

TELEKOM | IT

03. AUSGABE 2023
27. JAHRGANG

Report

ENDE DER HIERARCHIE

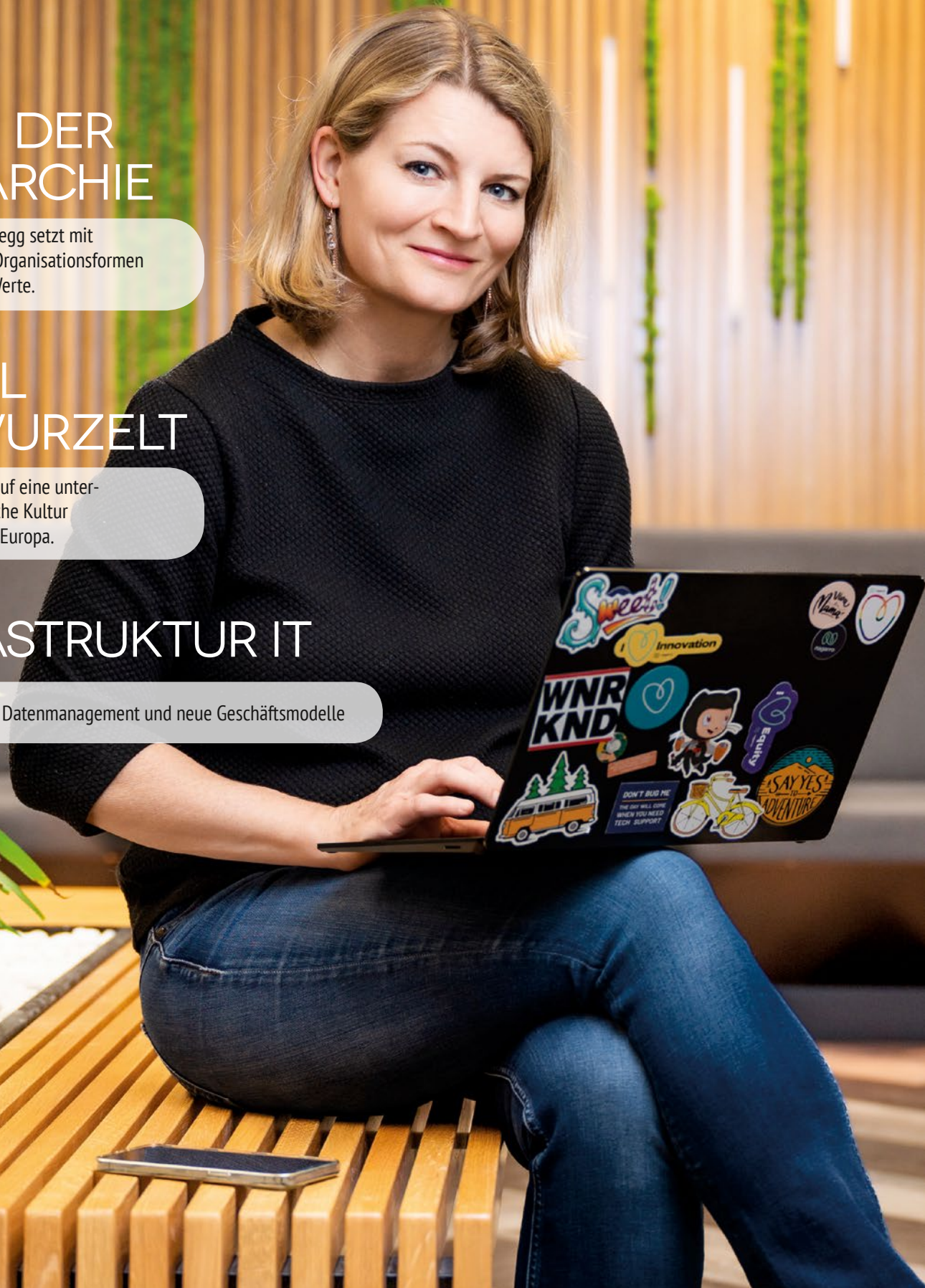
Vera Reichlin-Meldegg setzt mit Nagarro auf neue Organisationsformen und menschliche Werte.

LOKAL VERWURZELT

Huawei vertraut auf eine unternehmensfreundliche Kultur in Österreich und Europa.

INFRASTRUKTUR IT

Beste Beispiele für Datenmanagement und neue Geschäftsmodelle



The logo for Report & Verlag, featuring the word 'Report' in red, a small icon of a person with arms raised, and the word 'Verlag' in red.

Publikums-
gespräche

Enquete »Chance Bau«

Der große Event an der Schnittstelle von Politik und Wirtschaft. Diesmal mit den Schwerpunkten Compliance – die Folgen des Baukartells und wie man fairen Wettbewerb sichern kann – und Nachhaltigkeit – der steinige Weg von der Theorie in die Baupraxis.

Wann: 20. Juni, 15:30 bis 17:00

Wo: Talent Garden, Wien

Service design und digitaler Humanismus

Wie können das passende Design und die richtigen Prozesse die Kundenzufriedenheit und damit auch die Akzeptanz und Nutzung von Services verbessern? Eine Diskussion zu digitalem Humanismus und Technik.

Herbst 2023

Resilienz von Unternehmen – wie Organisationen krisenfest werden

Geopolitische Entwicklungen, Energiepreise, Klimawandel und Cybersicherheit: Das Gespräch zu Vorkehrungen für Resilienz fürs Business und das richtige Handeln im Ernstfall sowie zu Maßnahmen für die Widerstandsfähigkeit von Liefer- und Produktionsketten.

Herbst 2023



Aktuelle Informationen unter
www.report.at/mehr/reporttalk



Datenschutz als Schutzschild

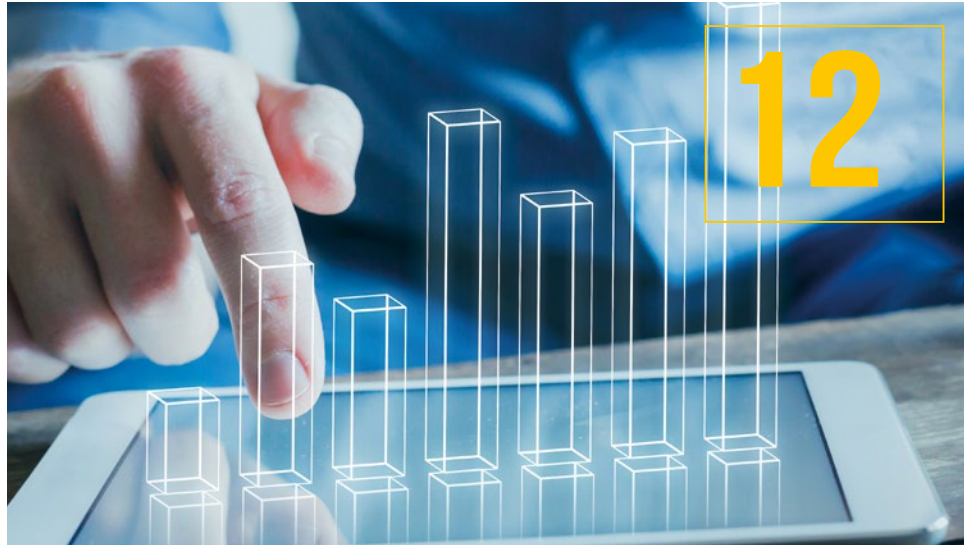
Es hat »nur« zehn Jahre gebraucht: Einer Gerichtsentscheidung des Europäischen Datenschutzausschusses zufolge muss Meta (ehemals Facebook) jede weitere Übermittlung personenbezogener Daten an die USA unterbinden, da das Unternehmen dortigen Überwachungsgesetzen unterliegt. Zudem wurde eine Rekordstrafe von 1,2 Milliarden Euro verhängt.

Die Datenschutzgrundverordnung war politisch gut gemeint – sie betont das Grundrecht von Menschen auf ihre persönlichen Daten. Vielfach, auch in Österreich, werden die DSGVO-Bestimmungen trotzdem gerne missverstanden. Die DSGVO wird als Ausrede für so ziemlich alles hergenommen, was technisch nicht sauber umgesetzt wurde oder in einem echten guten Kundenservice noch fehlt. Dass das nicht sein muss, beweisen jene Unternehmen, die das Thema bereits ernst nehmen.

Martin Szelgrad
Martin Szelgrad
 Chefredakteur

INHALT

TELEKOM UND IT REPORT



ABSTRAKTION DER INFRASTRUKTUR: Die Zukunft der IT liegt in Datenmodellen.

07

Karriere

Köpfe und Namen in der Branche

08

Trends und Fakten

Die Welt in Zahlen dargestellt



INTERVIEW: Feiyun Chen, Deputy CEO bei Huawei, über die Verantwortung für Menschen und Umwelt.

18

»Best of«

Projekte für Infrastruktur und Datenmanagement



COVER

Vera Reichlin-Meldegg: Bei Nagarro werden Rollen anders gelebt.

24

Geschäftssäule SAP

Services, Beratung und Trends in der wichtigen Systemwelt

36

Firmennews

Services und Projekte aus der Wirtschaft

39

Society

Die bunten Events und Feste der Branche

INSIDE

Was brisant ist und was Sie wissen müssen

Starkes Wachstum

Die Bechtle AG verzeichnete ein weiteres Rekordjahr und setzt seine Akquisitionsstrategie fort.

Das Geschäftsvolumen der Bechtle AG erhöhte sich im Vorjahr um 16,6 % auf 7.285,7 Millionen Euro. Damit wächst Bechtle erneut deutlich stärker als der Markt. Der Umsatz legte um 13,6 % auf 6.028,2 Millionen Euro deutlich zu. Zum 31. Dezember 2022 waren 14.046 Mitarbeitende bei Bechtle beschäftigt, das sind 1.166 Menschen mehr als im Vorjahr. Das Umsatzwachstum der Bechtle Gruppe war 2022 in allen Regionen und beiden Segmenten zweistellig. Die internationalen Gesellschaften konnten dabei – auch akquisitionsbedingt – besonders stark zulegen. Mit einer organischen Wachstumsrate von 11,7 % erwirtschaftete Bechtle den Großteil des Umsatzes aus eigener Kraft. Bechtle hat im Berichtsjahr drei Akquisitionen getätigt. Erstmals kamen Dienstleistungsunternehmen außerhalb der DACH-Region zur Bechtle Gruppe, und zwar in den Niederlanden sowie im Vereinigten Königreich. Heuer wurde die Akquisition eines weiteren IT-Unternehmens in London gemeldet.



Das Vorsteuerergebnis (EBT) konnte die Bechtle AG um 9,4 % auf 350,5 Mio. Euro steigern.

Dynatrace-Gründer Bernd Greifeneder rechnet weiterhin mit einem stabilen Mitarbeiterwachstum in Österreich.

UMSATZMILLIARDE ÜBERSPRUNGEN

Mit einem Jahresumsatz von 1,159 Milliarden Dollar hat der börsennotierte IT-Infrastruktur-Spezialist Dynatrace ein Rekordergebnis erreicht.

Der in Linz gegründete Weltmarktführer bei »Observability« und Security ist im Geschäftsjahr 2023 (das Ende März endete) um 29 Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen. »Die KI von Dynatrace erkennt nicht nur vollautomatisch, ob ein digitaler Dienst fehlerhaft oder langsam arbeitet, sondern warnt auch vor möglichen Sicherheitsrisiken und blockt aktiv Cyberangriffe ab. Sie liefert aus Milliarden von Möglichkeiten die exakte Ursache von Problemen oder Cyberberisiken und setzt deren Behebung transparent und vertrauenswürdig in Gange«, erklärt Dynatrace-Gründer

und CTO Bernd Greifeneder. Das von Greifeneder geleitete Forschungs- und Entwicklungsteam ist von 2022 bis 2023 von 1.200 auf 1400 Mitarbeiter*innen gewachsen. Damit beschäftigt Dynatrace von insgesamt 4.200 Mitarbeiter*innen weltweit ein Drittel im Bereich R&D. An den österreichischen Standorten in Linz, Wien, Graz, Innsbruck, Klagenfurt und Hagenberg sind insgesamt 1.100 Mitarbeiter*innen tätig. »Dass Dynatrace in der Forschung und Entwicklung vorwiegend auf Innovationskraft made in Austria setzt, untermauert, dass auch in Österreich Spitzentechnologie entwickelt wird.«

➔ Standort

Krisen und Investitionen

Anfang Mai fand ein Magenta T-Breakfast zur Fragestellung »Permanenter Krisenmodus oder stärkt uns jede Krise?« statt.



»Mit Milliardeninvestitionen in den Ausbau der Breitbandinfrastruktur im Festnetz und im Mobilfunk werden wir weiterhin einen führenden Beitrag zur digitalen Transformation leisten«, betont Werner Kraus, Magenta.

Die Makroökonomien Marcel Fratzscher und Gabriel Felbermayr diskutierten mit Gastgeber Werner Kraus, CCO Magenta Business, über die Auswirkungen und Chancen der vergangenen Krisen für die Wirtschaft in der EU und Österreich. »Die drei wichtigsten Herausforderungen, um als Gesellschaft und Wirtschaft zukunftsfit zu sein, sind die ökologische, digitale und soziale Transformation – hier sehen wir in Europa einen großen Vorteil, da wir auf eine starke Solidarität der einzelnen Länder und der Gesellschaft bauen können«, so Marcel Fratzscher. Durch derzeit noch viel zu geringe Investitionen in die Klima-

wende laufe Europa Gefahr, ins Hintertreffen zu geraten. »Die letzten Krisen haben sich auch im Telekommunikationsbereich widerspiegelt. Als kritische Infrastruktur sind wir gut durch diese Zeit gekommen«, so Kraus. »Magenta fokussiert auf seine Kernkompetenzen, um Unternehmen die Angst vor Digitalisierung zu nehmen. Wir treiben einen Diskurs und die Bewusstseinsbildung voran, dass wir nur als vernetztes ökonomisches System eine Chance in der Zukunft haben – denn Vernetzung macht uns als Gesellschaft und als Wirtschaftsstandort resilienter und krisenfester«, schließt Kraus.

➔

Award für »Gamechanger«

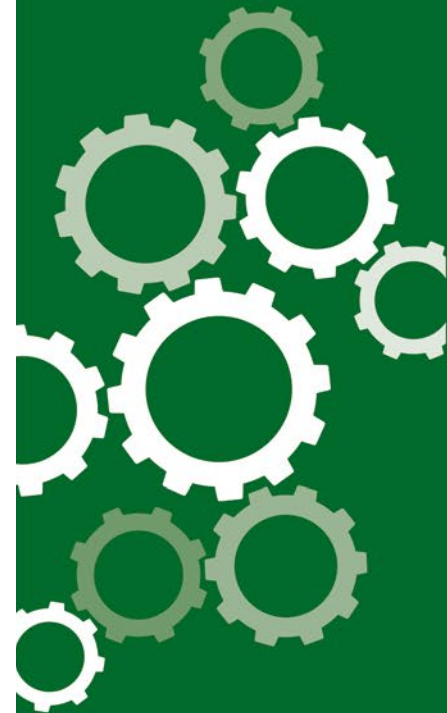
Enterprise-IT-Architekturmanagement ist heute die Basis für Effizienz und langfristigen Geschäftserfolg in sich zunehmend wandelnden Märkten. Know-how zu EAM für die Geschäftsarchitektur, Applikations- und Infrastrukturlandschaft ist zu einem »Gamechanger« für Unternehmen geworden. Am 26. April wurden bei der Fachkonferenz »Conect

Enterprise Architecture Management 2023« im Erste Campus in Wien aktuelle Vorzeigeprojekte und ihre engagierten Teams ausgezeichnet. Der »EAM Award« wurde bereits zum zweiten Mal verliehen. Eine Fachjury, bestehend aus dem IT-Management-Experten Ernst Tiemeyer, Andreas Pirkner (Erste Bank) und Bettina Hainschink (Conect) bewertete die eingereichten Bewerbungen. Preisträger heuer ist das Handelsunternehmen OTTO, dessen

IT-Team durch Merete Nevermann und Anne Laemmer in Wien vertreten war. Alexander Schmitz von der Wertgarantie Group hat in der Kategorie »EAM-Einführung« gewonnen. Von Nedim Dedić wurde das dritte siegreiche Projekt eingereicht, im Rahmen dessen die Architekturorganisation an die komplexe Organisationsstruktur der MIBA AG angegliedert wurde. Gelobt wurde die mustergültige Coaching-Rolle von Dedić als Leiter der Architektur.

DIE HYBRID CLOUD MIT NEXT LAYER.

Colocation
Kubernetes
Betriebsführung
Cloud Connect
Cloud Services



INDIVIDUELL
UND OPTIMAL
AUF EINANDER
ABGESTIMMT.

next
layer

We move your business
to the next layer.

www.nextlayer.at

KOMMENTAR

Was Meinung ist und wer Position bezieht



”

Oft werden im Service leider nur Prozesse befolgt, statt kundenorientiert zu beraten.

“

Moritz Meyer / Senior Project Manager / Horváth /
Bereich Banking & Financial Institutions.

Wie Banken den Wandel meistern

Von Banken und Sparkassen werden dringend Veränderungen erwartet. Doch der Wandel hat seine Tücken, und die Kundschaft ist anspruchsvoll wie nie zuvor.

In vielen Banken wird die Digitalisierung immer noch als technokratische Übung interpretiert. Doch die Transformation ist unvermeidbar, um Kunden zu halten. Denn diese erwarten von ihrer Bank, was sie aus anderen Dienstleistungsbranchen kennen: Service rund um die Uhr, und das am besten jetzt gleich.

