Transparenz, die für eine digitale Souveränität notwendig sind. „Schließlich ist es bei einer quelloffenen Software garantiert, dass man als Anwender die Funktionsweise und Algorithmen kennt und man bei Bedarf Änderungen vornehmen kann, um beispielsweise Sicherheitslücken zu schließen“, erläutert Frank Hoberg, Mitgründer von Open-Xchange. Darüber hinaus kann man sich den jeweils am besten geeigneten Server aussuchen oder auch einen eigenen Server betreiben.



Wie die einzelnen digitalen Dienste zusammenhängen und vernetzt sind, ist für den Anwender nur schwer zu durchschauen. Das Einzige, was klar ist: Die Abhängigkeit von großen Playern nimmt zu.

IN DIE CLOUD GETRIEBEN

„Open Source ist heute im Unternehmensbereich ein anerkanntes Modell für Softwareentwicklung und Innovation“, weiß auch Ralph Haupter, President bei Microsoft für EMEA. „Unsere Grundüberzeugung ist, dass die Daten unserer Kunden ihnen gehören“, betonte Haupter noch im letzten Sommer. Ende 2021 verkündete der US-Konzern allerdings, dass die von vielen Unternehmen und Behörden verwendete Software ab Ende 2025 nicht mehr wie bislang gewohnt unterstützt werde. Bei Microsoft hat man sich stattdessen entschieden, zukünftig ausschließlich cloudbasierte Bereitstellungsmodelle anzubieten. Eigene Server zu nutzen, ist dann nicht mehr möglich. Somit müssten selbst sensible Daten über Kunden und Bürger in die Cloud, was für viele Unternehmen und Einrichtungen wie Finanzämter und Schulen keine Option ist. „Wenn die Politik zulässt, dass die bestehenden

Abhängigkeiten europäischer Behörden von einem einzigen Hersteller weiter zementiert werden, wird das fatale Auswirkungen auf die nationale digitale Souveränität und die Leistungsfähigkeit des digitalen europäischen Wirtschaftsraums haben“, warnt Peter Ganten, Vorstandsvorsitzender der Open Source Business Alliance (OSB). „Wir sprechen eine deutliche Warnung aus, dass die digitalpolitische Zukunft Europas nicht in die Hände eines einzigen Konzerns gelegt werden darf.“

Dass es auch anders geht, zeigen Beispiele wie unter anderem der webbasierte Open-Source-Arbeitsplatz Phönix, der von verschiedenen europäischen Open-Source-Anbietern entwickelt wurde. Dieser kann sowohl von öffentlichen Einrichtungen als auch von Unternehmen genutzt werden. Eine Abhängigkeit von einzelnen Anbietern oder Staaten ist dabei ausgeschlossen. Digitale Souveränität muss also keine Zukunftsmusik sein. ■

MEHR SPEED FÜR AUDI

Unternehmen, die Innovationen konsequent vorantreiben und ihre Anwendungsentwicklung beschleunigen wollen, benötigen eine adäquate IT-Plattform. Audi setzt dafür auf Kubernetes.

Innovative Entwicklungsvorhaben erfordern eine sichere, stabile und skalierbare Umgebung. Ebenso wichtig ist eine flexible, modulare Architektur, die Risiken reduziert, Abhängigkeiten beseitigt und iteratives Arbeiten unterstützt. Nur mit einem flexiblen System können Unternehmen die sich dynamisch entwickelnden Geschäftsanforderungen erfüllen. Die Zeiten des starren „Plan – Build – Run“-Schemas sind schließlich vorbei und kurzfristig erforderliche Anpassungen und Erweiterungen an der Tagesordnung. Nicht zuletzt sollte eine Entwicklungsumgebung auch Multi-Cloud-Kompatibilität bieten, da Unternehmen in verstärktem Maße mehrere Cloud-Plattformen nutzen. Ein maßgebliches Entscheidungskriterium und Designprinzip für moderne Architekturen ist das Prinzip der Plattform-Agnostik.

IDEEN SCHNELLER UND EFFIZIENTER UMSETZEN

Viele Unternehmen – wie etwa der deutsche Automobilhersteller Audi – bewältigen diese Herausforderungen mit Red Hat OpenShift, einer Enterprise-Kubernetes-Plattform für die Konzeption, Automatisierung, Skalierung und Verwaltung von containerbasierten Applikationen. Durch die Automatisierung des gesamten Stacks, eine konsistente User-Experience in allen Umgebungen und Self-Service-Provisionierung können Entwickler mit Red Hat OpenShift einfacher zusammenarbeiten und ihre Ideen schneller und effizienter umsetzen. Die Plattform ist als vollständig gemanagter Cloud-Service auf allen führenden Public Clouds oder auch als selbst verwaltete Software für Unternehmen verfügbar. Red Hat unterstützt seit nunmehr fast 30 Jahren das Prinzip der Vermeidung von Vendor-Lock-ins.

Mit Red Hat OpenShift kann eine As-a-Service-Entwicklungsumgebung aufgebaut werden, die auf Open-Source-Technologie basiert. Unternehmen können so die Flexibilität und Skalierbarkeit von Open Source nutzen und gleichzeitig die Abhängigkeit von einem bestimmten Anbieter vermeiden. Die Lösungsumgebung unterstützt eine schnellere Bereitstellung von Anwendungen auf einer stabilen, cloudübergreifenden Basis. Damit können mehrere zentrale Ziele vieler Unternehmen erreicht werden:

Kürzere Markteinführungszeit: Bisher geraten Projekte aufgrund zeitaufwendiger Bereitstellungsprozesse, die oft bis zu sechs Monate in Anspruch nehmen, in einen zeitlichen Verzug. Mit der Automatisierung können schnell maßgeschneiderte Kubernetes-Cluster und Add-ons für jedes Projekt zur Verfügung gestellt werden. Dies ermöglicht sowohl



Zeit ist Geld. Eine schnellere Anwendungsentwicklung steht daher auf vielen Wunschlisten weit oben.

erfahrenen Entwicklern als auch Kubernetes-Neulingen eine effizientere Arbeitsweise bei der Konzeption, beim Deployment und bei der Migration innovativer Lösungen in On-Premise- und Cloud-Umgebungen.

Unterstützung unterschiedlichster Applikationen: Eine Kubernetes-Umgebung bietet für verschiedenste Plattformen, Applikationen und Projekte eine einheitliche Basis. Damit besteht auch eine sichere Laufzeitumgebung mit geringen Abhängigkeiten für Container und Projekte.

Verbesserte Skalierbarkeit: Eine modulare, anpassungsfähige Container-Infrastruktur und eine robuste Automatisierungstechnologie unterstützen die Skalierung von Anwendungen unter Verwendung gemeinsam genutzter Ressourcen – unabhängig von der zugrunde liegenden physischen Infrastruktur.

Red Hat OpenShift wird heute von zahlreichen Unternehmen weltweit in unterschiedlichsten Branchen wie Finanzdienstleistungen, Retail, Energie, Automotive oder Fertigung eingesetzt. Eines der prominentesten Beispiele ist Audi.

Der deutsche Hersteller von Automobilen im Premiumsegment hat für sein Open-Source-Projekt den Red Hat EMEA Digital Leader Award in der DACH-Region erhalten. Die Awards vergibt Red Hat gemeinsam mit Intel und IDC an Unternehmen, die Innovationen und die digitale Transformation unter Nutzung von Technologien und Services von Red Hat erfolgreich vorantreiben.

Audi nutzt Red Hat OpenShift als Basis seiner neuen Self-Service-Entwicklungsumgebung Kubika-O. Mit der mandantenfähigen Kubernetes-Umgebung können die Entwickler des Unternehmens neue Projektumgebungen etwa für Diagnosen, das Datenmanagement oder Emissionen schneller konzipieren, bereitstellen und skalieren. Dabei nutzt Audi Red Hat OpenShift Service on AWS (Amazon Web Services) und Microsoft Azure Red Hat OpenShift – gemeinsam verwaltete und unterstützte Lösungen –, die nativ auf AWS beziehungsweise Microsoft Azure angeboten werden, um die Verwaltung und Abrechnung zu erleichtern. ■

Harald Ruckriegel
ist Chief Technologist Automotive and Strategic Business Development bei Red Hat.
Nähere Informationen finden Sie unter www.redhat.com.



Fotos: Gerd Altmann/Pixabay (1), Red Hat (2)

OKR – DER HEILIGE GRAL?