Der beste Beleg für die geänderten Kundenerwartungen zeichnet sich im Erfolg der Direktbanken ab. Was den Onlinebanken jedoch fehlt, ist die Kundenbindung und das individuelle Kundenerlebnis. Retailbanken können hierzu die Stärken aus der Vergangenheit mit den Prozessen der Zukunft kombinieren. So lassen sich intern Effizienzen steigern und die Customer Experience verbessern.

Um Kunden zu begeistern, muss das Gesamterlebnis am Bankschalter – also die Erfahrung rund um die Beratung – strukturell verbessert werden. Hier reicht es nicht aus, den Wünschen der Kunden zu entsprechen. Vielmehr müssen ganzheitliche »Kundenreisen« modelliert werden, um die unterschiedlichen Bedürfnisse der Kunden anzusprechen – das müssen nicht unbedingt originäre Bankdienstleistungen sein. Entlang der Customer Journey sind attraktive Anknüpfungspunkte zu identifizieren, und die Wertschöpfungskette entsprechend der Kundenerwartung auszurichten. Je aufregender, flexibler und passender diese Kundenreise und die Touchpoints mit der Bank für den Kunden sind, desto öfter oder länger wird er dieses Erlebnis suchen und bereitwilliger einen Preis dafür zahlen.

ABLÄUFE KONSEQUENT DURCHDACHT

Im Zuge der Prozessanalyse kommt es unweigerlich auch zu einer Analyse des Geschäftsmodells. Hier sollte man nicht davor zurückschrecken, Abläufe neu zu interpretieren. Für zukunftsgerechte Lösungen muss jedenfalls »End-to-End« gedacht werden. Konsequenter transformierte Prozesse im Retailbanking beginnen mit einer App-basierten Antragsstrecke des Neukunden und enden mit der elektronischen Vorgangs- beziehungsweise Aktenarchivierung. Jedoch geht die digitale Transformation weit über die Prozessebene

hinaus. Die Ausgestaltung der Kundenprozesse muss sich ab sofort an den Bedürfnissen der jungen und digitalaffinen Nutzergruppen wie der Generation Z orientieren. Für diese Zielgruppen sind vollautomatisierte und technologisch clevere Abläufe mit Aha-Effekten selbstverständlich, ja sogar eine »Conditio sine qua non«.

Verwaltungstätigkeiten innerhalb der Kundenberatung sind idealerweise automatisiert, um dem Kundenberater Zeit und Kundennähe zu ermöglichen. Denn noch immer sind »Schalterbeamte« (was für ein veralteter Begriff) viel zu sehr im Kundengespräch damit beschäftigt, Prozesse zu befolgen, statt kundenorientiert zu beraten und den Prozess als Unterstützung zu erfahren. Nach wie vor und ebenso häufig fehlt es den künftigen Bankkunden an Möglichkeiten, die gewünschten Formalitäten und Prozesse im Self-Service zu durchlaufen. Die nächste Kundengeneration wird dies jedoch für alle Bankprodukte nachfragen. Daher ist es am besten, diese Zielgruppen gleich in die Erstellung der neuen Prozesse miteinzubeziehen.

Der Schlüssel zur erfolgreichen Transformation ist das organisatorische Setup. Gut geführte interdisziplinäre Teams sind dafür ein guter Anker. Es braucht verschiedene Perspektiven aus allen Bereichen der Bank, um den ganzheitlichen Anspruch und die Tiefe der Veränderung zu bewältigen. Da ist kein Platz für Silodenken, sondern eine Symbiose von Kompetenzen und Perspektiven gefragt.

Die Verantwortlichkeit zur Durchsetzung der Transformation könnte von einem eigens dafür nominierten Chief Digital Officer wahrgenommen werden. Eine solche Person sollte als Enabler der gesamten Organisation tätig sein – auch wenn die Transformation selbst Aufgabe jedes einzelnen Mitarbeiters ist. Der entsprechende Change muss jedenfalls vom gesamten Managementteam vorgelebt werden. Und noch eines: Eine flexibel skalierbare Technologie ist Grundvoraussetzung für die digitale Transformation. Sie schafft die notwendige Anpassungsfähigkeit mit kurzen Reaktionszeiten und nachvollziehbaren Kosten. So kann die Bank rasch auf Trends, Portfoliostrukturierungen und Veränderungen des Markts reagieren und Distributionskanäle an neue Kundenbedürfnisse anpassen. ■

General Manager



Erich Manzer wurde im März zum General Manager von Huawei Slowakei berufen. Davor hatte er verschiedene Leitungsfunktionen bei Huawei in Österreich inne – zuletzt als Deputy CEO.

Management



Die Microsoft-Managerin Traci Corazin (Bild) und der Start-up-Experte Caelen King erweitern das Management Board des steirischen IT-Spezialisten Beyond Now. Sie sollen das globale Wachstum vorantreiben.

Leitung



Der deutsche Netzwerkinfrastruktur- und Security-Ausrüster Lancom Systems hat Ewald Wendl zum Country Manager Österreich ernannt. Neuan Bord ist auch Andreas Reiter, der das Vertriebsteam als Enterprise Executive verstärkt.

Übergabe



Elvira Cejna und Nicolai Czink sind seit April für die Geschäftsführung bei Bacher Systems verantwortlich. Nach über 30 Jahren Tätigkeit hat Manfred Köteles die Unternehmensführung übergeben.

➔ Szene

Auszeichnung für IT-Manager*innen

Ende März wurden im Rahmen der Fachkonferenz »Confare CIO Summit« die CIOs des Jahres ausgezeichnet.



Barbara Klinka-Ghezso (Confare) mit Alexander Hochmeier (FACC Operations), Markus Kasinger (APG), Thomas Baach (Allianz Technology), Susanne Ebm (Flughafen Wien), Michael Ghezso (Confare) und Wolfgang Ehrenguber (Brau Union AG/Heineken).

Die »Confare CIOAward«-Preisträger*innen sind Susanne Ebm, CIO des Flughafens Wien AG, und Markus Kasinger, CIO bei Austrian Power Grid AG. Sie erhalten die Auszeichnung, da sie es trotz sehr hoher Verantwortung gegenüber Menschen und Gesellschaft geschafft haben, Innovation und Digitalisierung voranzutreiben, Nachhaltigkeit als Priorität einzuführen und dabei die höchste Stufe an Sicherheit zu gewährleisten.

Die »TopCIOs des Jahres 2023« sind Thomas Baach, Allianz Technology, Wolfgang Ehrenguber, Brau Union AG/Heineken und Alexander Hochmeier, FACC Operations. Übergeben wurden die Preise von Barbara Klinka-

ka-Ghezso, geschäftsführende Gesellschafterin von Confare, und Confare-Gründer Michael Ghezso gemeinsam mit EY-Partner Ali Aram. Verliehen wurden die Preise am CIO Summit in der METASTADT Wien. Der IT-Treffpunkt steckte in diesem Jahr voller Neuheiten. An beiden Tagen öffnete die Konferenz die Pforten erstmals für Schüler*innen mit dem exklusiven Programmpunkt. Ein Female IT-Mentoring sorgte für anregende Gespräche und Inspiration für Karrierestarterinnen der IT-Abteilungen Österreichs. Bislang war der CIO Award bei Confare männlich dominiert. Nun hat die IT-Community mit Susanne Ebm ein neues weibliches Role Model.

➔

Übernahme verkündet

In einer für viele überraschenden Meldung verlautbarte der IT-Dienstleister K-Businesscom (vormals Kapsch BusinessCom) Ende April seine Übernahme durch die deutsche Cancom-Gruppe. Aus den beiden IKT-Dienstleistern entsteht nun eines der größten Unternehmen im DACH-Raum mit über 5.600 Mitarbeiter*innen. Das börsennotierte Unternehmen Cancom erzielte mit 4.000 Mitarbeiter*innen an rund 60 Standorten in Deutschland, Österreich, Schweiz, Belgien und der Slowakei im Vorjahr einen Jahresumsatz von 1,3 Milliarden Euro. Die Österreicher*innen schrieben zuletzt einen Jahresumsatz von 520 Millionen Euro, die Führungsmannschaft bleibt an Bord: Jochen Borénich wird Vorstandsmitglied (CSO) der Cancom SE Gruppe, Franz Semmernegg bleibt CEO der KBC.

#FACT

→ 70 %

würden so viel Arbeit wie möglich an KI delegieren, um ihre Arbeitsbelastung zu verringern. 76 % würden KI gerne für Verwaltungsaufgaben einsetzen – ebenso für analytische (79 %) und sogar kreative Arbeiten (73 %). Menschen wünschen sich, mit KI die richtigen Informationen und Antworten zu finden (86 %), ihre Meetings und Aufgaben zusammenzufassen (80 %) und ihren Tag zu planen (77 %).

Quelle: »2023 Work Trend Index: Annual Report«, Microsoft

→ 300

Dollar pro Minute – ab dieser Summe werden bereits Deepfake-Videos angeboten. Cyberkriminelle bieten im Darknet zunehmend Dienste zur Erstellung an. Das Angebot reicht vom Anfertigen pornografischer Deepfakes zu Rachezwecken bis hin zur Simulation von Krypto-Streams, die für Scams bestimmt sind.

Quelle: Kaspersky Digital Footprint Intelligence

→ 4,9 MILLIARDEN

Der Fachverband UBIT der Wirtschaftskammer warnt vor den gravierenden Auswirkungen des IT-Fachkräftemangels auf die heimische Wirtschaft. Derzeit fehlen der österreichischen Wirtschaft bis zu rund 28.000 IT-Fachkräfte, allein 12.000 davon fehlen Unternehmen in der IT-Branche. Dies führt zu einem Wertschöpfungsverlust von bis zu 4,9 Milliarden Euro pro Jahr oder 175.000 Euro pro unbesetzter Stelle.

Quelle: »IKT-Statusreport 2022«, WKO, Industriewissenschaftliches Institut (IWI)

→ 1.100 MILLIARDEN

Dollar weltweit wurden im Vorjahr in »Clean Energy« investiert – ein Rekordwert. Zum ersten Mal waren die finanziellen Mittel für saubere Energie genauso hoch wie jene für fossile Brennstoffe. Die Investitionen beschreiben das Engagement von Unternehmen, Regierungen und Endverbraucher*innen für eine kohlenstoffarme Energiewende. Gleichzeitig bleiben die Investitionen hinter dem Ziel zurück, um das von der EU gesetzte Ziel »Netto-Null« bis 2050 zu erreichen.



78 %

der Unternehmen fühlen sich auf Ransomware-Angriffe vorbereitet – aber die Hälfte fällt ihnen trotzdem zum Opfer. Unternehmen, die bei der Sicherheit einen »Best of Breed«-Ansatz mit Einzelprodukten verfolgen, wurden im letzten Jahr häufiger von Ransomware erfolgreich angegriffen, ergab eine Studie von Fortinet.

Quelle: »The 2023 Global Ransomware Report«, Fortinet



→ 1 MILLION

Generell erhalten Unternehmen aus dem Fertigungssektor bei Ransomware-Attacks höhere Lösegeld-Forderungen als Firmen in anderen Branchen. Bei einem Viertel der Angriffe auf produzierende Unternehmen wurde ein Lösegeld von mindestens einer Million Dollar gefordert. Fast alle Firmen (88 %) haben eine Cyberversicherung, doch viele (40 %) erhielten nicht den erwarteten Versicherungsschutz.

Quelle: »The 2023 Global Ransomware Report«, Fortinet

→ 9

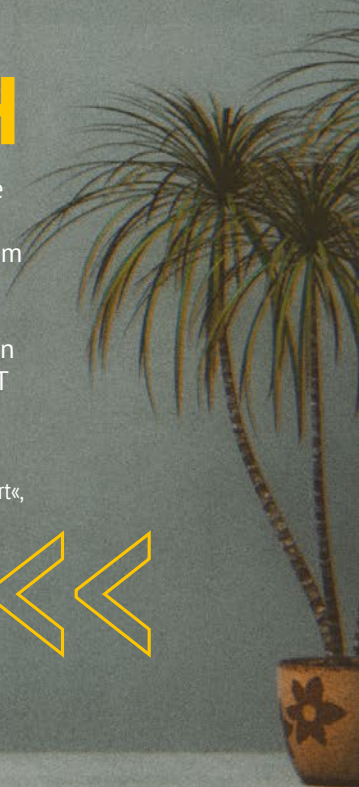
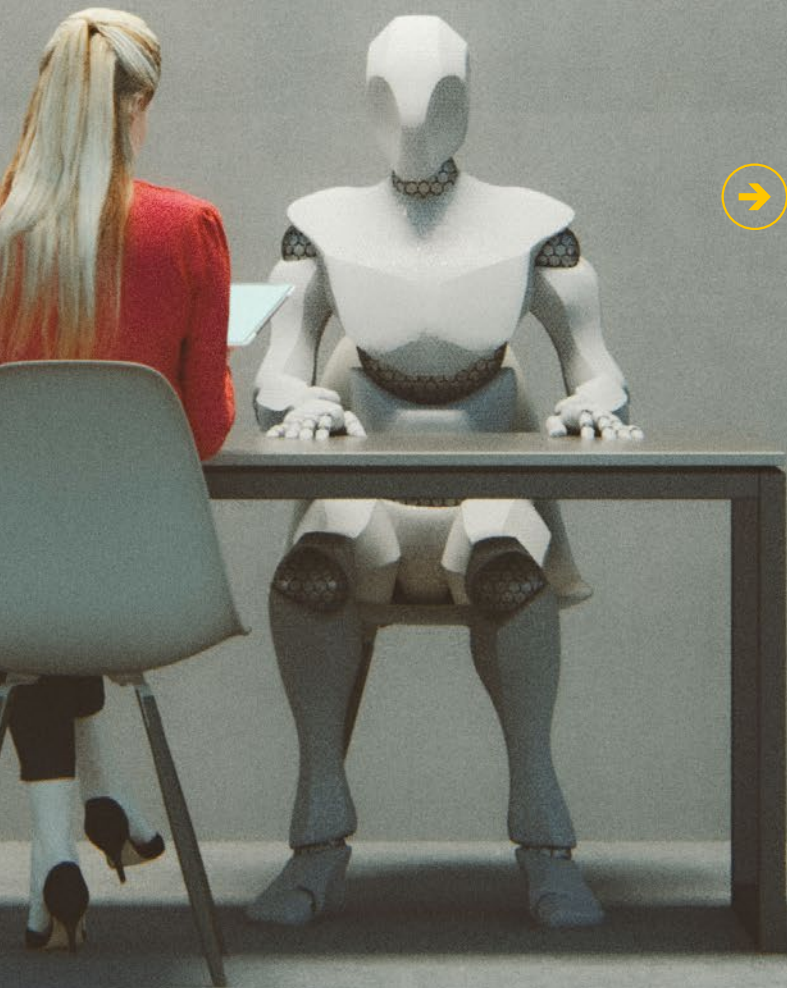
Jede Zahlung an Ransomware-Angreifer*innen finanziert neun zukünftige Angriffe: Eine Untersuchungen von Trend Micro zeigt, wie Cyberkriminelle agieren und ihre Aktivitäten finanzieren. Das Resultat: Nur zehn Prozent der von Ransomware betroffenen Unternehmen bezahlen tatsächlich ihre Erpresser*innen. Diese Zahlungen subventionieren jedoch weitere Angriffe.

Quelle: »What Decision Makers Need to Know About Ransomware Risk«, Trend Micro, Waratah.io

→ 33-FACH

82 % der befragten Führungskräfte erwarten, dass ihre Mitarbeiter*innen neue Fähigkeiten benötigen, um auf das Wachstum der KI vorbereitet zu sein. Aktuell gibt es 33-mal so viele LinkedIn-Beiträge, in denen Themen wie generative KI und GPT erwähnt werden, wie noch vor einem Jahr.

Quelle: »2023 Work Trend Index: Annual Report«, Microsoft



Win-win-Situation

Matthias Kraus, Geschäftsführer der Xpublisher GmbH, über die Entscheidungskriterien bei der Investorensuche und den Mehrwert einer strategischen Partnerschaft.

Wachstum – aber wie und mit wem? Vor diesen Fragen standen die Gründer der Xpublisher GmbH mit Sitz in München bei der Weiterentwicklung ihres Start-ups zum Scale-up (siehe Kasten). Xpublisher-Geschäftsführer Matthias Kraus erzählt über den Weg von der innovativen Geschäftsidee zur erfolgreichen strategischen Partnerschaft mit Fabasoft.



»Für größere wirtschaftliche Stabilität und Planbarkeit reicht ein reiner Finanzinvestor nicht aus.«

Matthias Kraus,
Xpublisher-Geschäftsführer



Über Xpublisher

➔ Die Xpublisher GmbH ist ein führender Anbieter im Multichannel-Publishing und bietet mit Xeditor und Xpublisher intuitive Produkte zur Erstellung, Verwaltung und automatisierten Publikation von Marketingmaterialien, Zeitschriften, Büchern und Dokumentationen an – digital und print. Xpublisher wurde 2009 gegründet und hat seinen Hauptsitz in München, Deutschland. Das Unternehmen betreibt eine Tochtergesellschaft in den USA und ist seit 2019 Teil der Fabasoft Gruppe. Zahlreiche führende internationale Unternehmen und Organisationen aus Verlagswesen, Luft- und Raumfahrt, Technologie, Bildung, Öffentlicher Verwaltung und vielen weiteren Branchen vertrauen bereits auf die Produkte von Xpublisher.

➔ Info: www.xpublisher.com

➔ Sie haben Xpublisher 2011 gegründet, welche zündende Idee führte zu diesem ambitionierten Schritt?

Matthias Kraus: Ich habe meine Begeisterung für IT schon früh erkannt und mich nach der Ausbildung zum Informatikkaufmann samt erster Berufserfahrung selbstständig gemacht. Als IT-Berater war ich viele Jahre für KMUs und Privatpersonen in den Bereichen Prozessoptimierung und Automatisierung sowie Website-Erstellung tätig. Dabei fiel mir auf, dass Verlage, Verbände und Industrieunternehmen Inhalte zunehmend auf verschiedenen Kanälen veröffentlichen. Kunden- und Teammagazine oder Kataloge erscheinen als Druckexemplare, E-Publikationen, in Social Media, Apps und auf Websites. Es fehlte jedoch ein leistungsfähiges Tool, mit dem sich der erstellte Content »wiederverwenden«, also effizient und automatisiert auf unterschiedlichsten Plattformen ausspielen lässt – Stichwort: Multichannel-Publishing. Und genau das wollte ich auf den Markt bringen, daher gründete ich 2011 mit meinem früheren Kollegen Thomas Werzmirzowsky die Xpublisher GmbH.

➔ Zu dieser Zeit gab es bereits Anbieter von Content-Management-Systemen. Wie ist es Ihnen gelungen, sich mit im Wettbewerb zu behaupten und zu etablieren?

Kraus: Thomas entwickelte und programmierte, ich nutzte mein Netzwerk und meine IT-Praxis, um Kunden für Xpublisher zu begeistern und Aufträge zu akquirieren. Wir hätten es uns damals damit einfacher machen können, nur Dienstleistungen anzubieten und so vergleichsweise schnell viel Geld zu verdienen. Aber wir wollten eigene, innovative Produkte kreieren. Und die waren anfangs in den USA sogar stärker gefragt als in Deutschland: Es gelang uns, einen Vertrag mit dem Executive Office of the President of the United States abzuschließen und eine Niederlassung vor Ort zu eröffnen. Rückblickend bestand die größte Herausforderung stets darin, unsere ehrgeizigen Ziele zu finanzieren. Lange bemühten wir uns, das im Alleingang zu schaffen. Bei einem Personalstand von mehr als 20 Beschäftigten erkannten wir, dass wir größere wirtschaftliche Stabilität und Planbarkeit benötigten, um voranzukommen. Dass dazu ein reiner Finanzinvestor nicht ausreichte, war uns bewusst. Und so starteten wir 2018 aktiv mit der Suche nach einem strategischen Partner.



Über Fabasoft

➔ Fabasoft zählt zu den führenden Softwareproduktunternehmen und Cloud-Dienstleistern für digitales Dokumenten-, Prozess- und Aktenmanagement in Europa. Mit dem einzigartigen Fabasoft PROCECO Ökosystem vereint Fabasoft leistungsstarke digitale Solutions für dokumentenintensive Geschäftsprozesse. Zahlreiche namhafte Privatunternehmen und Organisationen der öffentlichen Hand vertrauen seit mehr als drei Jahrzehnten auf die Qualität und Erfahrung von Fabasoft.

➔ Info: www.fabasoft.com.

➔ Unternehmer*innen auf dem Sprung vom Start-up zum Scale-up müssen sich früher oder später damit beschäftigen, ob sie einen Finanzinvestor oder einen strategischen Partner an Bord holen. Nach welchen Kriterien haben Sie Ihre Wahl getroffen?

Kraus: Wir wollten einen Partner, der uns nicht nur finanziell, sondern auch strategisch weiterbringt. Ausschlaggebende Faktoren waren Know-how, Kontakte sowie Hilfestellung bei der Aufbau- und Ablauforganisation, beim Recruiting, bei Zertifizierungen und natürlich bei der Kundengewinnung. Eine auf Dauer ausgerichtete strategische Beteiligung bietet einen erheblichen ökonomischen Mehrwert für beide Seiten, stellt also eine Win-win-Situation dar. Das setzt einerseits Vertrauen und gegenseitige Wertschätzung voraus, andererseits müssen die Produkte zusammenpassen und einander perfekt ergänzen – so wie das im Fabasoft PROCECO Ökosystem der Fall ist.

➔ Warum fiel Ihre Entscheidung auf Fabasoft als strategischen Partner und welches Resümee ziehen Sie bis jetzt aus der gemeinsamen Zeit?

Kraus: Fabasoft hob sich als starke, in unseren Zielmärkten bekannte und führende Marke hervor. Der börsennotierte Softwarehersteller und Cloud-Dienstleister

aus Linz überzeugte uns durch das enorme Know-how, das hervorragende Netzwerk und die modernste Technologie – und stieg 2019 als strategischer Partner mehrheitlich bei Xpublisher ein. Seither arbeiten wir auf Augenhöhe zusammen und sehen den Unternehmenserfolg als unsere gemeinsame Aufgabe. Wir streben mit unseren Produkten Xpublisher und Xeditor die Marktführerschaft im Multichannel-Publishing an. Dazu braucht es neben Wachstum auch Nachhaltigkeit – und dabei profitieren wir besonders von Fabasoft. Wir konnten eine signifikante Umsatzsteigerung erwirtschaften, weil wir unter anderem unsere Software im PROCECO Ökosystem auf Basis der vielfach zertifizierten Fabasoft Cloud neu entwickelten. Das hätten wir allein niemals erreicht.

➔ Was raten Sie Unternehmer*innen, welche – so wie Sie – die Wachstumsphase erfolgreich meistern wollen?

Kraus: Nicht zu lange damit warten, eine strategische Beteiligung einzugehen. Nur mit der Expertise und der »Infrastruktur« eines starken Partners gelingt es, schnell auf ein höheres Level zu kommen und gemeinsam neue Entwicklungs- und Expansions-sprünge zu schaffen. Daraus ergibt sich ein wechselseitiger Nutzen: Scale-ups können durch die Kooperation ihre Ideen auf allen Linien vorantreiben und wirtschaftlich sehr erfolgreich werden. Etablierte Unternehmen haben die Chance, ihre Innovationskraft zu erhöhen und ihre Zukunftsfähigkeit abzusichern. Aus Ökosystemen wie Fabasoft PROCECO ergeben sich durch die verschiedenen, aufeinander abgestimmten Solutions und die einander ergänzenden Ressourcen entscheidende Wettbewerbsvorteile für alle Partner. Und diese genießen wir nunmehr seit 2019 als Teil der Fabasoft Gruppe. ■



Start-up vs. Scale-up

Start-ups sind junge, noch nicht etablierte Unternehmen mit einem innovativen, wachstumsorientierten Geschäftsmodell. Bei Scale-ups handelt es sich um Unternehmen, die über einen Zeitraum von drei Jahren mindestens 20 Prozent Umsatz- und Personalwachstum pro Jahr verzeichnen.



»Der freie Austausch von Daten in neuen Ökosystemen ist ein Motor für Innovation«, ist Zühlke-Experte Christian Strohmayer überzeugt.



Info



Studie »Wie Radikale Innovation gelingt«, Zühlke 2023

zuehlke.com/de/radical-innovation

Power durch Datenaustausch

Datenökosysteme unterstützen Unternehmen beim Umsetzen neuer Angebote. Innovationsdienstleisterin Zühlke liefert dazu Beispiele.

Sie ermöglichen neue Geschäftsmodelle, innovative Arbeitsmethoden und Lösungen für Probleme, die ohne offenen und transparenten Datenfluss gar nicht identifizierbar wären: Datenökosysteme unterscheiden sich von den klassischen B2B-Modellen der Datennutzung, da der Fokus auf der offenen Zusammenarbeit liegt und nicht auf dem Handel mit Daten, von dem nur jeweils eine Seite profitiert. »Unternehmen müssen ein Mindset der Dezentralisierung entwickeln und Grenzen aufbrechen, um den Datenaustausch zwischen den Unternehmen zu ermöglichen«, empfiehlt dazu Christian Strohmayer, Industrial Innovation Manager bei Zühlke Österreich. Mit einem solchen Ökosystem ließen sich Probleme lösen »wie ein Puzzle, dessen Teile an eine Gruppe von Personen verteilt sind«, so der Experte.

Auch Behörden und Gewerbe setzen bereits auf diesen Ansatz, der neuen Mehrwert liefern soll. Eine Studie des BCG Henderson Institute zeigt, dass sich über die Hälfte der größten Unternehmen der Welt aktiv an Datenökosystemmodellen beteiligen. Es sind zum Beispiel Gesundheits-

dienstleister, die Daten mit Kommunalverwaltungen austauschen, um gefährdete Bevölkerungsgruppen zu identifizieren. Oder Versicherungs- und Straßenbauunternehmen, die Daten zur Identifizierung von Unfallstellen austauschen. So stellte die britische Regierung vor Kurzem die geplante Einführung einer neuen digitalen Karte des gesamten unterirdischen Strom-, Gas- und Wasserleitungsnetzes vor, um Störungen schneller beheben zu können. Es ist ein Beispiel für die Kombination von Informationsquellen privatwirtschaftlicher und öffentlicher Beteiligter.

Ein aktuelles Projektbeispiel, ebenfalls in UK, ist die »Electric Vehicle Infrastructure Investor App« von Zühlke – ein Proof-of-Concept, um mithilfe kombinierter Daten aus Quellen zu Transport, Energie und Geografie aufzuzeigen, wo Ladestationen für Elektrofahrzeuge künftig am dringendsten benötigt werden. Die App erstellt eine Karte zur E-Fahrzeug-Verkehrsdichte, die sich mit Faktoren wie Witterung, Jahreszeit, Verkehrslage und sogar Fahrfahrplänen kombinieren lässt. Mit der bestmöglichen Verteilung und gar Vermeidung

von Leistungsspitzen in den lokalen Stromnetzen kann der Ausbau der Ladeinfrastruktur für Elektromobilität ressourcenschonend vorangetrieben werden.

ENABLER FÜR VERÄNDERUNG

Die strategische Nutzung und der Austausch von Daten verändert nicht nur die Zusammenarbeit und den Austausch über Unternehmens- und Branchengrenzen hinweg. Sie hat auch großen Einfluss auf Produktverständnis und die Schaffung neuer Geschäftsmodelle, insbesondere von produzierenden Unternehmen. Über kurz oder lang ist dort die Transformation vom Produkthersteller zum Anbieter digitaler oder hybrider Services gefordert. Das aber benötigt tiefgreifende Veränderungen in der Gesamtorganisation: Radikale Innovationen haben Auswirkungen auf mehrere sich überschneidende Bereiche. Dazu gehören die Art und Weise, wie das Unternehmen Geld verdient, wie es Entscheidungen trifft, oder welche Ressourcen und welche Fähigkeiten am meisten benötigt werden.

Wie Unternehmen derart radikale Veränderungen erfolgreich umsetzen können, hat Zühlke in der Studie »Wie Radikale Innovation gelingt« untersucht (Kasten) und liefert ein Beispiel: Die STIHL Gruppe ist seit über 90 Jahren führender Anbieter im Bereich Motor- und Gartengeräte. Das Kerngeschäft lag bisher im Vertrieb der Geräte. Gemeinsam mit Zühlke hat das Unternehmen ein cloudbasiertes Flottenmanagement-Portal realisiert. Es bietet Informationen zu Einsatzzeiten, Umgebungsbedingungen, Füll- und Ladestand sowie umfangreiche Leistungsanalysen.

STIHL erweitert damit seine Value Proposition und bietet Kund*innen digitalen Mehrwert: Sie haben Überblick über ihren Gerätepark, können Arbeitseinsätze optimal planen, Reparaturen beauftragen und sogar Maschinen anderer Hersteller einbinden. Gleichzeitig erhalten die Expert*innen von STIHL einen direkten digitalen Kanal zu den Produktnutzenden und können dennoch an der dezentralen Vertriebsstruktur festhalten.

Symbiose zweier Welten

Realität und Digitales werden künftig stärker miteinander verschmelzen, meint Christian Winkelhofer, Managing Director für neue Technologien von Accenture Österreich.

TEXT | SARAH BLOOS



Die Verbreitung einer digitalen Identität für Personen und Dinge steht erst am Anfang, betont Christian Winkelhofer: »Wir müssen zuerst hinterfragen, welche Funktion eine derartige Identität überhaupt erfüllen muss.«

Vergangenes Jahr war das Metaverse noch in aller Munde – dieses Jahr holt die Technologieberatung Accenture in ihrer Zukunftsstudie »Tech Vision 2023« die physische Welt zurück ins Scheinwerferlicht.

Schon seit jeher verschiebt der technische Fortschritt die Grenzen der menschlichen Leistungsfähigkeit. Generative KIs wie ChatGPT haben laut Accenture-Studie schon heute das Potenzial, die globale Wertschöpfung um sieben Prozent zu steigern. Allein in den letzten fünf Jahren hat sich die Performanz von KI exponentiell verbessert. Auch das Einsatzspektrum erweitert sich: Gab es zuvor hauptsächlich spezialisierte Modelle, können heutige KIs bereits eine Reihe unterschiedlichster Tätigkeiten übernehmen.

Dieses Potenzial hat auch die Wirtschaft erkannt. Rund 42 Prozent der für die Tech-Vision befragten internationalen Entscheider*innen plant bereits konkrete Investments in ChatGPT. In Österreich ist die Stimmung besonders optimistisch:

Hier sehen rund 99 Prozent der Führungskräfte künstliche Intelligenz als langfristige elementare Bestandteil ihrer Strategie.

Mit der zunehmenden Verschränkung von Realität und Digitalem wird aber auch die »Digitale Identität« immer wichtiger. Allein aus praktischen Gründen bietet es sich an, verschiedene Online-Identitäten zusammenzuführen, um den Datenaustausch zu beschleunigen. Eine E-Mail-Adresse reiche dafür in Zukunft nicht mehr aus, erklärt Christian Winkelhofer, Managing Director für neue Technologien bei Accenture Österreich: »In Österreich gibt es schon einige passable Umsetzungen, zum Beispiel die eID, die von der Verwaltung zur Verfügung gestellt wird.« Künftig brauche jede Person eine einzelne eigene Identität im digitalen Raum, sagt er.

Elementar sind dabei gute Aufklärung, ausdrückliche Zustimmung und strenge Datenschutzrichtlinien, um private Daten zu schützen – die EU arbeitet bereits an einem Regelwerk. Inwieweit solche Daten von der Wirtschaft verwendet werden dürfen, bleibt abzuwarten.

Schneller könnte es bei der digitalen Identität von Dingen gehen – hier treibt und bremst der technologische Fortschritt. Ein Beispielfall ist die eigene Solaranlage, die zurück ins öffentliche Netz speist: Netzbetreiber und Produzent*in müssen messen, ob und wie viel Strom erzeugt wird, um den Betrag richtig zuzuordnen. Hierzu benötigen sie die digitale Identität des Geräts.

DATEN UND TRANSPARENZ

Um Daten nutzbar zu machen, muss man sie zunächst sammeln. Viele Datensammlungen liegen allerdings nicht in einer digitalen Form vor – oder nicht unbedingt in einer Form, in der man sie weiterverwerten kann – das Stichwort lautet hier Open Data. Dabei können gut gepflegte, offene und transparente Daten die Grundlage für neue Geschäftsmodelle bilden: So beispielsweise bei der Logistikplattform Xeneta, welche öffentlich verfügbare Daten zu Frachtrouten aggregiert, anreicht und neu bewertet, und so Auskunft über Logistikketten und Auslastung geben kann – wichtige Informationen für Unternehmen im Bereich Supply Chain.

Ein anderes Beispiel ist das Grazer Scale-up smaXtec, das mittels Sensoren wichtige Gesundheitsparameter von Kühen trackt und Landwirten so hilft, frühzeitig zu erkennen, ob eine Kuh krank wird. Der Sensor – ein sogenannter Bolus – misst aus dem Magen der Kuh heraus die Körpertemperatur, Fress- und Trinkverhalten und ihre Bewegungsaktivität. Eine KI wertet die Daten anschließend aus und kann aufkommende Krankheiten drei bis fünf Tage früher erkennen – sodass der*die Landwirt*in schnell Maßnahmen ergreifen kann. So hat das Unternehmen bereits über 300.000 Kühe erfasst.

»Daten haben in Österreich überdurchschnittlich an Bedeutung gewonnen«, erklärt Accenture-Manager Winkelhofer, »wir nehmen an, dass das ein gewisser Nachholeffekt ist.« Zu diesem Thema gehört seiner Ansicht nach aber auch: Wer seinen Kund*innen Datensicherheit garantieren kann und darüber hinaus Transparenz schafft, welche Daten gesammelt und wofür sie verwendet werden, schafft Vertrauen. »Und wer Vertrauen schafft, hat ganz klar einen Wettbewerbsvorteil.«

UNSERE TEAMS WISSEN SELBST AM BESTEN, WIE SIE ARBEITEN WOLLEN

adesso adressiert Kunden in der öffentlichen Verwaltung, Industrie und Finanzwirtschaft. Geschäftsführer Reto Pazderka spricht über das Wachstum des Digitalisierungsdienstleisters im Portfolio und neue Standorte in Österreich.

☞ Welche Erwartungen haben Sie für das laufende Geschäftsjahr? Wie geht es adesso in Österreich?

Reto Pazderka: Trotz der besonderen Herausforderungen der Pandemie und ihren Folgen hatten wir in den vergangenen vier, fünf Jahren stets unsere Ziele erfüllt und rund 20 Prozent Wachstum im Jahresdurchschnitt. 2022 hat adesso Austria knapp 16 Millionen Euro Umsatz gemacht. Das entspricht ebenso unserem Wachstum in der Mitarbeiterzahl auf mittlerweile über 100 »adesso«. Uns ist wichtig, trotz des Tempos gesund und profitabel zu bleiben. Unser Zielkorridor für die EBIT-Marge ist zwischen acht und zehn Prozent, den haben wir auch 2022 gut getroffen.