Was sind Objectives and Key Results? Können Sie damit die Probleme Ihrer Organisation lösen? Vielleicht. Aber zu Beginn werden Sie wahrscheinlich scheitern. Lassen Sie sich nicht entmutigen!

Was sind OKR? Sind sie eine Art verbesserte KPI? Objectives and Key Results (OKR) sind eigentlich nichts Neues und wurden im vergangenen Jahrhundert von Intel entwickelt. Aber es war erst die Firma Google, die das OKR-Konzept weltweit bekannt machte. Die Methodik der OKR war in den letzten Jahren für zahlreiche Unternehmen der Schlüssel zum Erfolg. Das geht sogar so weit, dass manche von ihnen, wie das finnische IT-Unternehmen Bryter, zu 100 Prozent von OKR getrieben werden – ohne jegliches Management!

Heutzutage sind OKR in aller Munde. Es scheint, dass wir vor einem neuen Hype stehen, denn viele Branchen suchen nach „Wunderlösungen“ für ihre täglichen Herausforderungen. Werden OKR die Probleme Ihrer Organisation lösen? Vielleicht. Wenn Sie Ihre Hausaufgaben machen!

Objectives and Key Results sind recht einfach zu beschreiben. Dabei werden klassische Zielsetzung und strategische Ausrichtung voneinander getrennt:

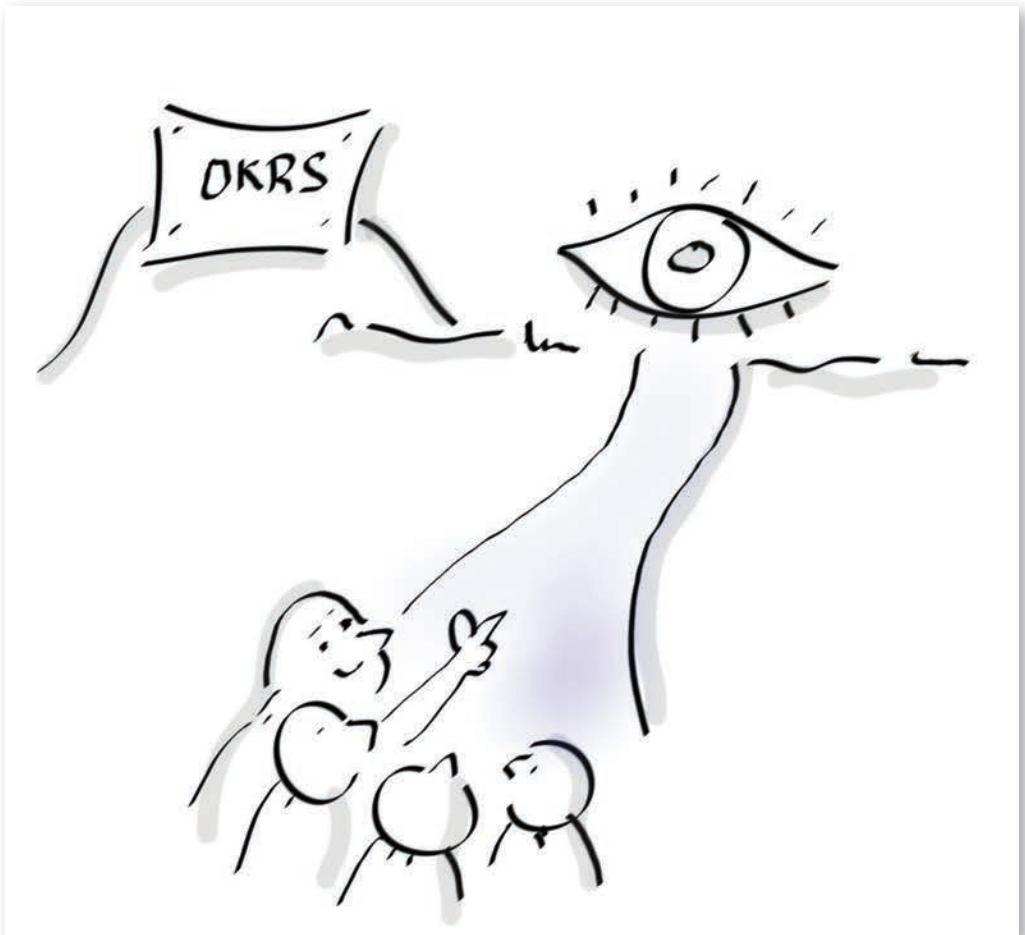
- Objectives werden auf der Grundlage der Strategie gesetzt – abstrakt, polarisierend und hoch motivierend. Sie holen den Mitarbeiter auf der emotionalen Ebene ab und sichern seinen Einsatz.
- Key Results haben die Aufgabe, die Erfolge messbar zu machen und aufzuzeigen, ob die Richtung stimmt.

Ja, das war die Theorie! Das OKR-System wirkt auf den ersten Blick unkompliziert. Leider

erzeugt bei vielen Unternehmen die Einführung von OKR ein hohes Maß an Frustration. Oft verfallen Unternehmen, Teams und Einzelpersonen in die klassischen fehlerhaften Muster der Vergangenheit und landen so in der sogenannten kosmetischen Agilität. Auch

„KPI mit OKR zu vergleichen, ist wie Basketball und Handball nebeneinanderzustellen.“

**Almudena Rodriguez Pardo, CEO
Rodriguez Pardo & Assocs**



Viele Branchen suchen nach „Wunderlösungen“ für ihre täglichen Herausforderungen. OKR können die Antwort sein. Vielleicht.

wenn die Dynamik hinter OKR sehr einfach zu sein scheint, ist es wichtig, dass ein erfahrener OKR-Coach die Einführung leitet.

DAS SIEHT NACH KPI AUS, ODER?

Eine Frage, die immer – Ja, immer! – gestellt wird, ist: „Das sieht ziemlich nach KPI aus, oder?“ Das ist falsch, einfach falsch! KPI mit OKR zu vergleichen, ist wie Basketball und Handball nebeneinanderzustellen: Ja, beide Sportarten drehen sich um einen Ball, der von zwei gegnerischen Mannschaften mit der Hand

gespielt wird. Das ist aber auch schon mehr oder weniger alles, was sie gemeinsam haben. Das menschliche Gehirn liebt den Reduktionismus, definiert von Merriam Webster als „ein Verfahren oder eine Theorie, die komplexe Daten und Phänomene auf einfache Begriffe reduziert“. Das bedeutet, wir haben immer die Hoffnung, Komplexität durch einfache Zahlen bewältigen zu können. Und genau das versuchen wir, wenn wir das Zielbild und die Strategie unserer Organisation auf KPI reduzieren: Indem wir eine zu erreichende Zahl festlegen,



Zuerst muss dafür gesorgt werden, dass es eine klare Vision gibt, die jeder im Unternehmen versteht. Dann braucht es eine Strategie, um dieses gemeinsame Ziel zu erreichen.

verlieren wir oft den ganzheitlichen Blick auf unsere Vision und unsere Ziele.

Key Performance Indicators (KPI) definieren eine Reihe von Werten, an denen der Erfolg gemessen wird. Key Results (KR) messen, ob wir auf dem richtigen Weg sind. KPI messen Leistung und sind entsprechend oft an einen Bonus gebunden. KR haben keinen finanziellen Ausgleich, wir streben „nur“ nach Lernen und Verbesserung.

ZUERST HAUSAUFGABEN MACHEN

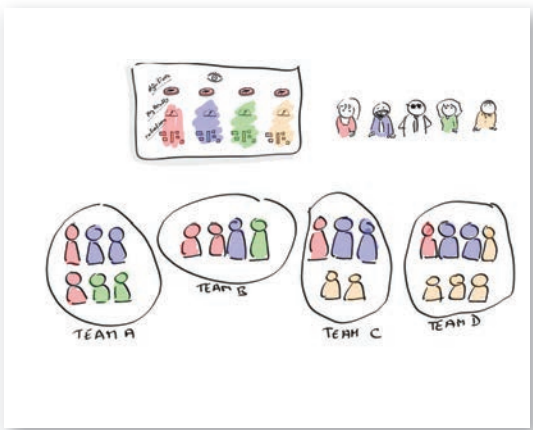
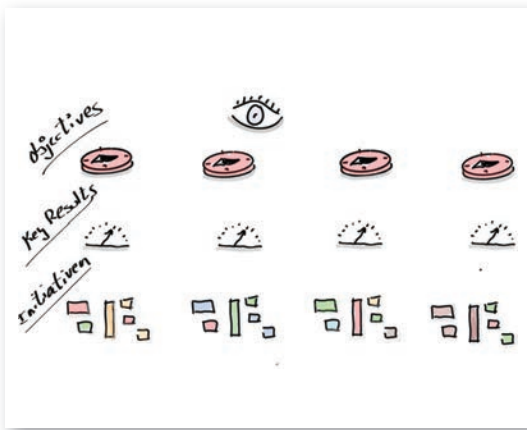
Was soll nun eine Organisation tun, wenn sie vor der Herausforderung steht, OKR einzuführen? Zuerst müssen einige Hausaufgaben gemacht werden. Die Geschäftsführung des Unternehmens muss dafür sorgen, dass eine Vision existiert. Wohin steuert das Unternehmen? Die Vision muss jedem Mitarbeiter glasklar sein, und es ist die Pflicht des Managements, sie so zu kommunizieren, dass jeder sie verstehen kann. Die beste Übung für eine klare Vision ist, PowerPoint zu vermeiden und zu versuchen, sie in einen Tweet zu packen.