☞ Sie haben im Vorjahr einen Standort in Graz eröffnet. Ist das Wachstum in Mitarbeiter*innen vor allem durch die Präsenz in der Steiermark gegeben?

Pazderka: Es waren beide Standorte involviert, Wien und Graz – wobei wir uns natürlich am neuen Standort besonders bemüht haben. Während neue Mitarbeiter*innen in Wien auf einen laufenden Betrieb mit entsprechenden Teamstrukturen stoßen, haben wir in Graz zunächst mit dem Standortleiter Robin Vorauer begonnen und sind bis Ende 2022 auf ein Team von acht Leuten gewachsen. Geholfen haben uns hier sicherlich sehr flexible Homeoffice-Regelungen und die standortübergreifende, gemeinsame Arbeit. Aber wir haben gesehen: Gerade beim Aufbau eines Standorts sind auch Räumlichkeiten vor Ort wichtig. Bislang in einem Shared-Space in der Grazer Innenstadt eingemietet, wird adesso Anfang Juli ein eigenes Büro mit 400 Quadratmetern Größe im neuen Smart Tower beziehen, in unmittelbarer Nähe des Grazer Hauptbahnhofs.



Reto Pazderka will mit adesso auch von Graz aus die heimische Industrie mit Digitalisierungsservices ansprechen.

☞ Welches Konzept des hybriden Arbeitens hat sich nach den Pandemie Jahren aus Ihrer Sicht gut durchgesetzt?

Pazderka: In der IT-Branche ist das Konzept des fixen Arbeitsortes in den Hintergrund getreten, dennoch haben die meisten Unternehmen Regeln für eine bestimmte Anzahl an Bürotagen eingeführt. Ich glaube, dass es schwer ist, sie einzuhalten. Bei uns gibt es keine allgemeine Verpflichtung, ins Büro zu kommen. Wir haben nach wie vor einen intensiven Homeoffice-Anteil. Die Anwesenheit in den Projekten wird den jeweiligen Projektteams in Eigenverantwortung überlassen, die ja selbst am besten wissen, wie sie arbeiten wollen. Natürlich sind alle eingeladen, ins Büro zu kommen, und es haben sich auch gewisse gemeinsame Teamtage vor Ort etabliert. Aber wir geben nicht denselben Rhythmus für alle vor. Auch unsere Kunden sind hier

sehr unterschiedlich aufgestellt, wir müssen uns dem natürlich anpassen.

☞ Wie ist dabei das Onboarding von Mitarbeiter*innen gestaltet?

Pazderka: Das ist ein wichtiges Thema. Wir bemühen uns, bereits in den ersten Arbeitstagen den Erwartungen zu entsprechen, die nach den Vorgesprächen unsere neuen Mitarbeiter*innen an uns haben. Sie bekommen einen »Buddy« zur Seite gestellt – Kolleg*innen, die teilweise aus völlig anderen Aufgabenbereichen kommen.

adesso hat für den Onboarding-Prozess eigens eine App entwickelt, die vor allem auf administrative Themen eingeht. Diese Prozesse müssen aber auch gelebt werden, worauf wir beim Begleiten unserer neuen Kolleg*innen eingehen. An sogenannten Onboarding-Ta-

BEIM AUFBAU EINES STANDORTS SIND AUCH RÄUMLICHKEITEN WICHTIG.

gen hat man dann auch die Möglichkeit, die Geschäftsführung in einem ausführlichen Gespräch persönlich kennenzulernen. Wir legen großen Wert auf einen guten Umgang miteinander. Ich denke, ganz aussagekräftig ist, dass manche bereits nach wenigen Monaten an Bord selbst Buddies für Neue sein wollen – und das auch tun. Sie kennen vielleicht nicht jedes Detail des Unternehmens, fühlen sich aber bereits als Teil davon. Das Onboarding ist eigentlich eine der schönsten Aufgaben bei uns geworden. Wir bekommen gutes Feedback, verbessern uns aber auch ständig.

☞ In welchen Segmenten ist adesso in Österreich tätig? Wie geht es Ihren Kunden?

Pazderka: Wir haben einen großen Schwerpunkt im Public Bereich mit über 50 Prozent unseres Geschäfts mit öffentlichen Auftraggebern. Zu unseren Kunden zählen ebenso Versicherungen und seit der Eröffnung des Standorts Graz im Jahr 2022 auch die Industrie. Es ist ein stabiles Geschäft, doch eine große Hurra-Stimmung merken wir in diesen Segmenten nicht. Momentan herrscht eine gewisse Zurückhaltung. Als IT-Dienstleistungsunternehmen haben wir auch mit der kollektivvertraglichen Anpassung der Gehälter die Herausforderung, das einzupreisen. Wir gehen jedenfalls mit einem gesunden Respekt vor dieser Situation ins laufende Jahr.

Sorgen müssen wir uns mit unserem breiten Leistungsportfolio aber nicht machen. Wenn die anderen Quartale so gut laufen, wie das erste, bin ich hochzufrieden. Als Dienstleister passt man sich ohnehin der jeweiligen Situation an und vor allem der öffentliche Bereich ist immer noch krisenfest in Österreich.

☞ Welchen Digitalisierungsbedarf hat die Verwaltung, auch in Hinblick auf eine kommende Personalknappheit in den nächsten Jahren?

Pazderka: Der Bedarf ist weiterhin groß, in Richtung moderne Services für Bürger*innen und Unternehmen, bei den künftig knapperen Personalressourcen, aber auch – und das halte ich für sehr wichtig – für die Attraktivität als Arbeitgeber. Der Public Bereich bietet fachlich total spannende Projekte, die wertvoll für die Gesell-

schaft sind. Talente finden bei uns beides: Wir bieten als Partner und Dienstleister für öffentliche Institutionen das ideale Umfeld in einer fokussierten Technologiebranche mit Projekten zum Wohle der Allgemeinheit. Davon profitieren dann auch die Behörden oder auch Banken. Sie können gemeinsam mit uns Dinge umsetzen, die sie vielleicht aus dem Tagesgeschäft heraus nicht stemmen würden. Eine in den Prozessen effiziente, bürgerfreundliche Umsetzung von etwa einem Heizkostenzuschuss oder die Beantragung von Pflegegeld – das hat einen echten Mehrwert für alle.

Besonders profitiert adesso von geteilten Ressourcen. Unser Ansatz, auf Fachkräfte und deren Skills im Verbund unserer Unternehmensgruppe zurückgreifen zu können, wird auch in Zukunft gefragt sein.

☞ Welche Projekte setzt adesso für Industriekunden um? Mit welchen Produkten und Dienstleistungen sehen Sie hier Ihr Unternehmen gut für die nächsten Jahre aufgestellt?

Pazderka: Das geht in zwei Richtungen. adesso ist in Deutschland ein großer Player in den Sparten Automotive und Manufacturing. Wir können mit diesen Referenzen und Erfahrungen auch auf österreichische Kunden zugehen. Nachgefragt werden typische Industrietemen wie Produktionssteuerung oder digitalisiertes Variantenmanagement im Automobilbau, die wir dann gemeinsam mit den Expert*innen von adesso SE adressieren. Kunden erwarten heute maßgeschneiderte Lösungen für ihre immer komplexer werdenden Anforderungen. Das gilt im Consumer-Bereich genauso wie für das B2B-Segment, wo speziell angefertigte Komponenten, Maschinen und Produktionsanlagen gefordert sind.

So hat adesso einen großen Getriebehersteller in Deutschland bei der Digitalisierung der Workflows rund um Anfrage, Produktkonfiguration, Preisfindung, Angebot, Kundenauftrag, Bestellung, Einzelteilfertigung, Montage, Auslieferung, Inbetriebnahme und Service unterstützt. Das geht in die zweite Richtung unserer Tätigkeiten: Wir sind ein klassischer IT-Dienstleister für Kunden in allen Wirtschaftsbereichen, mit unseren Skills zu Rollen wie Scrum Master, Product Owner, Fachleute für Requirements Engineering und Softwareentwickler*innen. In der Industrie haben wir erste große Referenzkunden in Österreich gewinnen können, die wir allerdings noch nicht nennen dürfen.

☞ Wie geht es mit dem Wachstum von adesso in Österreich weiter?

Pazderka: Wir planen, Ende des Jahres einen weiteren Standort in Linz zu eröffnen. Es ist für uns nach Wien und Graz der nächste logische Schritt für eine lokale Präsenz nahe an Kunden und auch Mitarbeiter*innen. In Oberösterreich werden wir vor allem die Industrie, den öffentlichen Bereich und den Bankenbereich adressieren. Dazu erweitern wir gerade unser Branchenportfolio für das Bankensegment. adesso hat bereits Kunden hier, aber noch keinen dezidierten Schwerpunkt in den Angeboten.

Wenn wir in Linz bis Ende des Jahres organisch fünf, sechs Mitarbeiter*innen für unser Team gewinnen können, wäre unser Ziel für heuer erfüllt. Hier sind wir mitten in der Vorbereitungsphase, sondieren vertrieblich und auf Recruiting-Ebene und knüpfen Kontakte. Auch das Büro in Linz wird zunächst in einem geteilten Office-Bereich zu finden sein, wir wollen dann aber so schnell wie möglich eigene Räumlichkeiten eröffnen. Bei allen Veränderungen in einer hybriden Arbeitswelt sind unsere Standorte ein Teil unserer Identität. Sie bleiben wichtige Orte für Begegnungen. ■

»Nehmen unsere Verantwortung für Menschen und Umwelt ernst«

Feiyun Chen verantwortet als Deputy CEO den Kommunikations- und PR-Bereich von Huawei in Österreich. Sie betont die Verantwortung von Unternehmen der IT-Branche für Bildung, Artenschutz und Umwelt.

TEXT | MARTIN SZELGRAD

☞ Huawei setzt seit gut zehn Jahren auf CSR-Projekte im Bildungsbereich in Österreich. Was sind die Beweggründe dafür?


Feiyun Chen: Im Jahr 2012 gab es unser erstes Förderprojekt gemeinsam mit der ÖJAB (Anm. Österreichische Jungarbeiter Bewegung). Auch heuer stellen wir zum bereits zwölften Mal drei voll finanzierte Wohnheimplätze für junge Studierende zur Verfügung. Diese stecken oft in finanziellen Schwierigkeiten – wir haben nach dem Ende der Pandemie eine Rekordzahl an Bewerbungen dafür erhalten. Neben einer mittlerweile großen Bekanntheit des Programms in den Universitäten sind ein weiterer Grund für das große Interesse sicherlich auch die gestiegenen Energiepreise durch den Krieg in der Ukraine. Die ÖJAB unterstützt Studierende wunderbar. Wir sind glücklich, hier einen Beitrag leisten zu können.

Viele Technologieunternehmen in Europa sind vom Fachkräftemangel betroffen. Doch sind Jobs in der IT enorm wichtig geworden – bei der fortschreitenden Digitalisierung unserer Wirtschaft und Gesellschaft sowohl am Arbeitsplatz als auch in Industriebereichen wie der vernetzten Produktion. Aus diesem Grund gibt es bereits Pläne, künftig noch mehr in den Bildungsbereich zu investieren.

Wir wollen insbesondere junge Menschen in IKT-Studienrichtungen unterstützen – auch aufgrund eigener Erfahrung, als in Österreich tätiges Unternehmen Expert*innen in diesen Bereichen zu finden.

In einem weiteren CSR-Projekt »Seeds for the Future Scholarship«, das heuer zum zweiten Mal





»WIR UNTERSTÜTZEN JUNGE MENSCHEN IN IKT-STUDIEN-RICHTUNGEN – AUCH AUFGRUND EIGENER ERFAHRUNG, EXPERT*INNEN IN DIESEN BEREICHEN ZU FINDEN.«

läuft, unterstützen wir Talente in mehreren Universitäten in Österreich. Nachdem 2022 mit einer Summe von 220.000 Euro 56 Studierende der TU Wien und der TU Graz finanziell unterstützt wurden, kommt heuer mit der Universität Klagenfurt ein dritter Partner dazu. Die Verbindung von lokalen Communitys mit internationalen Technologieunternehmen stellt eine gewinnbringende Situation für alle dar. Das Budget für das »Seeds for the Future Scholarship« wurde für heuer auf 240.000 Euro erhöht. Und wir laden auch andere Unternehmen ein, mehr in die IT-Ausbildung zu investieren.

☞ Gibt es einen vergleichbaren Fachkräftemangel in der IT-Branche in Asien, speziell in China?

Chen: Die Situation in China und auch in Indien ist anders. Die IKT-Branche erfährt dort eine hohe Aufmerksamkeit und sie steckt auch enorme Ressourcen in die Entwicklung von Talenten. Die Bedeutung dieser Jobs wird sicherlich noch weiter zunehmen, denn man hat gute Verdienst- und Karrieremöglichkeiten. Ich denke, dass es aktuell keinen Fachkräftemangel in dieser Form in China gibt. Sowohl die Regierung als auch Universitäten, lokale Communitys und die Industrie sehen eine Riesenchance, auf Basis von Technik auch das ganze Land nach vorne zu bringen. Das gleiche gilt für Indien.

☞ Welche Chancen bietet Technologie bei Umweltfragen und auch beim Schutz von Biodiversität?

Chen: Huawei setzt gemeinsam mit der Universität Wien und dem Nationalpark Neusiedler See – Seewinkel ein viel beachtetes Forschungsprojekt um. Dazu wurden 70 Akustik-Sensoren im Schilfgürtel des Neusiedler Sees installiert, um die dortige Vogelwelt zu erforschen. Expert*innen werden daraus optimale Schutzmaßnahmen für die Tierwelt ableiten können. Das Projekt ist Teil unserer weltweiten Initiative »Tech4All«. Wir sind momentan in einer kritischen Phase, in der wir die Datenanalysen mit Hilfe von künstlicher Intelligenz gemeinsam mit unserem internationalen Projektpartner, der NGO Rainforest Connection, verbessern können. Ziel ist, die Auswertungen in Echtzeit direkt an Biodiversitätsforscher*innen über Mobilfunk und eine Cloudlösung zu liefern.

Ein ähnliches Projekt wird derzeit in Griechenland umgesetzt, um dort auch kleinste Waldbrände an unzugänglichen Stellen in den Bergen rasch im Sommer zu erkennen und

auch bei kritischen Bedingungen rund um Wetter, Boden und Beschaffenheit der Vegetation vorzuwarnen. Es sind gute Beispiele, wie Technologie nicht nur die Wirtschaftsentwicklung unterstützt, sondern auch Umwelt- und Klima schützen kann.

☞ Sie zeigen, dass ein nachhaltigeres Wirtschaften auch mit Hilfe von Drohnen möglich ist – bei einem Pilotprojekt aktuell in Oberösterreich.

Chen: Das ist mein Lieblingsprojekt (lacht). Auf dem Nussböckgut in Leonding wird der Pflanzenwuchs von Rebstöcken mit Hilfe von Sensorik und Kameras beobachtet und analysiert. Auch hier werden die Daten über das 5G-Netz an die Winzer*innen übermittelt, die dann gezielt mit weniger Pestizideinsatz und einer sparsameren Bewässerung arbeiten.

In einem weiteren Drohneneinsatz arbeiten wir derzeit an einer Schadenserkenkung bei Photovoltaik-Flächen, die ja meistens auf Dächern installiert sind. Mit Kameras, thermischen Sensoren und Paneel-Daten, sollen Schwachstellen an den Modulen auch vorbeugend erkannt werden können. Zumindest für die Inspektion müssen keine Techniker*innen aufs Dach klettern. Wir entwickeln dazu derzeit die KI für die Bilderkennung und Analyse.

☞ Welche Herausforderung für Huawei sehen Sie bei den wirtschaftspolitischen Spannungen zwischen USA und China? Sehen Sie Auswirkungen auf das Geschäft in Österreich?

Chen: Wir betrachten Europa als unsere zweite Heimat. Die europäischen Länder haben ihre eigene Art, mit der komplizierten geopolitischen Lage umzugehen. Österreich ist ein transparenter, fairer und aufgeschlossener Wirtschaftsstandort mit einem starken Forschungsbereich und großartiger sozialer Sicherheit. Ich bin überzeugt, dass die Menschen Europas und damit auch in Österreich ihre eigenen Weg gehen – auch um die Wirtschaft in Europa künftig resilienter gegen Einflüsse von außen zu machen.

Auch pflegen europäische Politiker*innen persönliche Kontakte zu China, wie man zuletzt wieder an mehreren Treffen und Besuchen sehen konnte. Wir alle haben ein großes Interesse an engen Wirtschaftsbeziehungen. Huawei nimmt als lokal stark verwurzelt Unternehmen mit mehr als 130 Mitarbeiter*innen in Österreich – in der Mitte Europas – seine Verantwortung für Menschen und Umwelt ernst. ■

#BEST



IT-INFRASTRUKTUR UND DATENMANAGEMENT

Von Kommunikations- und Sicherheitssystemen über einen Energieversorger und eine Regionalbank bis zu einem weltweit tätigen Hersteller für Schutzbekleidung – aktuelle Beispiele für smarte Infrastrukturen in der IT und Industrie, Backup-Lösungen und die Unterstützung von Unternehmensprozessen.

BECHTLE: Infrastruktur entlastet die IT



Kunde: Schrack Seconet AG

Projekt: Umsetzung neuer IT-Strukturen: Unter VMware Cloud Foundation werden die Server-Virtualisierung mit VMware vSphere vollzogen, die Netzwerkarchitektur mit VMware NSX virtualisiert und der Bereich Storage mit VMware vSAN abgebildet.

Besonderheit: Auch Hardware-Erweiterungen sind jetzt im laufenden Betrieb innerhalb weniger Stunden umsetzbar. Versionskonflikte werden vollautomatisiert überprüft.

Schrack Seconet AG ist ein internationaler High-tech-Anbieter für Brandmelde-, Kommunikations- und Sicherheitssysteme. Das zwölfköpfige IT-Team unter der Leitung von Markus Volkmann arbeitete mit einer Struktur, die sich im Laufe der Zeit organisch entwickelt hatte. Das führte beispielsweise durch autarke Server in den Niederlassungen zu Mehraufwand sowie unnötigen Kosten. Der von Bechtle umgesetzte Infrastrukturansatz basiert auf VMware Cloud Foundation, bei dem die Stärken von mehreren Ansätzen vereint werden. Der Betrieb der Services erfolgt nach dem Hybrid-Cloud-Konzept. So können je nach Sensibilität und Aufgabe Services im eigenen Rechenzentrum oder auch im Datacenter von Bechtle betrieben werden, weitere Cloud-Anbindungen sind jederzeit möglich. Die zentrale Steuerung erfolgt über den VMware SDDC Manager. Damit kann der laufende IT-Betrieb auch mit einer schlanken Mannschaft flexibel gemanagt werden.

COPA-DATA: Stromversorgung per IIoT

Die Stadtwerke Feldkirch versorgen die westlichste Stadt Österreichs mit Energie aus erneuerbaren Quellen. Sie nutzen im Wasserkraftwerk Hochwuhrl seit dessen Eröffnung im Jahr 2003 die Leitsystemsoftware SICAM 230. Bis vor kurzem bedienten sie damit auch die Leitstelle in der Unternehmenszentrale. Da der Kern der Software die Softwareplattform zenon von COPA-DATA ist, konnte man auf das Originalprodukt umsteigen, als diese vor einigen Jahren von ihrem ursprünglichen Lieferanten gekündigt wurde. Zuvor hatte bereits die Prozesstechnik-Abteilung eine Smartphone-App für den Zugriff auf Anlagen- und Betriebsdaten entwickelt. Diese wurde nun auf einen externen Server übertragen: zenon IIoT-Services. Die cloudbasierte Lösung ermöglicht Maschinen und Geräten den einfachen und sicheren Datenaustausch über das Industrial Internet of Things (IIoT). Alle Komponenten sind über einen zentralen Service Hub verbunden, der den gesamten Datenaustausch zwischen allen Teilnehmern steuert und auch die Verbindung zwischen der lokalen Ebene und der Cloud herstellt.



Kunde: Stadtwerke Feldkirch

Projekt: Ein zentrales Leitsystem auf Basis der Softwareplattform zenon und die Bereitstellung von Daten für die Instandhaltung mit Hilfe der zenon IIoT-Services verbessern die Versorgungssicherheit.

Besonderheit: Die gesamte Kommunikation wird über Zugangsdaten und ein digitales Zertifikat verschlüsselt. Dadurch können Informationen auch in öffentlichen Netzwerken sicher übermittelt werden.

Fotos: iStock, Stadtwerke Feldkirch

COMMVAULT: Wachstum für Finanzinstitut



Die Regionalbank VKB-Bank verzeichnete ein starkes Geschäftswachstum, was zu einem exponentiellen Anstieg des Datenvolumens und dem Bedarf an einer zuverlässigen Backup-Lösung führte. »Implementiert wurde Commvault Backup & Recovery, eine Lösung, die Backups für virtuelle und physische Server abdeckt, eine schnelle Datenwiederherstellung ermöglicht und unser System vor Ransomware schützt, was für uns als Bank entscheidend ist«, so Christian Mühlberger, verantwortlich für die IT-Infrastruktur der VKB-Bank. Die Implementierung verbesserte die Backup-Leistung um 50 Prozent und ermöglichte den schnellen Zugriff auf archivierte E-Mails. Das IT-Team der VKB-Bank überwacht seitdem den Backup-Status mit dem Commvault Command Center. Zudem wurde gemeinsam mit Axians und Unisys ein zuverlässiger Disaster-Recovery-Mechanismus eingerichtet. Die Backup-Lösung unterstützt nun ein jährliches Datenwachstum von bis zu 20 Prozent.

Kunde: VKB-Bank

Leistungsumfang: Commvault Backup & Recovery zum Schutz der Daten aller physischen und virtuellen Server in den Rechenzentren des Unternehmens.

Besonderheiten: Abgeschlossene Backups am gleichen Arbeitstag durch Optimierung von RPO und RTO, Sicherstellung der Datenverfügbarkeit durch Einrichtung eines Disaster-Recovery-Mechanismus mit Commvault und HPE-Servern. 500 TB an gespeicherten Daten.

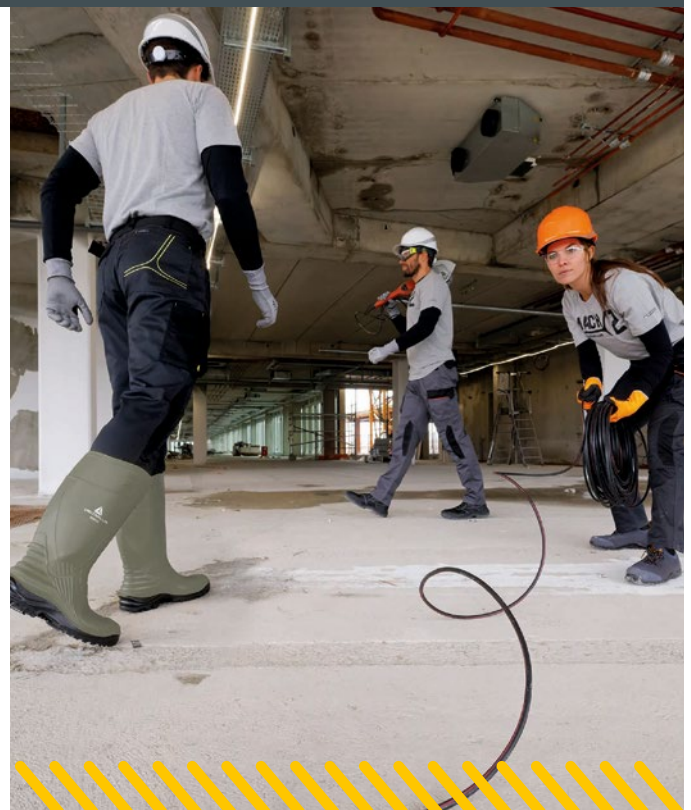
INFOR: Informationssystem für Ausrüster

Delta Plus ist ein Hersteller im Bereich persönlicher Schutzausrüstung. Das Unternehmen verfügt über 13 Produktionsstandorte weltweit und 45 Tochtergesellschaften – und hat sich zur Optimierung seiner Managementprozesse für das ERP-Lösungspaket Infor CloudSuite entschieden. Darüber hinaus werden Lagermobilitätsfunktionen von Infor Factory Track sowie das Preisangebotstool Infor CPQ Configure und die optische Erkennungssoftware Infor IDM für die Digitalisierung von Lieferantenrechnungen eingesetzt. Damit erhält die Gruppe ein skalierbares und interoperables Informationssystem, das in einer hochverfügbaren, bei Amazon Web Services gehosteten Cloud-Umgebung gesichert ist. Das Implementierungsprojekt mit Infor soll im Juni anlaufen. Dabei werden zunächst rund 1.000 Anwender*innen aus den Funktionsbereichen Vertrieb, Bestands- und Lieferkettenmanagement, Finanz- und Analysemanagement sowie Budgetkonsolidierung von den Infor-Lösungen profitieren.

Kunde: Delta Plus

Leistungsumfang: Mit dem neuen IT-System rund um Infor CloudSuite, Infor Factory Track, Infor CPQ Configure und Infor IDM werden die Unternehmensprozesse international modernisiert.

Besonderheit: Im Rahmen von Workshops mit den operativen Abteilungen der Gruppe hat es der Value-Engineering-Ansatz von Infor ermöglicht, Verbesserungspotenziale zu identifizieren, die dann dem Management Committee des Kunden vorgestellt wurden.





Vera Reichlin-Meldegg ist Global Marketing Manager und Service Region Custodian für Österreich bei Nagarro. Sie spricht über die unkonventionelle Organisationsform und menschliche Werte bei dem 856 Millionen Euro (Geschäftsjahr 2022) schweren Technologiedienstleister.

TEXT | MARTIN SZELGRAD

»KÖNNEN EFFIZIENTER ARBEITEN, ALS ES IN HIERARCHISCHEN UNTERNEHMEN MÖGLICH IST«

☞ Worum unterscheidet sich das Design von Nagarro von regulären Organisationsmodellen?

Vera Reichlin-Meldegg: Bei Nagarro werden Rollen und Funktionen anders gelebt, als in klassischen Hierarchien vorgesehen ist. Es gibt nicht den einen Geschäftsführer pro Land, wie er üblicherweise in einem Organigramm vorgesehen ist, ebenso wenig gibt es eine Firmenzentrale. Wir sprechen dabei nicht von einem holokratischen Modell, sondern von einer »truly global company«. Das Schlagwort bedeutet, dass unsere

Fotos: Christian Dusek



Arbeit nicht an der Landesgrenze Österreichs aufhört, sondern unsere Teams auch stark international zusammengesetzt sind. Nagarro ist in 34 Ländern tätig – aber es ist egal, wo meine Kolleg*innen sitzen, was ihre Herkunft, Hautfarbe oder Landessprache ist. Weniger wichtig ist auch, zu welcher Zeit Arbeit erledigt wird – Hauptsache sie ist bis zu einem bestimmten Zeitpunkt fertig. Truly global bedeutet, einander mit Respekt und Vertrauen zu begegnen und Vorurteile abzubauen.

Diese Fähigkeit zur Zusammenarbeit, gepaart mit einem »Entrepreneurial Mindset« – der Ausdruck passt für mich besser als »unternehmerisches Denken« – macht unser Organisationsdesign aus. Mit der fortschreitenden Digitalisierung muss dem Menschen Freiraum für innovatives Arbeiten und für Vorschläge und Ideen den Kunden gegenüber eingeräumt werden. Jede Einheit, jedes Projekt und jede*r Mitarbeiter*in bei Nagarro soll letztlich wie ein Start-up agieren können. Das Entrepreneurial Mindset bildet den stabilen Rahmen, damit Teams uneingeschränkt arbeiten können.

☞ Wie sieht Ihre Rolle als Service Region Custodian aus?

Reichlin-Meldegg: Unser Tätigkeitsfeld ist global nach Service-Regionen unterteilt. Österreich ist eine dieser Regionen. Die Rolle des Service Region Custodian teile ich mir mit meiner Kollegin Alexandra Sumper, die ebenso wie ich bereits bei Anecon tätig war (Anm. Anecon wurde 2018 mit Nagarro fusioniert). Wir kennen das Unternehmen gut, sind auch global mit Kolleg*innen gut vernetzt, und achten nun auf einheitliche Prozesse nach innen und auf die Unternehmenskultur in den Teams. Wir haben Finanzzahlen ebenso wie die Zufriedenheit von Mitarbeitenden und Kunden im Fokus – und steuern in einem weltweiten Team von Service Region Custodians den Informationsfluss in der Organisation, etwa bei HR- oder Prozess-Themen.

☞ Was sind die Gründe, herkömmliche Organisationsmodelle zu verlassen? Und wie geht es Ihren Kunden damit? Der Ansatz wird wahrscheinlich auch nicht für jedes Projekt passen.

Reichlin-Meldegg: Rückblickend hat Corona einen enormen

Schub für die Digitalisierung im beruflichen und im privaten Umfeld der Menschen gebracht. Die IT-Branche hat davon auch profitiert, denn viele mussten sich von heute auf morgen auf virtuelle Zusammenarbeit und hybride Arbeitsumgebungen umstellen. Wir sehen, dass die Geschwindigkeit technologischer Veränderungen weiterhin zunimmt. Unternehmen müssen für diese Veränderungen gewappnet sein. Wir wollen bei Nagarro vorbildhaft zeigen, wie schnell, agil und innovativ eine Organisation sein kann. Und wir wollen auch andere dahingehend unterstützen.

Falls Kunden noch ein bisschen in der traditionellen Art und Arbeitsweise verhaftet sind, können wir sie langsam an diese Prozesse und eine neue Zusammenarbeit heranführen. Viele – auch Analysten und Investoren – sehen anfangs unser Konzept, auf klassische Rollentitel und Hierarchien zu verzichten, skeptisch. Aber wir stellen Kultur, Werte und den Menschen konsequent in den Mittelpunkt von Geschäftsberichten und auch Kapitalmarkttagungen.

Nagarro hat 2022 ein Umsatzwachstum von 55 Prozent innerhalb eines Jahres vorweisen können. Wir zählen zu den am schnellsten wachsenden Unternehmen unserer Branche. Und wir haben als führendes digitales Unternehmen die Verantwortung, mit der Zunahme von Technologie in unseren Leben auch auf die Menschlichkeit zu achten. Würden Menschen nur noch auf Technologie setzen, leidet ihre Innovationskraft darunter.

☞ Welcher Vorteil erwächst Ihren Unternehmenskunden daraus?

Reichlin-Meldegg: Produkte oder Dienstleistungen können schneller und innovativer gestaltet werden. Unsere Unternehmenskunden müssen dabei aber nicht unser Organisationsdesign leben. Sie profitieren von einer agilen Teamarbeit mit ihrem Partner Nagarro. Wir haben weiterhin einen Projekt-CEO für die Leitung eines Kundenprojekts, daneben aber keine nach außen getragenen Senior- und Junior-Rollen in der Entwicklung oder in der IT-Administration. Das ermöglicht eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Wenn man sehr breit bei Fähigkeiten, Kulturkreisen und Persönlichkeiten aufgestellt ist, können Aufgaben aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln gelöst werden. Der Erfolg unserer Projekte wird auch nicht vorrangig am Umsatz gemessen, sondern in erster Linie an der Kundenzufriedenheit.

☞ Wie lässt sich diese Flexibilität strukturell in der Zusammensetzung eines Teams umsetzen?

Reichlin-Meldegg: Jeder einzelne unserer 19.000 Mitarbeiter*innen ist natürlich einem Kernthema zugeordnet, wie etwa »Java Developer«. Im Hintergrund gibt es je nach Erfahrung und Ausbildung nach wie vor verschiedene Stufen der Seniorität. Das sind aber Informationen, mit der eigentlich nur die HR und die Projektleitung arbeiten. Der Delivery Manager, der Ansprechpartner für den Kunden ist, besetzt gemeinsam mit dem Projekt-CEO dann das Team mit den Skills, die benötigt werden.

Die meisten meiner Kolleg*innen sehen zum Beispiel im Active Directory nur, dass ich im Cluster »Sales and Marketing« tätig bin, aber keine hierarchische Position. Man redet dadurch offener miteinander, hat keine Scheu, Feedback zu geben oder Kritik zu äußern. Durch diese Feedbackmöglichkeit in alle Richtungen – egal ob bei Praktikant*innen oder Menschen in Leitungsfunktionen – können wir effizienter arbeiten, als es möglicherweise in einem hierarchisch denkenden Unternehmen der Fall wäre.



Auch Office-Umgebungen verändern sich. Nagarro hat früh auf Begegnungszonen im Büro gesetzt – lange vor Corona.

Über das Unternehmen

☞ Nagarro hat einen starken Europafokus, und viele Mitarbeiter*innen in Indien. Lässt sich diese geografische Distanz auf Dauer überbrücken?

Reichlin-Meldegg: Durchaus – zum Beispiel mit regelmäßigen Treffen wie dem »Senior Management Conflux«. Das Wort Conflux steht für viele, kleine Zuflüsse die einen Strom bilden. Mitarbeiter*innen aus der ganzen Welt sind dazu im November in Dubai zusammenkommen und hatten – typisch für einen unserer Gründer Manas Human – kaum Vorgaben bekommen. Es gibt keine Agenda, kein Pflichtprogramm und keine Themenvorgabe. Jeder der Teilnehmenden präsentiert für zehn Minuten ein Thema seiner Wahl auf der Bühne. Die einen berichten von ihrer Arbeit, andere erzählen begeistert von ihren Hobbys. Es ist eine wunderbare Gelegenheit, die Kolleg*innen auf menschlicher Ebene kennenzulernen.

In unseren virtuellen Meetups »Learn, Socialize and Disrupt«, kurz LSD genannt, werden wiederum Themen wie neue Technologien, Kundenkommunikation oder aktuelle Projektarbeiten diskutiert. Die Mitarbeiter*innen werden ermutigt, sich über den Tellerrand hinaus zu informieren und weiterzubilden. Und man knüpft Kontakte mit Kolleg*innen, die sich mit KI oder bereits mit dem Metaverse beschäftigen. Wir alle müssen fortlaufend lernen. Davon profitieren auch unsere Kunden.

Oft treffen sich vor dem Start eines Projekts die internationalen Teams persönlich, um auch nach dem Projekt-Kick-off etwas gemeinsam zu unternehmen. Wir wissen: Wenn Menschen einander persön-



»WIR MÜSSEN FORTLAUFEND LERNEN. DAVON PROFITIEREN AUCH UNSERE KUNDEN.«

lich kennenlernen, arbeiten sie besser zusammen.

☞ Was sollten IT-Unternehmen generell in Sachen Arbeitsklima bedenken?

Reichlin-Meldegg: Ich bin überzeugt, dass wir auch in der Technologiebranche das Menschliche in die Waagschale legen müssen. Gerade bei Entwicklungen wie KI brauchen wir eine Balance – auch um weiterhin Menschen für die Arbeit im Tech-Umfeld zu bekommen. Kreativ sein, über den Tellerrand hinausschauen, emotional agieren – das kann eine KI nicht abbilden.