Der zweite Schritt besteht darin, sicherzustellen, dass es eine Strategie gibt, um diese Vision auch zu erreichen. Das mag trivial klingen, aber als Berater treffen wir immer wieder auf Organisa-

tionen, bei denen die Strategie nicht bekannt oder nicht verfügbar ist, oder wir stehen vor der Herausforderung, dass keiner genau weiß, wo die Strategie gespeichert ist. Auch hier ist es die Aufgabe der Geschäftsführung, dass die Strategie des Unternehmens jedem einzelnen Mitarbeiter klar kommuniziert wird.

Sobald Klarheit herrscht, wohin wir wollen (Vision) und wie wir dorthin gelangen (Strategie), kann die OKR-Party beginnen! Als allererstes stellen Sie sicher, dass die OKR auf Unternehmensebene definiert werden. Mit Unterstützung eines OKR-Beraters sollte zuerst die Geschäftsführung die OKR auf Unternehmensebene festlegen, da diese strategischen OKR den Kompass für den Rest des Unternehmens bilden werden. In einem zweiten Schritt sorgen Sie dafür, dass diese OKR auf die weiteren Flugebenen der Organisation kaskadiert werden, indem Sie Prinzipien wie „Hoshin Kanri“ und „Catch Ball“ anwenden.

Bei unseren Kunden stoßen wir sehr oft auf OKR, die auf Teamebene definiert wurden, ohne dass strategische OKR darüber stehen. Wenn jedes einzelne Team einen anderen Kompass hat, wo geht das Unternehmen dann hin? Team-OKR müssen mit der Unternehmensstrategie verknüpft werden, sonst werden sie zu



einer Checkliste an Dingen, die zu tun sind, aber nicht unbedingt eine Unterstützung dabei, die Ziele der Organisation zu erreichen.

Sobald OKR auf Unternehmensebene, auf Führungsebene und auf Teamebene definiert sind, stellen Sie sicher, dass die OKR wöchentlich verfolgt und spätestens vierteljährlich ausgewertet werden. Auf diese Weise können die Mitarbeiter lernen, ob die Projekte oder Initiativen, die in der Firma durchgeführt werden, die Unternehmensstrategie unterstützen. Die Auswertung der OKR beantwortet die Frage, ob Sie in die richtige Richtung gehen, was Ihr Zielbild angeht.

Nicht zuletzt wollen wir mit OKR eine Kultur von kollaborativer Zusammenarbeit einführen. Vermeiden Sie daher Abteilungs-OKR, Fachbereichs-OKR oder jede Art von Silo-ähnlichen OKR. Ziel ist es, OKR zu definieren, bei denen verschiedene Bereiche des Unternehmens zusammenarbeiten, um das gewünschten Zielbild zu erreichen. So behalten Sie den systemi-

schen Blick, wohin das Unternehmen in Zukunft steuert.

SIE WERDEN SCHEITERN

Das erste Mal, wenn Sie OKR einführen, ist es meist mühsam: Es ist umständlich, sieht kompliziert aus und braucht Zeit – Sie werden wahrscheinlich scheitern. Keine Sorge, der Lerneffekt ist groß und das zweite OKR-Quartal wird Ihnen bereits einen gewissen Mehrwert bringen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass OKR eine leistungsstarke Methode sind, um Ihre Unternehmensstrategie voranzubringen und die Ausrichtung in der gesamten Organisation sicherzustellen. Es ist sicherlich nicht einfach, OKR einzuführen, aber ihr Mehrwert ist wirklich beeindruckend. Verpassen Sie diese Chance nicht und springen Sie auf den OKR-Zug auf! Habe ich Ihre Neugier geweckt? Möchten Sie mehr über OKR erfahren? Kontaktieren Sie uns einfach!

Almudena Rodriguez Pardo
 ist Inhaberin von Rodriguez Pardo & Assocs, Business Agility Consultant und Agile-Expertin.
 Nähere Informationen finden Sie unter www.rodriguezpardo.com.



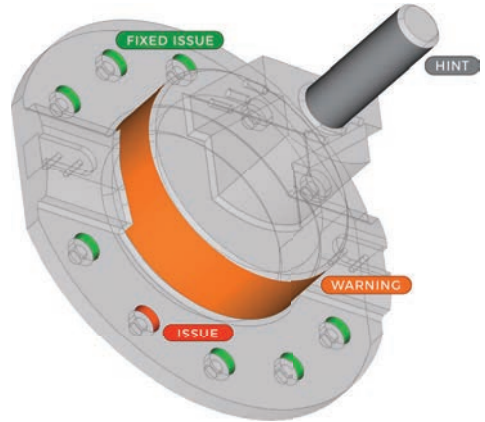
Fotos: Rodriguez Pardo & Assocs

PROFI FÜR INDUSTRIELLE MESSTECHNIK

WANZEL berät und betreut aus Wien seine Kunden seit mehreren Jahrzehnten bei der Umsetzung von Projekten auf dem Gebiet der Mess- und Prüftechnik. Schon seit mehr als 30 Jahren gehören dazu auch Softwarekonzepte.

Messbarer Erfolg: Über 40 Jahre an Erfahrung und Know-how machen die Firma WANZEL zu einem wichtigen Partner ihrer Kunden für die Erstellung von maßgeschneiderten Lösungen in den Bereichen Qualitätssicherung, Prozessüberwachung und Produktentwicklung.

Der Fokus liegt auf Messsystemen und Handmessmitteln in den Bereichen der Längenmesstechnik, auf Drehmoment-



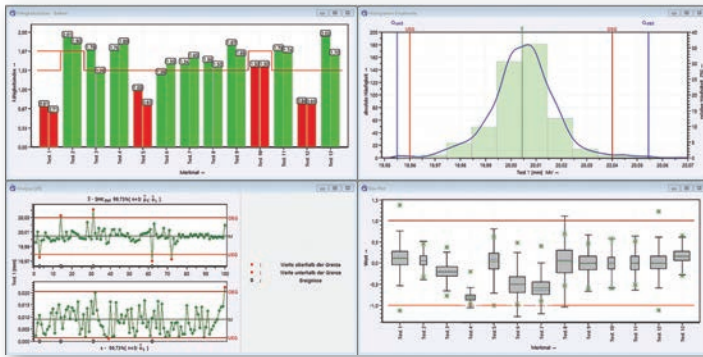
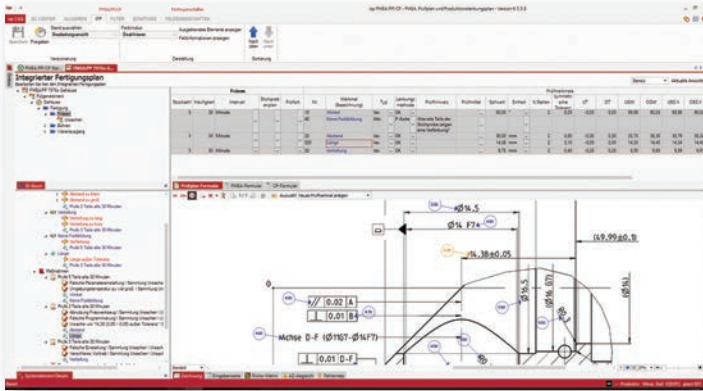
und Zug-Druck-Prüfung, der Oberflächenprüfung, der optischen Messtechnik sowie auf Software zur Durchführung von Prozessfähigkeits- und Messmittelfähigkeitsanalysen.