Eine Säule unseres Arbeitsmodells ist das Prinzip der Ortsunabhängigkeit. Als global agierendes Unternehmen vertrauen wir den Mitarbeiter*innen und geben ihnen den Freiraum, wo auch immer sie arbeiten. Sie arbeiten effizienter, eben weil sie nicht kontrolliert werden oder ständig Projektreports ausfüllen müssen. Der Arbeitsort kann dann ein Kaffeehaus sein oder auch ein Monat an einem Urlaub in Barcelona angehängt, wenn man das möchte. Die lokalen Teams treffen sich weiterhin auch im Büro, man tut das ja auch gerne. Bei uns werden aber im Gegensatz zu Mitbewerbern keine Maßnahmen gesetzt, um die Mitarbeitenden dauerhaft zurück ins Office zu holen.

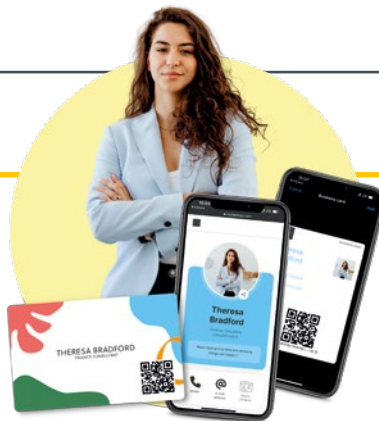
☞ Nagarro ist ein »Digital Engineering Unternehmen« und »Maßschneider« für Softwarelösungen. Das Unternehmen beschäftigt 19.000 Menschen in 34 Ländern, rund 200 arbeiten in Österreich. Nagarro hat kein klassisches Headquarter und verfügt über ein virtuelles, globales Organisationsmodell. Projektbeispiele sind die für BMW-Motorräder gebaute »Rent a Ride«-Plattform, eine für Energie Burgenland entwickelte Wartungslösung für Windräder mittels Smart-Glass-Technologie, die Flugplanungssoftware für Lufthansa, biometrische Gesichtserkennungssysteme für Star Alliance oder auch ein Testmanagement-Tool für den ÖBB-Ticketshop.

☞ Sie symbolisieren auch ein neues Wirtschaften. Passt dieser Weg für jeden?

Reichlin-Meldegg: Wie setzen seit vielen Jahren auf das Motto »Caring«. Es steht für Fürsorge – für einen selbst, um beispielsweise Burn-out vorzubeugen, aber auch für die Unterstützung und die Hilfe für andere. In diesem Kernwert enthalten ist auch ein »Caring« für das Unternehmen ebenso wie für unsere Umwelt in Nachhaltigkeitsfragen. Es sind Werte, die besonders den Jungen am Arbeitsmarkt wichtig sind. Die Verantwortung für die eigene Arbeit und Organisation ohne harte Zielvorgaben sind sicherlich nicht für jeden das Richtige. Jemand, der gerne in festen Strukturen lebt und diese nicht verlassen will, wird bei uns wahrscheinlich nicht glücklich werden.

☞ Welche Rolle spielt Nagarro in Österreich für das internationale Geschäft?

Reichlin-Meldegg: Von Österreich aus arbeiten rund 200 Leute für Nagarro. Wir haben historisch bedingt eine starke Software und Testing-Community, aber auch in Beratung, Projektmanagement und anderen Bereichen gibt es hierzulande starke Persönlichkeiten. Ein Kollege wurde gerade mit der Leitung der neuen globalen Business Unit für ganzheitliche Transformationsberatung betraut. Wir betreuen nicht nur österreichische Kunden, sondern die ganze Welt. ■



FLEXIBLE digitale Visitenkarten

DEN PERSÖNLICHEN BERATUNGSSERVICE VON BANKEN UND VERSICHERUNGEN ZU DIGITALISIEREN – DAZU SIND MAXIMILIAN NEDJELIK UND HARALD MEINL VOR KNAPP EINEM JAHRZEHT ANGETRETEN. 2015 WAR DIE CUSTOMER JOURNEY IN DER FINANZBRANCHE IN ÖSTERREICH MEILENWEIT VON FLEXIBLEN, ZUGÄNGLICHEN SERVICES ÜBER SMARTPHONE UND PC ENTFERNT. MIT BANINGO SCHAFFEN NEDJELIK UND MEINL EINEN DIGITALEN TREFFPUNKT FÜR KUND*INNEN UND BERATER*INNEN.

Während das Fintech-Geschäft weiterhin mit »baningo connect Beraterfinder« wie am Schnürchen läuft, bringen die Wiener nun ein weiteres Produkt, das neuerlich Beziehungsmanagement unterstützt. Anfang 2022 kommerziell gelauncht, haben die beiden bereits gut 100 Unternehmen für ihre »baningo cards« gewinnen können. Mit den digitalen Visitenkarten wird der einfache und schnelle Austausch von Kontaktdaten auch in der physischen Welt unterstützt. Die Business-Kund*innen, an die sich der Service richtet, schätzen die papierlose moderne Variante der klassischen Visitenkarte. Verloren, vergessen, zerknittert oder in der Schublade verstaubt – das ist nun endgültig vorbei. Rund 12.000 Karten hat baningo aktuell im Umlauf.

Mit den baningo cards erhalten Mitarbeiter*innen ein digitales Profil, das über einen QR-Code, NFC-Karten, Link oder über Smartphone-Wallets geteilt werden kann. »Wir haben uns bewusst für eine browserbasierte Lösung entschieden, um die Nutzung so einfach wie möglich zu machen«, erklärt Max Nedjelic. Wesentli-

ches Unterscheidungsmerkmal zu bestehenden Lösungen am Markt ist die klare Ausrichtung auf Unternehmenskunden: Über ein Rollen-Managementsystem können Einstellungen, Daten und Rechte verwaltet werden. Datensicherheit und Da-

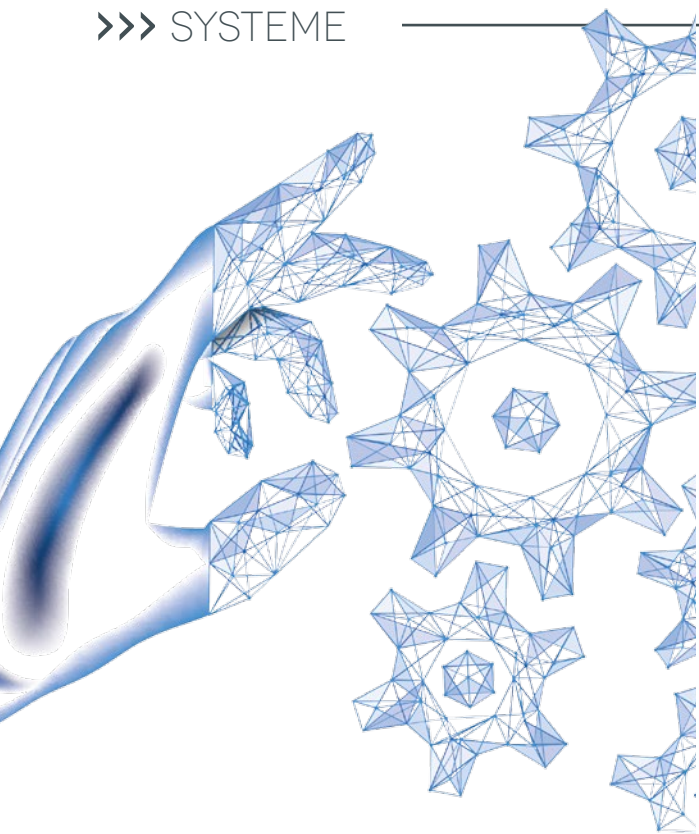


Die Baningo-Gründer Maximilian Nedjelic und Harald Meinl bieten nun auch eine smarte Visitenkartenlösung.

tenschutzkonformität sind für diese Zielgruppe entscheidend. »Wir grenzen uns mit unserem professionellen Zugang und der B2B-Ausrichtung klar von Gratisanbietern ab, die oft nur einen statischen QR-Code zum einmaligen Kontakt-Download anbieten. Sämtliche Prozesse sind end-to-end durchdigitalisiert und automatisiert«, argumentiert der Digitalisierungsexperte.«

Das Design der Karten ist an ein Corporate Design anpassbar. Spannend für Vertriebsteams sind eigene Landingpages für Kampagnen oder Veranstaltungen – dazu wird einfach die Visitenkarte mit neuen Informationen upgedatet. »Wir verstehen, wie Unternehmen ticken und was sie benötigen«, unterstreicht Nedjelic den Fokus auf B2B. Die Kosten pro User*in und Monat? »Weniger als ein Espresso.« Bei größeren Volumina kommen gestaffelte Pakete zum Tragen. Einzelunternehmer*innen und Teams bis zu zehn Mitgliedern können sich kostenlos eine digitale Visitenkarte erstellen. Lediglich für die optionale Erweiterung auf eine Karte mit NFC-Chip ist zu bezahlen.

Die Möglichkeit der Terminbuchung auf den digitalen Karten ist speziell für Vertriebsteams spannend. So können direkt Termine im Kalender des neuen Kontakts gebucht werden – beispielsweise am Messestand oder Folgetermine bei Kundenbesuchen. Es gibt Integrationen mit Social-Media-Profilen, Webseiten und auch die direkte Importmöglichkeit von Kontakten in CRM-Systeme wie Hubspot oder Salesforce ist noch in diesem Jahr geplant. »Im digitalen Zeitalter ist es entscheidend, sichtbar und zugänglich zu sein. Vernetzung, Kontaktaustausch und Empfehlungsmarketing vereinfachen wir mit unseren Lösungen deutlich«, betont Maximilian Nedjelic. ■



SAP

und die Transformation des Geschäfts

Über Herausforderungen und Chancen für Unternehmen im Management ihrer SAP-Landschaft und Modernisierungen in diesem Bereich.

Steigende Komplexität, die Vernetzung und Digitalisierung von Systemlandschaften und ein steigender Druck auf Geschäftsmodelle aber auch auf Personalressourcen: Die Entwicklung von Modernisierungsstrategien ist für viele Unternehmen zu einer Überlebensfrage geworden – und sie wird zunehmend schwierig. »Die Transformation einer IT-Landschaft ist nur ein Teil der Modernisierung. Vor allem die Änderungsbereitschaft des Unternehmens selbst spielt in diesen Projekten eine große Rolle. Im Idealfall sind Unternehmen bereit, sich sowohl einer organisatorischen als auch einer Änderung der Systemlandschaft anzunehmen«, beobachtet Markus Hauswirth, SAP-Practice Lead bei Capgemini Österreich.

Der Technologieberater Capgemini begleitet Kunden umfassend bei der digitalen Transformation. Dies kann mit einer strategischen Beratung beginnen und anschließend mit einem Betrieb und Support der Landschaft in einer Partnerschaft erweitert werden. Man ist nicht an bestimmte Rechenzentren gebunden und kann somit unabhängig die besten Lösungen ausarbeiten. In Österreich fokussiert Hauswirth auf die Themen S/4HANA Cloud (»private« und »public«, ebenso »on premises«), SAP Fiori, und auf die Security- und Sustainability-Lösungen im SAP-Umfeld.

Welche Empfehlungen hat der Experte für SAP-Umsetzungen in der Praxis? »Die Vorbereitung eines Projektes ist einer der



MARKUS HAUSWIRTH, CAPGEMINI ÖSTERREICH: »DIE AKZEPTANZ DER LÖSUNG WIRD MAßGEBLICH DURCH FRÜHZEITIGE INVOLVIERUNG DER EINZELNEN MITARBEITER GESTEIGERT.«

Hauptfaktoren. Abgesehen von der Strategie müssen zukunftsweisende Entscheidungen getroffen werden. Sowohl das Sourcing als auch der Partner für Betrieb und Applikationsmanagement sollten daher sorgsam durch das Unternehmensprofil gewählt werden«, betont er.

SAP S/4HANA-Transformationsprojekte sollten stets mit der Entwicklung einer Roadmap für das System und die Architektur beginnen. Capgemini bietet Unternehmen daher die Unterstützung und Führung durch eine SAP-Roadmap und Prozessarchitektur an. Entscheidend sei allerdings auch, ein internes »Change Management« zu etablieren, das durch »Keyuser« in SAP gesteuert werden kann. »Die Akzeptanz der Lösung wird maßgeblich durch frühzeitige Involvierung der einzelnen Mitarbeiter gesteigert«, weiß Hauswirth.

Er empfiehlt ein agiles Projektvorgehen (zum Beispiel mit »Projekt Acceleratoren«), um bereits aus den ersten Phasen des Projektes das größte Potenzial für das Unternehmen zu generieren. Projektdurchlaufzeiten werden dadurch wesentlich kürzer und Innovationsthemen können dem Kunden rascher vorgestellt und zur Verfügung gestellt werden.

Die agile Methodik kann bei allen drei Ansätzen, den SAP-Neueinführungen, den S/4HANA-Konvertierungen sowie bei der Einführung mit selektiven Datentransfer eingesetzt werden. ■

Gerhard Krennmair, msg Plaut, ermöglicht ein besseres Zusammenwirken der großen Plattformen SAP und Microsoft in Unternehmensprozessen.



Wenn SAP und Microsoft verschmelzen

Gerhard Krennmair, Head of Manufacturing bei msg Plaut, spricht über eine »Digitale Spange«, mit der der IT-Dienstleister geschäftskritische SAP- und Microsoft-Welten verbinden kann und damit Effizienz und Produktivität in Unternehmen erhöht.

☞ Sie versprechen »das Beste aus beiden Welten« beim Verschmelzen von SAP- und Microsoft-Systemen. Was steckt dahinter?

Gerhard Krennmair: Als IT-Dienstleister und Trusted Advisor haben wir immer ein Ohr dafür, was unserer Kunden wirklich wollen. Immer wieder ist zu hören, warum eigentlich die beiden bedeutendsten Unternehmensplattformen SAP und Microsoft so voneinander getrennt sind. Und ob es da keine Möglichkeit gibt, Synergien zu nutzen.

Unsere msg-Teams aus dem Microsoft Competence Center und dem SAP Hub haben gründlich überlegt, wie die beiden Plattformen sinnvoll verbunden werden könnten. Wir haben nach einer Lösung gesucht, die Anwender*innen im gewohnt userfreundlichen Microsoft-Frontend ar-

beiten, diese aber gleichzeitig ohne Medienbrüche direkt auf die Daten in SAP zugreifen lässt. Unsere Digitale Spange ermöglicht dies jetzt.

☞ Ist die Digitale Spange eine eigene Lösung, die zu installieren ist?

Krennmair: Sie ist wie eine technologische Hängematte, die zwischen die beiden Softwareplattformen gespannt wird. Sie verbindet – und das auf recht entspannende und entspannte Weise. Wir wollen aber keine Out-of-the-Box-Anwendung in die vollen Programmordner der User stopfen, sondern mit vorhandener und bereits bekannter Software arbeiten. Diese erweitern und optimieren wir den individuellen Anforderungen nach, meist mit für den einzelnen User unauffälligen technologischen

Add-ons, die das volle Potenzial bestehender Anwendungen mit geringem Kostenaufwand voll ausschöpfen helfen. Beispielsweise erleichtert die Digitale Spange das Dokumentenmanagement bei einem Versicherungsunternehmen via Microsoft SharePoint, hilft bei der Zeitbuchung im digitalen Bewerbungsprozess im HR-Bereich durch die Einbindung von Microsoft Teams oder optimiert den Außendienst mittels SAP-»Außendienstkompass«-App und Microsoft-SharePoint-Integration.

☞ Gibt es dazu bereits vorzeigbare Ergebnisse?

Krennmair: Die gibt es. Allen voran steht, dass es zwischen den einzelnen Systemen keine Medienbrüche mehr gibt, redundante Datenspeicherung vermieden wird und die Mitarbeiter*innen immer und von überall auf aktuelle Echtzeitdaten zugreifen können – gleich, auf welcher Plattform sie arbeiten. Das spart Zeit und Kosten und steigert die Effizienz und Produktivität spürbar. Mit der Digitalen Spange schaffen wir einen echten »New Way of Work« in SAP-Welten.

Im Falle des Außendienstkompasses beispielsweise, der bei einem namhaften Getränkehersteller im Einsatz ist und dem Außendienstmitarbeiter oder der Außendienstmitarbeiterin alle wichtigen SAP-Daten für einen Sales-Abschluss direkt vor Ort beim Kunden in Form einer einfach zu bedienenden App bereitstellt, konnte durch die Beschleunigung und Vereinfachung des Angebotsprozesses mittels App der Absatz um 20 Prozent gesteigert werden.

☞ Welche Empfehlung haben Sie dazu an Unternehmen?

Krennmair: Wer in seinem Unternehmen SAP und Microsoft bereits im Einsatz hat, sollte sich die Frage stellen, inwieweit er die Möglichkeiten dieser weitreichenden Plattformen wirklich ausgereizt hat. Aber vor allem sollte er sich fragen, wo digitale Prozesse einen echten Mehrwert für die eigenen Mitarbeiter*innen bringen können. Der Mensch ist es, der am Ende den Erfolg ausmacht. Die Technologie ist dazu da, um ihn in die Lage zu versetzen, seine Talente sinnvoll und effizient einsetzen zu können. Dass das der Fall ist, darum kümmern wir uns. Mit unserer Erfahrung und unserem Know-how als Gold-Partner sowohl bei SAP als auch bei Microsoft. ■



GERNOT STÖGER-KNES UND HELMUT RITTER SIND ANFANG DES JAHRES ANGETRETEN, DIE SAP-SPARTE BEI DEM TECHNOLOGIE- UND MANAGEMENTBERATER BEARINGPOINT IN ÖSTERREICH AUFZUBAUEN. SIE SPRECHEN ÜBER DIE UMSTELLUNG AUF S4/HANA, DIE UNTERSTÜTZUNG VON GESCHÄFTSPROZESSEN DURCH DIE IT UND GLOBALE HERAUSFORDERUNGEN FÜR UNTERNEHMEN.

NEUER PLAYER AM SAP- MARKT

TEXT | MARTIN SZELGRAD

☞ Welchen Bedarf sehen Sie in Sachen SAP in Unternehmen heute? Wie weit ist der S4/HANA-Markt in Österreich gediehen?

Helmut Ritter: Abgesehen von wenigen Vorreitern haben sich die meisten Unternehmen in den vergangenen Jahren zwar mit S4/HANA beschäftigt, es aber noch nicht für das Tagesgeschäft umgesetzt. Das ändert sich jetzt mit dem Start von Projekten in der Breite – wir sprechen hier von Projektvolumen im siebenstelligen Bereich und aufwärts. Viele Unternehmen nutzen den Wechsel auch als einmalige Chance, ihr IT-System völlig neu aufzustellen. Man nimmt sich dafür mehr Zeit und nimmt mehr Geld in die Hand. Andere gehen aus Ressourcengründen zunächst einen einfacheren Weg. Sie werden aber in spätestens fünf bis zehn Jahren sehen, dass sie doch ein grundsätzlich neues SAP-System benötigen. Deswegen glauben wir, dass dieser »Run«, in dem wir uns derzeit befinden, nicht mit 2027 enden wird.

Gernot Stöger-Knes: Die Geschwindigkeit in der Strategie der HANA-Umsetzung kann auch vom Stellenwert der IT in einem Unternehmen abhängen. Wenn die IT als Wettbewerbsfaktor gesehen wird, wird man vorne mit dabei sein. Oft sind andere Aktivitäten im Unternehmen bestim-

Fotos: Milena Krobath



Die Experten Gernot Stöger-Knes und Helmut Ritter sehen mit der starken Marke BearingPoint die ideale Basis für die Umsetzung von SAP-Projekten bei den Kunden.

mend, denn ein Wechsel zu HANA bedeutet Arbeit an Kernprozessen, was stets interne Ressourcen bindet. Selbst bei einer Brown- oder Blue-Field-Umstellung, die zur Gänze oder teilweise auf vorhandene IT-Strukturen und Daten baut, muss entsprechend getestet werden. Es wird also immer internen Aufwand auf Kundenseite geben.

☞ Warum ist BearingPoint ein guter Partner, um SAP-Projekte bei Kunden umzusetzen?

Stöger-Knes: BearingPoint ist nicht nur im SAP-Bereich, sondern auch in vielen anderen technologischen Feldern tätig. SAP öffnet sich mit der Cloud und der SAP Business Technology Platform unterschiedlichsten Technologien. Das können wir direkt mit unserem Portfolio adressieren und zusätzlich unsere Organisationskompetenz einbringen – etwa in der agilen Transformation von Unternehmen. Die Kompetenzen von BearingPoint sind die Technologieberatung ebenso wie Organisations- und Managementberatung. SAP ist gefühlt hier in der Mitte zu finden.

Ritter: Es macht auch Freude, dass sich der frühere Monolith SAP in den vergangenen Jahren stark verändert hat. Das SAP-System rückt eigentlich in den Hintergrund – sichtbar sind unterschiedlichste Anwendungen und oft auch neue Start-ups mit gutem Geschäft, die an SAP-Lösungen angebunden werden.

☞ Sie leiten seit Anfang des Jahres gemeinsam die neu gegründete SAP-Sparte bei BearingPoint in Österreich. Wie sind Sie derzeit aufgestellt?

Stöger-Knes: BearingPoint hat eine wechselhafte Geschichte zum Thema SAP in Österreich, verfügt aber über mehr als 1.000 SAP-Consultants in Deutschland, hat einen SAP-Fokus an Standorten in der Schweiz, Frankreich, Italien und anderen europäischen Ländern. Zusätzlich haben wir ein Entwicklungszentrum in Rumänien und Indien. Wir sind nun mit unserem Know-how angetreten, gemeinsam mit der breiten Expertise unserer Kolleg*innen aus den unterschiedlichsten Branchen, die SAP-Sparte in Österreich wieder zu stärken. Wir bauen unser Team bis Jahresende auf und können bereits heute alle Prozesse in der Wertschöpfungskette von Unternehmen – von Finanzen angefangen über Logistik, Vertrieb und Beschaffung – mit Experten-Know-how abdecken. Ebenso gilt das für den Technologiebereich SAP Business Technology Platform und

für Basisthemen in den Projekten. Es ist eine gute Grundlage für weiteres Wachstum und für die Integration zusätzlicher Mitarbeiter*innen.

Ritter: BearingPoint ist de facto ein neuer Player im SAP-Markt in Österreich. Wir sind überzeugt, dass wir mit unserem Wissen, unserer Erfahrung und dem bestehenden Know-how im Unternehmen eine perfekte Mischung für unsere Kunden bieten.

☞ Welche Segmente in der Wirtschaft wollen Sie künftig ansprechen?

Stöger-Knes: Aufgrund unserer langjährigen Erfahrung in den Prozessen und Anforderungen der produzierenden Industrie, stellt diese Branche sicherlich einen besonderen Fokus dar. BearingPoint selbst hat bereits einen starken SAP-Schwerpunkt im »Automotive and Industrial Manufacturing«. Zusätzlich wollen wir bei Kunden der BearingPoint Österreich in allen Geschäftsfeldern das Thema SAP adressieren – so etwa im Bankensektor.

Ritter: Die Banken müssen in diesem Bereich noch viel umsetzen. Es gilt, aufgrund der Vorgaben von SAP bis zum Jahr 2027 auf SAP S/4HANA zu wechseln. SAP ist das letzte große Softwareunternehmen Europas mit einem Marktanteil von 84 % in der Region Österreich, Deutschland und Schweiz. Weltweit werden 450.000 Unternehmen ihr SAP-System auf die neue Release umstellen müssen. Das ist ein enormes Volumen und viele Unternehmen gehen die Umstellung jetzt aktiv an. Die Nachfrage ist da.

☞ Auch der SAP-Markt ist vom Fachkräftemangel betroffen. Bekommen Sie genügend Fachleute?

Stöger-Knes: Der Jobmarkt ist auf jeden Fall herausfordernd. Zum Glück haben wir durch unsere langjährige Tätigkeit im Beratungsgeschäft bereits einige Mitarbeiter*innen für BearingPoint begeistern können. BearingPoint baut auch selbst Personal auf, mit einem Bootcamp in Graz für Hochschulabsolventen und Quereinsteiger. Und natürlich ist unser Recruiting-Team kreuz und quer bei Jobmessen präsent.

Ritter: Es hilft zudem, dass BearingPoint seit Jahren an der Spitze der Top-Arbeitgeberbewertungen in Österreich ist. Der Unternehmensname hat eine starke Zugkraft, da viel für die Markenpflege und für die Mitarbeiter*innen getan wird. BearingPoint bietet zum



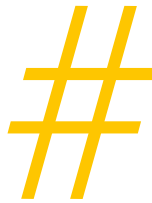
➔ GERNOT STÖGER-KNES

hat Wirtschaftsingenieurwesen Maschinenbau an der TU Graz studiert und ist seit 1998 in der SAP-Beratung. Der Experte war in den Bereich Maschinen- und Anlagenbau tätig, speziell in der Vertriebslogistik und bei der Einführung und weltweiten Harmonisierung von SAP-Systemen. Stöger-Knes war bei ai informatics tätig und bei dem SAP-Berater Phoron Consulting, für den er zusätzlich den Standort Brasilien aufgebaut hat, Managing Consultant und Geschäftsführer. Seit 2023 ist der Leiter des SAP-Bereichs bei BearingPoint.



➔ HELMUT RITTER

ist mit dem Studium Handelswissenschaften – Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik ebenfalls seit 1998 im SAP-Bereich tätig. Den boomenden SAP-Markt in Österreich und insbesondere Kunden im Finanzbereich betreute Ritter zunächst bei ai Informatics. Anschließend war er gemeinsam mit Gernot Stöger-Knes am Aufbau von Phoron Consulting beteiligt und verantwortete zuletzt die Agenden des CFO bei dem Beratungshaus. Nach dem Ausstieg bei Phoron wechselte Ritter zu BearingPoint, um dort das SAP-Segment aufzubauen und zu leiten.



DER MEHRWERT DER LÖSUNG LIEGT MEIST IN DEN GESCHÄFTS-PROZESSEN.

Beispiel eine Leadership-Ausbildung in Yale oder Oxford. Zu Beginn ihrer Tätigkeit nehmen Mitarbeiter*innen an einem Onboarding-Event auf einem Trainingscampus in Brüssel teil.

➔ Was ist ein gutes Beispiel für einen Wandel in der Wirtschaft auf Technologiebasis?

Ritter: Einer unserer Kunden ist Österreichs größter Straßenlogistiker. Das Unternehmen hat ein Prozent Marktanteil in Europa und operiert dynamisch mit Transportfahrzeugen – Zugmaschinen und Auflieger. Wir haben ein System für optimierte Routen und LKW-Beladungen entwickelt, damit Lieferungen termingerecht und ressourcenschonend – kurze Wege, weniger Spritverbrauch und Emissionen – zugestellt werden können. Dafür gab es ursprünglich kein System am Markt. BearingPoint hat in einer mehrjährigen Zusammenarbeit eine durchgängige Logistiklösung umgesetzt, die nicht nur über GPS mit den aktuellen Standortdaten der Fahrzeuge arbeitet, sondern auch die Anlieferungen an Lagerhallen in den Prozessen unterstützt. Das Personal vor Ort bekommt rechtzeitig den Zeitpunkt und Einsatzpunkt für den Gabelstapler, weiß den Bedarf für einen freien Platz zur Anlieferung und auch die Größe des benötigten Lagerplatzes – der dann bestenfalls so kurz wie möglich genutzt wird. Im Hintergrund werden Daten an das ERP-System übergeben, der Mehrwert der Lösung liegt aber in den Geschäftsprozessen. Welcher LKW wo gerade in Europa unterwegs ist, wer spontan Paletten auf seiner Strecke mitnehmen kann – das zu wissen und steuern zu können, kommt Auftraggebern, Kunden und der Umwelt gleichermaßen zugute.

➔ Welchen Stellenwert haben Nachhaltigkeitsthemen bei SAP-Projekten heute?

Ritter: Das Thema ist mehr und mehr ein Teil der Projekte. SAP hat bereits ein eigenes Sustainability-Portfolio am Markt. Unter den Angeboten ist der »Emission Calculator« von BearingPoint, mit dem Unternehmen den CO₂-Fußabdruck ihrer Tätigkeiten für Verbesserungen und Reportings messen und dokumentieren kön-

nen. Wir setzen mit einer Mitarbeiterin ab Juni auf diese die Kombination von ESG- (Anm. Environmental, Social, Governance), SAP- und Industrieprozess-Know-how und Nachhaltigkeit.

➔ Welchen Herausforderungen und welchen Chancen begegnen Sie bei Großprojekten?

Stöger-Knes: Bei Green-Field-Implementierungen werden mit dem Gang in die Cloud die Prozesse neu definiert. Man beschäftigt sich mit einer Harmonisierung oder führt »Best Practices« von SAP ein und löst damit einen internen Change aus. Bei einem aktuellen Projekt mit einem Unternehmen in der Schweiz mit 15 Standorten weltweit, darunter einige Produktionsstandorte, werden nun auch Zuständigkeiten neu strukturiert. Globale »Process Owner« und »Process Experts« sind Rollen, mit denen sich die Firma vorher nicht beschäftigt hat – es gab ja die globale Ebene nicht. Auf SAP-Seite werden jetzt die Prozesse in Zusammenarbeit mit dem Business technisch neu definiert. Darüber hinaus müssen die Menschen mitgenommen und angehalten werden, über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen. Die Prozessverantwortlichen des Kunden müssen mit dem Beraterteam das Zusammenspiel der Produktionswerke und die Harmonisierung der Prozesse in den Werken mitbedenken, ebenso den gesamten logistischen Fluss zwischen den Werken und mit Kunden und Lieferanten. Im Finanzbereich ist das in der Regel schon der Fall, nicht aber bei den Stammdaten auf Produktionslevel. Wer legt diese an? Wer sorgt für die Datenqualität? Wie wechselt man von den Kunden-Lieferanten-Beziehungen zwischen den Standorten nun zu Umlagerungsbestellungen? Und wie führt man diese automatisiert ein? Das sind spannende Themen, die viel Veränderung für Unternehmen bedeuten. In der Regel dienen die Projekte nicht dem Abbau von Mitarbeitenden, sondern einer Wachstumsstrategie, um mit der bestehenden Belegschaft mehr Umsatz zu generieren und damit eine bessere Marktposition zu erreichen. Der Schritt zu S4/HANA bietet den Anlassfall für diese Überlegungen. ■



Für ein schlechteres Morgen?

Amazon, Facebook, Google und viele andere Onlineplattformen waren früher besser. Das ist kein Zufall, sondern Teil der Systemlogik.

TEXT | RAINER SIGL

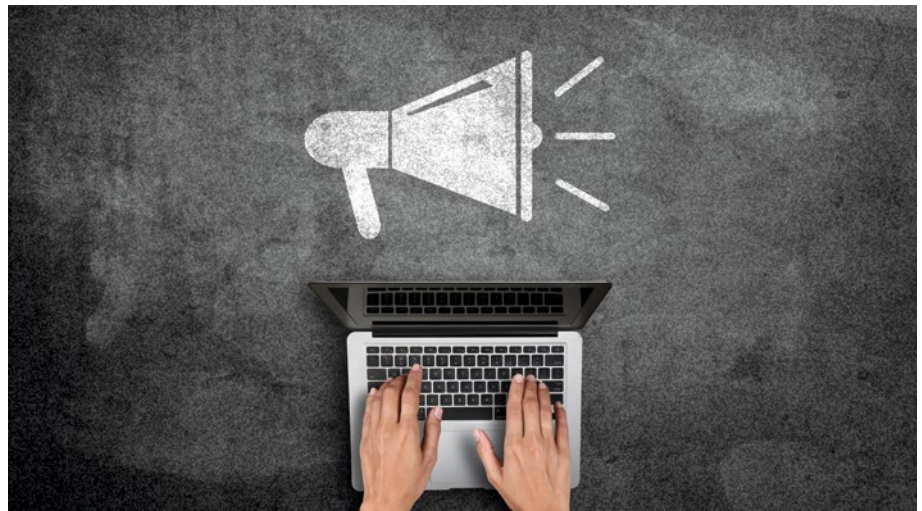
Die Erzählung von der goldenen, neuen Tech-Zukunft geht ungefähr so: Die analoge Vergangenheit war mühsam, vieles war Handarbeit und wegen fehlender Automatisierung dauerte alles ewig. Dank cleverer Disruption und Tech-Visionären geht heute digital alles schneller, billiger und zuverlässiger – von der Informationssuche übers Online-Einkaufen bis hin zur Übernachtung, Taxifahrt und dem Kontakthalten mit Familie und Freunden.

Dieser Optimismus vom ewig besseren Morgen wird allerdings in den letzten Jahren auf eine harte Probe gestellt. Nach den ersten Jahren voller Zuversicht machen sich auf vielen großen Onlineplattformen Resignation und zunehmend Unmut breit. Weil, mal ehrlich: Irgendwie funktioniert das alles nicht mehr so gut, wie man es schon einmal gewohnt war.

Die Google-Suche liefert hauptsächlich Werbung, die Produktsuche auf Amazon ist dank »sponsored products«, Eigenmarken und Fake-Reviews ein Ärgernis, auf Facebook bekommt man statt Ferienfotos von der Cousine zunehmend radikale Impfgegner-Esoterik oder sonstigen rechten Trash ausgespielt. Die Liste ist lang – und sie wird länger, je mehr man darüber nachdenkt. Der Tech-Blogging-Vordenker Cory Doctorow hat dafür ein passendes, passend deftiges Wort gefunden: »enshittification«.

WIE ONLINEPLATTFORMEN STERBEN

Doctorow bringt die erst langsame, dann raschere »Beschissenwerdung« einstmals nützlicher Onlinedienste auf eine gemeinsame Formel – und das als Antwort auf die Frage, »wie Onlineplattformen sterben«. Am Beginn ihrer Lebenszyklen umwerben die Plattformen ihre Nutzer*innen mit Services, die nützlich und innovativ sind. Wenn



DIGITALPOLITISCHE WEICHENSTELLUNGEN KÖNNTEN DEN SCHADEN FÜR KUNDEN VERKLEINERN.

eine ausreichend große Nutzer*innenbasis durch ein attraktives Produkt gewonnen ist, wenden sich die Plattformen primär ihren Geschäftskunden zu: Die Endnutzer*innen, zuvor noch umworben und verwöhnt, werden zur Ware, die an die dafür zahlenden Business-Kunden verkauft wird.

In einem letzten Schritt werden dann die Geschäftskunden selbst gemolken, bis die Plattform für beide, Endnutzer*innen und Geschäftskunden, endgültig abstoßend geworden ist. Profitiert haben am Schluss nur die Aktionär*innen der Plattformen selbst – und auch das nur, wenn sie schnell genug am Höhepunkt der Kurve abgesprungen sind. Am Ende, so Doctorow, steht der Tod ehemals großer Online-Titanen – oder zumindest ihre Unbenutzbarkeit – und eine Riesenmenge frustrierter Nutzer*innen.