ÜBER 30 JAHRE SOFTWARE-ERFAHRUNG

Bereits seit über drei Jahrzehnten beschäftigt sich WANZEL mit Softwarekonzepten zur statistischen Analyse und Darstellung von Fertigungs- und Messprozessen. Auch Konzepte zur automatisierten Erstellung von Prüfplänen durch direkte Umwandlung von CAD-Zeichnungsmodellen und Toleranzsimulationen zur Prüfung und Beurteilung der Herstellbarkeit gemäß den Toleranzvorgaben finden sich im Repertoire des Profis für industrielle Messtechnik. Neben dem umfassenden Softwareportfolio der Auswerte- und Analysespezialisten von Q-DAS und der Prüfmittelverwaltungssoft-



Transparente Darstellung des Prozessverhaltens anhand von klar strukturierten Grafiken und Kennzahlen



Zum Softwareportfolio von WANZEL zählen u. a. Lösungen von iqs, KOTEM, Q-DAS, die Prüfmittelverwaltungssoftware Tequim sowie produkt- und herstellerspezifische Analysetools zu diversen Messmitteln.

ware Tequim werden auch produkt- und herstellerspezifische Analysetools zu diversen Messmitteln angeboten.

WISSENSVERMITTLUNG

Neben Messtechnik, Kalibrierung, Inspektion, Spanntechnik und Software zum Auswerten und Analysieren bietet WANZEL auch Seminare an. Denn theoretisches Wissen und die korrekte Interpretation von

Verfahrensanweisungen und Normen sind die Grundvoraussetzung für die effiziente und korrekte Umsetzung von Vorgaben der Qualitätssicherung.

In Kooperation mit zahlreichen Fachexperten wird den Kunden ein umfangreiches Angebot an Schulungen zu theoretischen Inhalten und zur korrekten Anwendung von Messsystemen und Softwareprodukten angeboten. ■



WANZEL Handels- und Projektmanagement GmbH
 1220 Wien
 Wagramer Straße 173/D
 Tel.: +43/1/259 36 16
 h.hickl@wanzel.com
 www.wanzel.com

AUF IN DIE CLOUD!

Das Thema der Cloud-Transformation ist zwar nicht neu, wird aber mit der zunehmenden Digitalisierung von Betrieben immer wichtiger. BE-terna als Implementierungspartner von branchenspezifischen Business-Software-Lösungen ist hier speziell gefordert und will das Thema ab 2022 noch stärker in den Fokus rücken.

Beim Umzug der IT in die Cloud geht es um die Verlagerung und Integration von Software, Daten, Aufgaben und auch Kompetenzen zu Anbietern. Bislang wurden Softwarelösungen lokal installiert und in regelmäßigen Abständen durch neue Systeme ersetzt. Mit der Cloud ist eine neue Ära angebrochen: Business-Software wird nicht mehr ausgetauscht, sondern kontinuierlich weiter optimiert. Den Unternehmen steht eine Mischung aus unterschiedlichsten Servicetools und -anbietern in der Cloud zur Verfügung.

VORTEILE DER CLOUD

Wenn ein Unternehmen seine Software aus der Cloud bezieht, muss es sich nicht mehr mit Aufgaben beschäftigen, die viele Kapazitäten fressen, aber nicht zu seinem Kerngeschäft zählen. Cloud-Lösungen sind schneller skalierbar, erlauben den raschen Einsatz von Innovationen wie zum Beispiel künstlicher Intelligenz. Der Zugang zu einfacheren Datenauswertungen führt letzt-

endlich zu besseren Entscheidungen. Die letzten Jahre zeigen deutlich die gestiegene Bereitschaft von Unternehmen, sich mit diesen Vorteilen auseinanderzusetzen.

Wir von BE-terna möchten diese für unsere Kunden weiter sichtbar sowie nutzbar machen und damit auch Technologien erschließen, die klassisch in On-Premise-Betriebsmodellen nicht verfügbar sind. Wenn Sie mehr dazu erfahren möchten, dann melden Sie sich gerne bei uns. ■

www.be-terna.com



BE-terna GmbH

Grabenweg 3a
6020 Innsbruck
Tel.: +43/512/36 20 60-0
office@be-terna.com
www.be-terna.com





BUSINESS SOFTWARE

Wir begleiten Sie erfolgreich bei der **Digitalisierung.**

Passgenaue Business Software Lösungen für Unternehmen aus den Fokusbranchen: Fashion & Retail, Fertigung, Automotive, Chemie- und Nahrungsmittelindustrie, Service & Vermietung und Dienstleistungsunternehmen.

www.be-terna.com



THE NEXT 3 BIG THINGS


Die Fortschritte der Digitalisierung haben Einfluss auf alle Lebensbereiche – und so auch auf den Versicherungssektor. Während diese Branche in digitaler Hinsicht lange ein Nachzügler war, ist bei InsurTechs genau dieser Aspekt das Kerngeschäft.

Derzeit findet in etlichen Branchen eine Umstellung auf Kundenorientierung statt, bei der die Technologie verstärkt eingesetzt wird, um das Kundenerlebnis zu verbessern und Preise zu senken. Automatisierung ist dabei der springende Punkt. Jedoch ist es essenziell, hierbei den Kunden in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen. Denn Automatisierung soll den Kunden stets unterstützen und nicht behindern. Dies spielt ebenso bei Versicherungsunternehmen eine entscheidende Rolle. Als junges InsurTech hat auch das Unternehmen nexible, das derzeit vor allem im Bereich der Kfz-Versicherungen agiert, sehr hohe Ziele in Bezug auf Datenverarbeitung, Automatisierung und künstliche Intelligenz (KI). Was hinter den Zukunftsplänen steckt und woran gerade intensiv gearbeitet wird, zeigt Valentina Brebenaru, Chief Technology Officer der Digitalversicherung, auf.

TREND 1: BIG-DATA-VERARBEITUNG

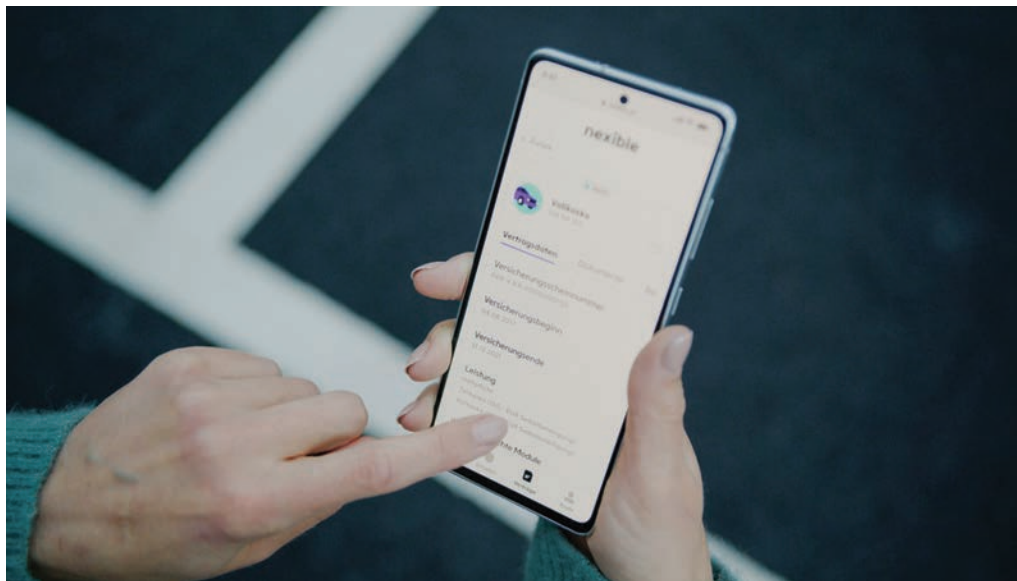
Um Vorgänge jeglicher Art automatisieren zu können, ist die ideale Speicherung, Verarbeitung und Analyse von großen Datenmengen notwendig. Dies ermöglicht Standardisierung, Messbarkeit und Ausführung von Services. „Konkret heißt das, dass Big-Data-Analysen beispielsweise die Risikobewertung bei Versicherungen verbessern. Des Weiteren tragen Fortschritte bei den auf maschinellem Lernen basierenden Algorithmen zur Verbesserung der Betrugserkennung bei“, erläutert Brebenaru den Nutzen. Während die

Ansprüche der Kunden sowie die Angebote selbst weiterwachsen, stehen Entwickler vor Herausforderungen in Bezug auf das Programmieren von neuen, zusätzlichen Funktionen. Daher sind sogenannte Low-Code-Plattformen derzeit im Kommen. Diese Entwicklungs-



„Es reicht nicht aus, einfach nur eine coole neue Technologie zu implementieren, wenn sie nicht mit einer verbesserten Customer-Journey verbunden ist.“

Valentina Brebenaru, CTO nexible



Auf dem Weg zur Verbesserung der Technologie ist es von entscheidender Bedeutung, die Bedürfnisse der Kunden nicht aus den Augen zu verlieren.

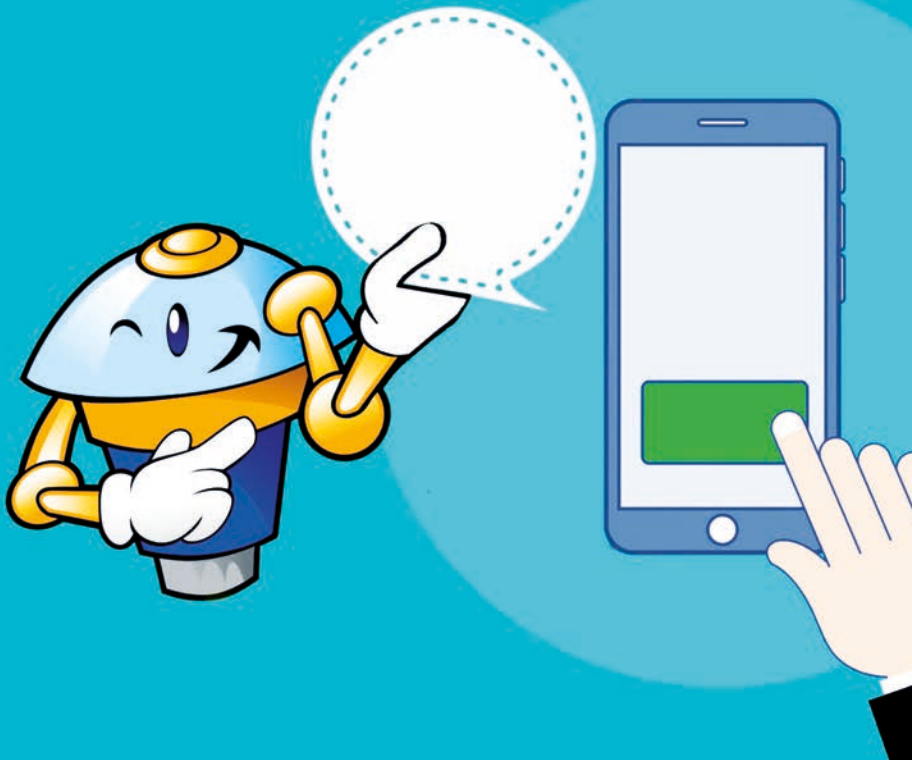
umgebung für Software verändert derzeit die Art und Weise, wie Versicherer ihre Plattformen entwickeln und nutzen; denn mit dieser Umstellung entfernt man sich von klassischen textbasierten Programmiersprachen und ersetzt diese mit visuellen Applikationsdesign-Werkzeugen und anderen grafischen Modellierungsverfahren. Damit können neue Funktionen viel leichter eingeführt werden.

TREND 2: AUTOMATISIERUNG IM SCHADENMANAGEMENT

Die Automatisierung im Bereich der Schadenabwicklung bewirkt insbesondere durch Kostenreduzierung eine bessere Chance am Versicherungsmarkt, weswegen dies ein wichtiges Segment für die meisten Anbieter ist. Im Kfz-Bereich könnte dies als Beispiel konkret bedeuten, mittels künstlicher Intelligenz Fotos von beschädigten Fahrzeugen so interpretieren zu können, dass automatisch eine Schadenanalyse erstellt wird. Auf dieser Grundlage können automatisiert Regulierungsentscheidungen getroffen

werden, um zum einen Kosten zu reduzieren und zum anderen den Kundinnen und Kunden eine rasche Schadenabwicklung zu bieten.

Nexible ist im Schadenbereich zwar noch nicht vollständig automatisiert, nutzt die unterschiedlichen digitalen Vorteile aber schon jetzt in den einzelnen Teilprozessen, von der Meldung bis zur Schließung des Schadenfalls. Jonas Boltz, Chef der digitalen Kfz-Versicherung, fügt hinzu: „Aktuell sind wir noch davon entfernt, dass KI vollständig zur Interpretation und Lösung bei allen Versicherungsfällen eingesetzt werden kann, jedoch lässt sich ein nexible-Schaden bereits unkompliziert und rein digital mit dem Smartphone erledigen“. Der Einsatz von smarten Softwarelösungen wirkt sich sowohl auf die Geschwindigkeit als auch auf die Wertigkeit der Schadenbearbeitung positiv aus. Unter dem Strich führt dies zwangsläufig auch zu einer Steigerung der Servicequalität. „Bestärkt werden wir in unseren Automationsbestrebungen auch stark von dem Verhalten der Österreicherinnen und Österreicher, die mehr und mehr digitale



Chatbots können den Kunden gezieltere und aussagekräftigere Inhalte und Informationsströme liefern.

Services in ihren Alltag integrieren und diese von ihrem Smartphone aus steuern“, wirft die Tech-Expertin ein und ergänzt: „Die Zukunft der Schadenbearbeitung werden keine Warteschleifen in Kundenhotlines sein, sondern vielmehr der Self-Service-Bereich auf der Homepage des Versicherers, in dem Kundinnen und Kunden rund um die Uhr Zugriff auf ihren Schadenfall haben und diesen selbst managen können.“

TREND 3: KI-GESTEUERTE KUNDENKOMMUNIKATION

Auf KI basierende digitale Kommunikationskanäle werden wegen ihrer Einfachheit und Schnelligkeit von vielen Kunden geschätzt. Die-

se müssen jedoch einwandfrei funktionieren. „Im Zuge der Implementierung von Chatbots haben in den vergangenen Jahren etliche Kunden schon einmal negative Erfahrungen damit gemacht“, meint Brebenaru und führt weiter aus: „Das lag vor allem daran, dass die Technologie nicht optimal auf die Bedürfnisse der User vorbereitet war. Das bedeutet, dass sie nicht die erwarteten Antworten lieferte.“

Heutzutage gibt eine verbesserte KI den Chatbots ein zweites Leben im digitalen Ökosystem, indem sie den Kunden gezieltere und aussagekräftigere Inhalte und Informationsströme liefern. Nexible wird sich im ersten Halbjahr 2022 besonders darauf konzentrieren, seine Chatbots



zu optimieren. „In Kombination damit testen wir auch Sprachroboter, die künftig einfache Kundenanliegen erledigen könnten. Derzeit werden unsere Voicebots ‚trainiert‘, um im System zu vermerken, welche Antworten auf gewisse Fragen gegeben werden sollen“, erklärt Brebenaru.

ZIELE UND MASSSTÄBE

Auf dem Weg zur Verbesserung der Technologie ist es von entscheidender Bedeutung, die Bedürfnisse der Kunden nicht aus den Augen zu verlieren: „Es reicht nicht aus, einfach nur eine coole neue Technologie zu implementieren, wenn sie nicht mit einer verbesserten Customer-

Journey verbunden ist. Deshalb beachten wir stets das Feedback, das uns Kunden zu neuen Funktionen geben. Es ist uns gelungen, eine sehr kurze Feedback-Kette für unsere Kunden einzubauen, in der wir deren Rückmeldungen bei Testläufen von Prototypen auf agile Art und Weise sammeln und umsetzen. So stellen wir sicher, dass wir bei der Implementierung von neuen Tools nicht in eine Entwicklung abdriften, bei der wir unsere Kunden auf dem Weg verlieren“, stellt Brebenaru klar.

Die Digitalexpertin sieht nexible in den nächsten fünf Jahren als Technologie-Benchmark, die Kunden eine große Vielfalt an Versicherungsprodukten und ein optimiertes digitales Erlebnis bietet. Wesentliche Meilensteine dabei sind das hohe Automatisierungsziel des InsurTechs und die daraus resultierende Schnelligkeit sowie ein konsequenter Vorstoß zur Senkung der Kosten. ■

INFO-BOX

Über nexible

Das InsurTech nexible ist Deutschlands erste voll-digitale Versicherung mit Sitz in Düsseldorf und seit 2017 auf dem Markt. Nexible bietet eine umfangreiche Kfz-Versicherung (Vollkasko, Teilkasko, Haftpflicht), eine Reiseversicherung im Bausteinprinzip und eine Zahnzusatzversicherung an. Seit April 2019 ist nexible auch in Österreich aktiv. Das Angebot beschränkt sich vorerst auf eine digitale Kfz-Haftpflichtversicherung. Die Versicherungen sind einfach, digital und fair: Sie richten sich an alle Menschen, die ihr Leben digital managen möchten. Dabei macht nexible ein transparentes und preislich attraktives Angebot. nexible ist eine 100-prozentige Tochter der ERGO Digital Ventures AG.

www.nexible.at

PATIENT IM MITTELPUNKT

Allein durch Videokonsultationen, E-Medikation und digitale Terminvergabe könnten in Österreichs Gesundheitssystem eine Million Arbeitsstunden eingespart werden. So das Ergebnis einer aktuellen Studie.

„Die Patienten wünschen sich mehr digitale Gesundheitsleistungen. Die Nachfrage ist größer als das Angebot. Das österreichische Gesundheitssystem befindet sich in einer guten Ausgangslage, muss aber rasch die digitale Transformation vorantreiben, um im internationalen Vergleich mithalten zu können“, erklärte Michael Zettel, Country Managing Director Accenture Österreich, bei der Präsentation der Accenture-Gesundheitsstudie „Der Patient im Mittelpunkt“ diesen Jänner.

DIGITALE AFFINITÄT STEIGT IN ALLEN ALTERSGRUPPEN

60 Prozent der Befragten wünschen sich virtuelle Arzttermine außerhalb der üblichen Öffnungszeiten, nach 18 Uhr oder an den Wochenenden. 57 Prozent der Patient:innen können sich virtuelle Befundbesprechungen vorstellen. Mit 74 Prozent nennt die Mehrheit kürzere Wartezeiten als den wichtigsten Vorteil von virtuellen Arztterminen. „Wir sehen in der Studie deutlich, dass es eine hohe Bereitschaft für virtuelle Leistungen gibt. Befundbesprechungen, Unterstützung bei chronischen Krankheiten, Erinnerung an

Medikamente und Arzttermine außerhalb der gängigen Öffnungszeiten sind jene Bereiche, die vielfach genannt wurden“, erklärt Philipp Krabb, der Studienprojektleiter von Accenture Österreich. Krabb ergänzt: „Gleichzeitig besteht eine geringe Bereitschaft für virtuelle Leistungen bei der jährlichen Vorsorgeuntersuchung, bei psychologischer Beratung, der Erfassung von Gesundheitsdaten und der Nachsorge nach Krankenhausaufenthalten.“

„Wir sehen in der Studie, dass die digitale Affinität bei allen Altersgruppen im Steigen ist. Heute nutzen 46 Prozent Wearables, 2020 waren es nur 39 Prozent. Wir erkennen auch hier den Digitalisierungsschub, den die Corona-Pandemie ausgelöst hat“, sagt Krabb. Dennoch werden heute 89 Prozent der Arzttermine vor Ort oder telefonisch vereinbart und nur vier Prozent auf digitalem Weg. 65 Prozent der Befragten kennen keine Gesundheits-Apps bzw. nutzen diese nicht.

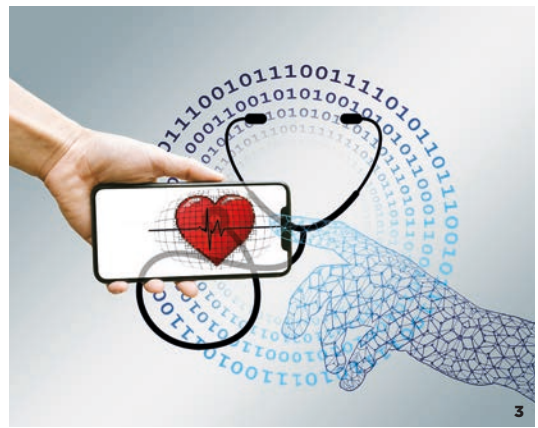
„Das sind zwei Werte, die zeigen, dass der Digitalisierungsgrad im österreichischen Gesundheitswesen gering ist“, erläutert Josef El-Rayes, Research Lead Accenture Österreich, die Studienergebnisse.



1



2



3

TEURES SYSTEM MIT INSELLÖSUNGEN

Das österreichische Gesundheitssystem hat einen vergleichsweise hohen Mitteleinsatz. 10,4 Prozent des BIP entfallen heute auf Gesundheitsausgaben. Im EU-Schnitt sind es 8,5 Prozent. „Österreich hat ein komplexes und wenig effizientes System mit vielen Insellösungen. Im E-Health-Index liegt Österreich mit einem Wert von 59 im Mittelfeld, weit abgeschlagen von Ländern wie Estland (81,9), Dänemark (72,5) und Spanien (71,4)“, betont El-Rayes. In Estland sind sämtliche Dienstleistungen und Anbieter an ein System angebunden. „E-Estonia hat eine standardisierte Lösung für den Informationsaustausch aller Gesundheitsdienstleister“, erzählt El-Rayes. In Dänemark gibt es mit sunded.dk die erste vollausgebaute E-Health-Plattform in Europa. Hier sind sämtliche Krankenhäuser, Ordinationen und Apotheken angebunden. Über die Plattform werden Terminbuchungen, Medikamentenverschreibungen, Behandlungsdetails, Patientenverfügungen und vieles mehr abgewickelt. „Mit der Digitalisierung können wir die Systemgrenzen aufheben und einen klaren Patientenfokus herstellen“, so El-Rayes. Teresa Herold, Gesundheitsexpertin bei Accenture Österreich, sieht die Gesundheitsplattform als Vision für das österreichische Gesundheitswesen: „Eine Gesundheitsplattform für Österreich fasst alle Gesundheitsleistungen an einem

Ort zusammen, und diese sind mit einem Klick 24/7 verfügbar. Ein Single Point of Access steht für ein Gesundheitsmanagement über alle Stationen hinweg. Gemäß einem One-Stop-Shop sind alle relevanten Angebote transparent an einer Stelle zu finden.“ Die Plattform begleitet und leitet durch die gesamte Patienten-Journey – von Präventionsangeboten über Arztbesuche, Behandlungen, Medikamentenmanagement bis zu Nachsorge und Verrechnung. „Diese ganzheitliche Lösung bietet Vorteile für alle Stakeholder: Gesundheitsdienstleister, öffentliche und private Versicherer und die Patientinnen und Patienten“, unterstreicht Herold.

ENORMES EINSPARUNGSPOTENZIAL

Eine digitale Gesundheitsplattform bietet nicht nur Nutzen-, sondern auch Kostenvorteile. „Die gesamtwirtschaftlichen Potenziale für die Verwaltung und die Wirtschaft sind enorm. Insgesamt können bis zu zwei Prozent des BIP an Kosten im Gesundheitssystem eingespart werden. Eine Gesundheitsplattform kann wesentlich dazu beitragen. Allein durch Videokonsultationen, E-Medikation und digitale Terminvergabe können eine Million Arbeitsstunden eingespart werden. Das ist hinsichtlich der angespannten Situation im medizinischen Bereich eine Entlastung, die es dringend braucht“, erklärt Zettel abschließend. ■

Fotos: Megan Rexazin/Pixabay (1), mcmurryjulie/Pixabay (2), Gerd Altmann/Pixabay (3)

FITNESS FÜR DEN GEIST

Mit einem datengetriebenen „Fitnesscenter für die Seele“, basierend auf modernsten wissenschaftlichen Ansätzen und Technologien, beugt Anima Mentis psychischer Erschöpfung vor und stärkt so die mentale Gesundheit der Kundinnen und Kunden.

Fitnessstudios sind aus dem Alltag vieler nicht mehr wegzudenken und tragen zu unserem körperlichen Wohlbefinden bei. Mentale Fitness wird jedoch oft noch vernachlässigt. Anima Mentis hat ein Angebot für Menschen entwickelt, die mentale Stärke und ein psychisches Wohlbefinden als wesentlichen Erfolgsfaktor ihrer privaten und beruflichen Lebensplanung erkannt haben.

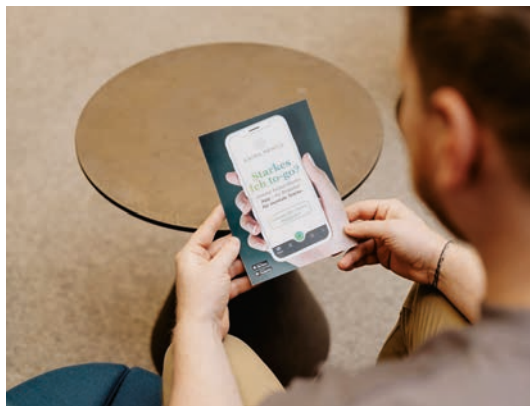
DAS „FITNESSCENTER FÜR DIE SEELE“ NUTZT KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Mit dem „Fitnesscenter für die Seele“ hat Anima Mentis in Zusammenarbeit mit der Paracelsus Universität auf Basis modernster medizinischer Methoden eine innovative Lösung entwickelt. Diese nutzt Daten und künstliche Intelligenz (KI), um Resilienz, Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit zu stärken und beispielsweise Burnout vorzubeugen. Die dahinterliegende Idee ist einfach: Wenn man weiß, wie eine Person auf verschiedene Reize und Ereignisse reagiert, kann man Vermutungen über zukünftige Verhaltensweisen in ähnlichen Situationen anstellen und sich auf diese vorbereiten.

Gemeinsam mit dem Innovationsdienstleister Zühlke Österreich wurden dazu eine App sowie eine cloudbasierte KI-Plattform entwickelt. Dadurch kann im hauseigenen Center,

aber auch mobil ein breites Spektrum biometrischer, medizinischer und kontextbezogener Daten schnell analysiert werden. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse dienen den Expert:innen als Ausgangsbasis, um einen maßgeschneiderten Behandlungsplan zu erstellen.

Mit Zühlke hat Anima Mentis einen Innovationspartner mit technologischer Expertise und Erfahrung im Health-Bereich gefunden. „Bei Zühlke legen wir großen Wert auf Datensicherheit. Das ist gerade im Gesundheitswesen besonders wichtig. Wir verwenden deshalb State-of-the-Art-Verschlüsselungen, angefangen von den plattformeigenen Standards von Microsoft bis hin zu selbst entwickelten Funktionen. Dadurch stellen wir sicher, dass alle



Durch die Anima-Mentis-App wird die Betreuung noch individueller.



Im Nature-360-Grad-Kino kann mithilfe der virtuellen österreichischen Natur real entspannt werden.

Daten und Prozesse stets geschützt sind“, betont Albert Frömel, Industry Lead Health and Life Sciences bei Zühlke Österreich. Kund:innen steht außerdem eine holografische Identifikationslösung zur Verfügung, auf die über einen QR-Code zugegriffen werden kann – so bleiben die Daten völlig anonym.

360-GRAD-BLICK AUF DIE PSYCHISCHE GESUNDHEIT – ANALOG UND DIGITAL

Die während den Sitzungen erhaltenen Daten liefern Erkenntnisse, wie Patient:innen auf verschiedene Szenarien, Situationen und Erfahrungen reagieren. Zusätzlich können Reaktionen, Emotionen und Parameter auch im Self-Service über die App mit den Expert:innen geteilt werden, wenn man sich nicht im Center befindet. Über die Verbindung der App mit Wearables können diese Daten mit zusätzlichen Vitalwerten angereichert werden.

„Dank der gesammelten Parameter können die medizinischen Expertinnen und Experten von Anima Mentis definieren, welche Situationen gut für einen sind und welche man besser vermeiden sollte“, erklärt Frömel. „Dies ebnet den Weg für einen personalisierten Behandlungsplan, der auf der Grundlage kontextbezogener und biometrischer Daten kontinuierlich angepasst werden kann. Sobald erste Alarmsignale schrillen, können daher sofort Gegenmaßnahmen ergriffen und Burnout und Co. vermieden werden.“

„Mit unserem gesamten Leistungsspektrum verfolgen wir ein Ziel: das Wohlbefinden und die mentale Stärke unserer Kundinnen und Kunden zu optimieren“, sagt Peter Kirschner, CEO von Anima Mentis und studierter Humanmediziner. „Wir wussten von Anfang an, dass wir das auf zwei Arten machen müssen: analog und digital.“

Fotos: Tim Wälker

ZEIT FÜR VERÄNDERUNG

Künstliche Intelligenz schlägt auch im Gesundheitswesen Wellen. Die Menschen möchten aktiv erfahren, wie sie gesund bleiben können. KI macht ihnen das leichter als je zuvor.

Wenn Ihnen künstliche Intelligenz (KI) kein Begriff ist, sollten Sie sich dringend einlesen. Und falls Sie nicht wenigstens versucht haben, KI in Ihr Geschäftsmodell einzubinden, dient Ihnen dieser Artikel vielleicht als Anstoß dazu. Obwohl das Konzept dahinter seinen Ursprung in der Technologiebranche hat, erfreut sich KI in vielen Branchen zunehmender Beliebtheit. Auch im Gesundheitswesen werden zusehends neue Wege eingeschlagen, die KI beinhalten. Obwohl sich die Technologie noch in einem relativ frühen Entwicklungsstadium befindet, schlägt sie Wellen im Gesundheitswesen.

„Suchmaschinen wissen nichts über die individuelle Krankengeschichte, über Allergien, über das persönliche Umfeld oder den Lebensstil.“

Dr. Baher Al Hakim, CEO Medicus AI

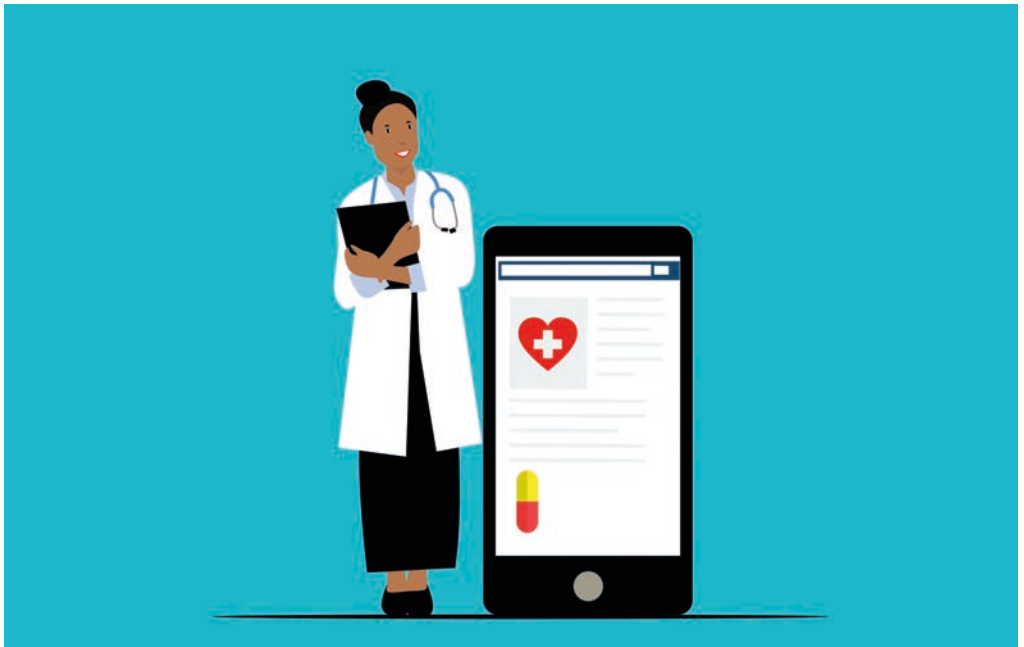
PATIENTEN-EMPOWERMENT MITTELS KI

Etwas, das mir und Medicus AI besonders am Herzen liegt, ist das sogenannte Patienten-Empowerment, das stark von der KI profitiert. Ohne zu sehr ins Detail zu gehen, dreht es sich beim Patienten-Empowerment darum, dass Menschen mehr Kontrolle über Entscheidungen und Handlungen erhalten, die ihre Gesundheit betreffen. Wenn Patienten mehr Macht über Entscheidungen erhalten, die sich auf die eigene

Gesundheit auswirken, haben sie automatisch mehr Kontrolle darüber. Das wiederum führt nachweislich zu besseren gesundheitlichen Ergebnissen, wie in einem White Paper von Bailo, Vergani und Pravettoni, veröffentlicht von den US National Institutes of Health, ausgeführt wurde. Dank KI wird der Weg zur Stärkung der Eigenverantwortung des Patienten von Tag zu Tag einfacher – eine low hanging fruit im immer größer werdenden Feld der Vorteile der KI.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND GESUNDHEITSKOMPETENZ

Das Patienten-Empowerment fußt auf den dynamischen Säulen des Gesundheitswesens, wie unter anderem der persönlichen Gesundheitskompetenz. Die Centers for Disease Control and Prevention (CDC) in den USA definieren persönliche Gesundheitskompetenz als „das Maß, in dem der Einzelne in der Lage ist, Informationen und Dienste zu finden, zu begreifen und zu nutzen, die nötig sind, um gesundheitsbezogene Entscheidungen und Maßnahmen für sich selbst und andere zu treffen bzw. zu ergreifen“. Man könnte annehmen, dass diese Definition überholt sei, dass im Zeitalter leistungsstarker Suchmaschinen wie Google jeder in der Lage sein müsste, ein paar Wörter einzugeben und sich umfassend zu informieren. Das ist zwar nicht unwahr, stellt aber eine allzu vereinfachte, irreführende Wahrnehmung der Realität dar. Natürlich „weiß“ Google so gut wie alles, aber genau darin liegt auch das Problem –



KI stärkt die Gesundheitskompetenz, indem sie die richtigen Informationen für Patienten so aufbereitet, sodass diese fundierte Entscheidungen treffen können.

denn Suchmaschinen überschwemmen den Patienten geradezu mit einer Flut an medizinischen Informationen. Die Ergebnisse können katastrophal sein. Patienten erhalten Unmengen von Informationen, die nicht auf ihren speziellen Fall zugeschnitten und teilweise nur schwer verständlich sind. Suchmaschinen wissen nichts über die individuelle Krankengeschichte, über Allergien, über das persönliche Umfeld oder den Lebensstil. Hier setzt die KI an: Sie hilft Patienten, sich in dieser Datenflut zurechtzufinden, indem sie das Patientenprofil analysiert und personalisierten Informationsaustausch bietet. Berücksichtigt wird dabei das Benutzerverhalten: Wie oft werden die Anwendungen und einzelne Features verwendet? Deshalb ist KI im Gesundheitswesen so wichtig. Sie stärkt die Gesundheitskompetenz, indem sie die richtigen und notwendigen Informationen für Patienten so aufbereitet, sodass diese fundierte Entscheidungen treffen können.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND MACHINE-LEARNING

In der „Early Stage“ ging es bei der KI primär darum, Computern eine Reihe von Regeln beizubringen und anschließend Probleme systematisch auf mathematische Weise zu lösen. Es handelte sich um einen Prozess, bei dem Daten gesammelt und Antworten auf der Grundlage zuvor eingegebener Gleichungen ermittelt wurden. Wenn man einem Computer beispielsweise beibrachte, dass Schokolade grundsätzlich braun ist, stufte er Schokolade immer als braun ein. Wenn man ihm nicht mitteilt, dass es auch weiße Schokolade gibt, fehlt diese Information, egal wie viele Tafeln weißer Schokolade man ihm vorlegt.

Im Zuge der Weiterentwicklung und der zunehmenden Beliebtheit der KI erwuchs daraus das maschinelle Lernen, das wir als Machine-Learning kennen. Eine Technologie, die derzeit zu rasanten Fortschritten der KI führt. Dabei



1

Künstliche Intelligenz hilft Patienten, sich in der medizinischen Datenflut zurechtzufinden.

handelt es sich zwar um eine KI-Methode, allerdings zeichnet sie sich durch ihre dynamischen Fähigkeiten aus und ist in der Lage, sich selbst und ihre Regeln zu verändern, wenn sie mehr Daten erhält, um so den Entscheidungsprozess zu verbessern. Damit überwindet Machine-Learning die Grenzen starrer Lösungen von Gleichungen auf Grundlage fester Regeln und kann selbst neue, umfassende Regeln entwickeln. Je mehr das System lernt, desto besser werden seine Antworten. In Anlehnung an das vorherige Beispiel wüssten Computer also, dass Schokolade braun ist, wären aber auch in der Lage zu erkennen, dass sie eine andere Farbe haben kann, wenn ihnen genügend Daten vorliegen. Die Technologie verwendet, was man ihr beibringt, lernt allerdings auch selbst dazu.

Beim Patienten-Empowerment geht es nicht darum, eine Form der KI einer anderen vorzuziehen. Es geht darum, diese Methoden zu kombinieren, um die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen. Es geht darum, Daten zu sammeln, Regeln aufzustellen, Änderungen nachzuvollziehen und es Systemen zu ermöglichen, sich auf Grundlage neuer, relevanter Erkenntnisse selbst zu verbessern.

Fotos: mohamed Hassan/Pixabay (1), Medicua AI (2)

DIE GUNST DER STUNDE

Kehren wir zur Realität zurück: In den vergangenen zwei Jahren war die Corona-Krise ein allgegenwärtiges und heikles Thema. Gleichzeitig hat die Pandemie das Bewusstsein für die eigene Gesundheit geschärft. Einer 2020 von GSK und IPSOS in vier europäischen Ländern durchgeführten Studie zufolge berücksichtigen 65 Prozent aller Menschen heute beim Treffen alltäglicher Entscheidungen mit größerer Wahrscheinlichkeit ihre Gesundheit. Mehr Menschen möchten wissen, welche Masken am besten sind, wie man gesund bleibt und wie sich bestimmte Krankheiten vermeiden lassen.

Zum Glück erleichtern das der digitale Wandel und künstliche Intelligenz erheblich. Dies zeigt sich auch an der zunehmenden Beliebtheit digitaler Gesundheitsdienstleistungen wie Telemedizin, Übermittlung persönlicher Testergebnisse über mobile Apps und anderer innovativer digitaler Technologien. Menschen möchten aktiv erfahren, wie sie gesund bleiben können. KI macht es ihnen leichter als je zuvor. Das ist eine hervorragende Entwicklung hin zu mehr Patienten-Empowerment, da es eine Stärkung des gesellschaftlichen Trends hin zu mehr Gesundheitskompetenz darstellt. Für das Gesundheitswesen bietet sich jetzt eine einmalige Gelegenheit, die wir ergreifen sollten, um die Eigenverantwortung der Patienten zu stärken, solange das gesellschaftliche Interesse, die globale Dynamik und innovative Technologien wie KI vorhanden sind. Jetzt ist es an der Zeit, Veränderungen vorzunehmen. Jetzt ist es an der Zeit, sich weiterzuentwickeln. ■

Dr. Baher Al Hakim

ist CEO von Medicus AI.

Nähere Informationen finden Sie unter www.medicus.ai.



2

Bis zu 12 Kerne auf der Hutschiene

Die Embedded-PC-Serie mit Server-Rechenleistung
und Intel®-Xeon®-D-Prozessoren



Die Embedded-PCs der Serie CX2000 definieren die Maßstäbe für Hutschienen-PCs neu. Mit 4, 8 oder sogar 12 Kernen, Task-Zykluszeiten pro Kern von 100 μ s und hoher Temperaturstabilität von -25 °C bis +50 °C bietet dieser Embedded-PC einen echten Leistungsschub im hochkomprimierten Format. Das Ergebnis: minimaler Footprint und höchste Steuerungsleistung auf der Hutschiene – ideal für leistungsintensive Automation- und Motion-Anwendungen.

- CPU-Varianten
 - CX2042: Intel® Xeon® D-1527 2,2 GHz, 4 Cores
 - CX2062: Intel® Xeon® D-1548 2,0 GHz, 8 Cores
 - CX2072: Intel® Xeon® D-1567 2,1 GHz, 12 Cores
- Arbeitsspeicher: 8 GB DDR4 RAM bis max. 32 GB DDR4 RAM
- Grafikkarte: separate GPU, 2 GB GDDR5
- Interfaces: 2 x GBit Ethernet, 4 x USB 3.0, 1 x DVI-I, 1 x Multi-Option
- I/O: modular erweiterbar mit Beckhoff Busklemmen und EtherCAT-Klemmen



Scannen und
alle Manycore-
CX-Vorteile
erleben

New Automation Technology **BECKHOFF**

Das 5G-Netz exklusiv auf Ihrem Firmenstandort

Um Lichtjahre voraus.
Um Bandbreiten schneller.



Campus
real 5G & Glasfaser

LINZ AG
TELEKOM

Wir sind Ihr 5G-Spezialist vor Ort und bieten alles aus einer Hand.

In Absprache mit Ihnen realisieren wir Ihr privates 5G-Campus-Netz – von der Installation bis zum Betrieb, inklusive Service und Management. So können Sie die optimale Infrastruktur zur Umsetzung von 5G-Anwendungen in Ihrem Unternehmen nutzen.

Wir sind bereit für die digitale Zukunft in Oberösterreich. Sie auch?
Tel. 0732/3400-9455, www.linzag-telekom.at