An Google, Amazon, TikTok, Twitter, AirBnB, Uber und vielen anderen Onlineplattformen lasse sich dieser unsympathi-

sche Lebenszyklus beobachten, so Doctorow, denn letztlich sei dieser nur ein Ausdruck des in der Online-Ökonomie besonders ausgeprägten Hechelns nach kurzfristigen Gewinnsteigerungen. Um möglichst rasch auch noch den letzten Tropfen Geld aus den Plattformen zu pressen, werden zuerst die Nutzer*innen und danach auch noch die Geschäftskunden bis zu deren jeweiliger Schmerzgrenze und darüber hinaus geschröpft.

Verhindern lasse sich diese Selbstkannibalisierung nicht, allerdings könnte eine digitalpolitische Weichenstellung helfen, den Schaden für Kunden zu verkleinern. Die Plattformen müssten gezwungen werden, ihren Nutzer*innen den Wechsel zur Konkurrenz zu vereinfachen, samt den Daten und Netzwerken, die sie eingebracht und erarbeitet haben. Das wäre ein Morgen, dem man tatsächlich wieder mit Optimismus begegnen könnte. ■



RAINER HAUDE, GRÜNDER UND MANAGING DIRECTOR VON PROSALDO.NET, UNTERSTÜTZT KLEINUNTERNEHMER*INNEN BEI LÄSTIGEN BUCHHALTUNGSARBEITEN.

Intelligente Vorschläge aus der Maschine

☞ Was erwarten Kund*innen heute von einer Software für die Rechnungsabwicklung und Buchhaltung?

Rainer Haude: Sie setzen vor allem Schnelligkeit voraus, um Aufgabenstellungen sofort lösen zu können. Zweitens sollen Rechnungen richtig interpretiert werden und möglichst korrekt ausgelesen werden, um die wichtigsten Informationen automatisiert zu übernehmen und auch gleich auf die richtigen Konten zu verbuchen. Ich spreche hier betont nicht von Buchhaltung – ein eigentlich fürchterlicher Begriff, der stark mit der Technik des Rechnungswesens verknüpft wird –, sondern von einem Organisieren von Belegen. Denn eigentlich geht es darum, Belege ordnungsgemäß abzulegen und

Rainer Haude, Geschäftsführer von ProSaldo.net, will mit der zunehmenden Automatisierung von Buchhaltungsprozessen vor allem Kleinstunternehmen eine lästige Arbeit abnehmen.

TEXT | MARTIN SZELGRAD

daraus wirtschaftliche Erkenntnisse zu gewinnen. Je besser Unternehmer*innen ihre Rechnungen im Griff haben und eine Transparenz über Einnahmen und Ausgaben herrscht, desto sicherer sind sie auch wirtschaftlich aufgestellt.

☞ Woran arbeiten Sie dazu bei ProSaldo.net? Was enthält Ihr Produkt?

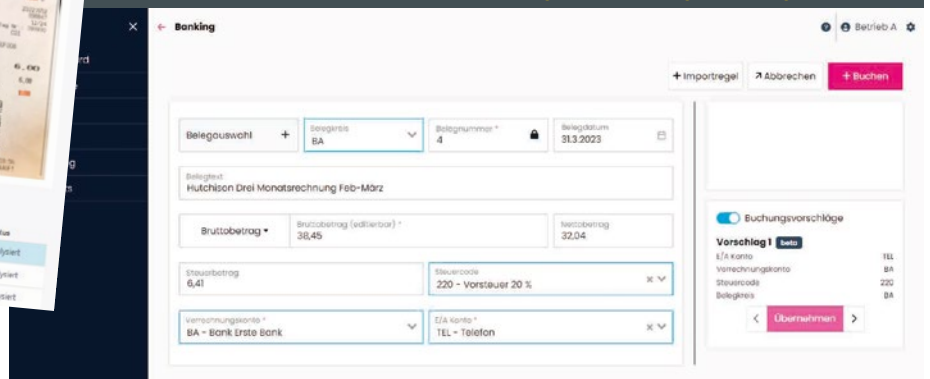
Haude: ProSaldo.net gibt einen finanziellen Überblick über ein Unternehmen und ist eine Rundumlösung für Buch-

haltung, Rechnungen und Registrierkassa. Bei manchen Tools wie auch unserem gibt es seit vielen Jahren OCR-Erkennung (Anm. »Optical Character Recognition«), um aus Scans und Fotos von Rechnungen oder Verträgen relevante Informationen für nachgelagerte Kundenservice- oder Verrechnungsprozesse auszulesen. Auch Importfunktionen etwa für Datensätze zu Kontenbewegungen sind Standard. Wir gehen jetzt aber mit einer mit Machine Learning angereicherten Lösung für

Fotos: ProSaldo.net



Prosaldo.net unterstützt die User mit intelligenten Buchungsvorschlägen.



Buchungssätze einen Schritt weiter und haben unsere Buchhaltungs-Engine verbessert. Unsere KI analysiert Kontenbewegungen und schlägt durch das Erlernete den richtigen Buchungssatz vor. Anfangs hilft man der Maschine noch, aus den verschiedenen Datensätzen auswählen – Tinder-mäßig wischt man Vorschläge zur Seite. Aber die Engine lernt abstrahiert auch übergreifend über alle Anwender*innen. Das betrifft ebenso Sonderfälle – etwa bei einem Split einer Tankrechnung in einen Sprit-Anteil und Kosten für die Verköstigung im Tankstellenshop, die beide betrieblich berücksichtigt werden sollen. Wollte man dies über Regeln abbilden, müsste es unglaublich viele Regeln geben, um alle Sonderfälle abzudecken. Das ist weder sinnvoll noch kann es auf Dauer in einem System gewartet werden.

Prosaldo.net schafft eine maschinen-gesteuert korrekte Zuordnung der Belege ab der zweiten, vielleicht dritten Rechnung. Unsere Lösung ist erstaunlich präzise. Durch diese intelligenten Buchungsvorschläge soll die Buchhaltung für Un-

ternehmer*innen ihr »unsympathisches« Gesicht verlieren und zu einem hilfreichen Basisprozess werden, der Unternehmer*innen ganz einfach wirtschaftlich erfolgreicher macht.

☞ Welche KI-Plattform nutzen Sie dafür?

Haude: Die KI haben wir selbst gebaut, sie ist eine Entwicklung aus Österreich.

☞ Warum sollten Unternehmer*innen auf Ihre Lösung setzen?

Haude: Seit der Gründung haben wir das große Ziel, für Klein- und Kleinstunternehmen das Geschäft so einfach wie möglich machen. Buchhaltung gehört nun einmal nicht zu den wertschöpfenden Kerntätigkeiten eines IT-Beraters zum Beispiel. Diese Prozesse sind mühsam und ist fehleranfällig.

Es wird immer auch komplizierte Fälle geben, die man mit Spezialist*innen und vielleicht dem Steuerberater lösen muss. Das Gros der Fälle aber kann aus meiner Sicht sehr gut über eine Maschine abgedeckt werden. Unser intelligenter Assistent kann Buchungen enorm beschleunigen, in dem der Mensch nur noch die Ergebnisse kontrolliert und bestätigt.

Und auch diese Welt wird sich noch verändern. Ich bin überzeugt, dass wir in Zukunft die Buchhaltung ganz einfach vorschlagen werden. Die Engine wird dann gegen die Lösung arbeiten – sie wird jene Sonderfälle herausstreichen, die noch überprüft werden sollten.

☞ Wie ist Prosaldo.net wirtschaftlich aufgestellt?

Haude: Wir sind in den letzten Jahren um ein Vielfaches gewachsen – in der Zahl der Benutzer, der Funktionen unseres Produkts und der Mitarbeit*innen. Das hat

auch unseren Anspruch gestärkt, eine Lösung für alle Ein-Personen-Unternehmen und kleinere Unternehmen zu bieten. Den richtigen Partner für weiteres Wachstum haben wir vor drei Jahren mit der norwegischen Unternehmensgruppe Visma gefunden. Visma setzt auf Beteiligungen an Softwareunternehmen in vielen europäischen Ländern. Ihr Anspruch ist, mit Digitalisierungslösungen Menschen und Organisationen in ihren Geschäftsprozessen zu unterstützen. Übernommene Unternehmen bleiben bei Visma eigenständig, erhalten aber hervorragende Unterstützung in Form von Kapital und Know-how. Es ist wie in einer großen Familie, man belässt weiterhin dem lokalen Management die Entscheidungshoheit – denn diese kennen den Markt, ihre Kunden und die gesetzlichen Rahmenbedingungen am besten.

☞ Wie sehen Sie generell die Entwicklung von KI in der Wirtschaft und Gesellschaft?

Haude: Die aktuellen Entwicklungen rund um künstliche Intelligenz adressieren nicht nur regulatorische Herausforderungen, sondern auch gesellschaftliche. Wie gehen wir mit den Möglichkeiten von KI-unterstützten Lösungen um? Unter welchen Bedingungen werden wir sie in der Gesellschaft akzeptieren? Bei einem auch in der Nacht verfügbaren Chat-Service werden Kund*innen sicherlich Antworten einer Maschine akzeptieren, wenn diese rasch und in guter Qualität kommen. Ohne technische Unterstützung würde es diesen Service zu diesem Zeitpunkt ja gar nicht geben können. Aber zu Bürozeiten wird man sich bei besonders ausgefallenen Fragen weiterhin ein menschliches Gegenüber in Serviceprozessen erwarten. Das sind Überlegungen, die auch in die Weiterentwicklung unserer Lösungen fließen. ■



UX in der Prozessentwicklung

TEXT | MARIO BUCHINGER

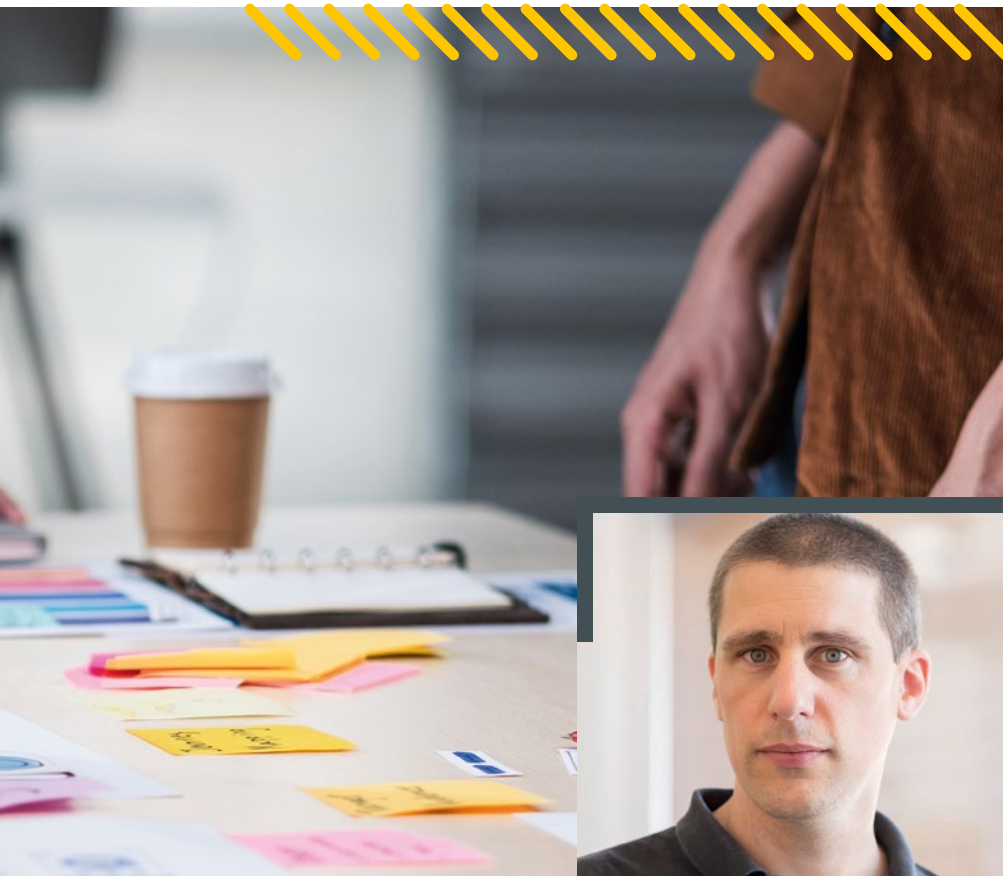
UX wird meist mit der Entwicklung neuer Produkte assoziiert. Funktioniert dieser Ansatz auch bei der Prozessentwicklung? Diese Frage ist klar mit »Ja« zu beantworten. Die Anwendung ist nur manchmal ein Eingriff »am offenen Herzen«, bringt aber große Entwicklungspotenziale.

Ein Produkt kann man in einem Seitenprozess abseits des operativen Geschehens herstellen, prüfen und ausgewählten Kund*innen zum Testen geben. Der normale Prozessablauf wird nicht beeinträchtigt. Das macht UX bei der Produktentwicklung relativ leicht und greifbar. Bei der Prozessentwicklung sieht es zuerst anders aus. Woher kann man wissen, ob ein Prozess im operativen Umfeld wirklich funktioniert? Endgültig wird man es erst wissen, wenn man es versucht hat. Und davor schrecken viele zurück, auch wenn die Verbesserung dringend nötig wäre. Selbst wenn es immer wieder Fälle gibt, in denen Prozesse teils über Jahrzehnte kaum verändert werden, so sollte jedem klar sein, dass das keine gute Idee ist.

GEMEINSAMKEITEN

Eines haben UX-Ansätze in der Produkt- und der Prozessentwicklung gemeinsam: Es braucht in beiden Bereichen zusätzliches Personal, um die Testszzenarien herzustellen und in eine zumindest partielle Anwendung zu bringen. Bei der Produktentwicklung ist dieses zusätzlich zum operativen Geschehen notwendige Personal meist vorhanden und nennt sich Entwicklungsabteilung, R&D oder so ähnlich.

Bei der Prozessentwicklung ist diese Notwendigkeit nicht mehr ganz so offensichtlich. Aber auch da gibt es Unternehmen, die sich extra dafür eine Entwicklungsabteilung leisten, die dann beispielsweise Operational Excellence, Business Excellence, Lean-Team oder Production System heißen kann. Ich habe in verschiedenen Unternehmen den Aufbau solcher Abteilungen begleitet und zu Beginn stellt die Geschäftsführung oft die Frage, wann sich eine solche Abteilung rechnet. Das kann man nicht pauschal beantworten – man weiß aber aus Erfahrung, dass es sich rechnet. Bei der Entwicklungsabteilung, die Produkte entwickelt, wird die Frage auch nicht gestellt.



DIE OPERATION AM OFFENEN HERZEN

Das ist vergleichbar mit der berühmten Operation am offenen Herzen. Der operative Ablauf sollte nicht beeinträchtigt werden, schließlich hat man den Kund*innen etwas versprochen. Damit die Implementierung nicht zu stark auf die Ausbringung durchschlägt, bedarf es daher einerseits kleiner Schritte und andererseits einer Personalsituation, die unterstützend vor Ort die Arbeitsversuche betreuen kann. In idealen Organisationen schaffen das die lokalen Mitarbeitenden mit den zuständigen Führungskräften von sich aus. Das ist jedoch selten der Fall, weil der operative Alltag dominiert. So kommen Prozessverbesserungsteams zum Einsatz. Sie unterstützen die Leute vor Ort, leiten an und qualifizieren bezüglich neuer Methoden und Werkzeuge.

Die Leute der hauptamtlichen Prozessverbesserungsteams praktizieren ihre Arbeit nicht nur in einem Bereich oder einem Wertstromabschnitt. Sie bringen weitere Erfahrungen anderer Anwender*innen außerhalb des betroffenen Bereichs, also ein externes »X«, ein. Einige Unternehmen holen sich punktuell externe Unterstützung oder haben Programme zum Erfahrungsaustausch mit Prozessverbesserungsteams anderer Unternehmen. Alle Maßnahmen haben eines gemeinsam: Es kommen die Erfahrungen von Anwender*innen ins Spiel. Wenn Sie jetzt das Gefühl haben, das kommt Ihnen bekannt vor, dann mag das sein. Ein anderer Begriff für UX in der Prozessentwicklung ist KVP in Kombination mit Best-Practice. Wobei ich hier »Worst-Practice« nicht ausschließen möchte, denn auch in negativen Erfahrungen stecken große Verbesserungspotenziale.

FAZIT

UX in der Prozessentwicklung ist ein elementarer Baustein der kontinuierlichen Verbesserung, indem man Erfahrungen aus anderen Bereichen oder gar Unternehmen einfließen lässt. Dafür sind zusätzliche personelle Kapazitäten sehr hilfreich, die den Prozess betreuen und unterstützen. Diese Prozessverbesserungsteams sind sehr wirtschaftlich, auch wenn sich deren monetärer Nutzen oft nicht isoliert ausweisen lässt. ■

DAS U UND DAS X IN UX

Während bei der Produktentwicklung schnell klar ist, wer die »User*innen« als das »U« bei UX sind, so ist das bei der Prozessentwicklung nicht ganz so offensichtlich. Den finalen Kund*innen, für die man ein Produkt oder eine Dienstleistung herstellt, ist es letztlich egal, wie es entsteht. Die versprochene Leistung muss zur richtigen Zeit mit der richtigen Qualität am richtigen Ort sein. Die User*innen bei UX in der Prozessentwicklung sind also nicht die finalen Kund*innen, sondern die Menschen, die im Prozess tätig sind. Und deren Erfahrung – also das »X« – gilt es einzubeziehen. Das geschieht im Rahmen einer Ist-Analyse, aus der man die Schwächen identifiziert, die Zielzustände herleitet und anschließend schrittweise umsetzt. Die Umsetzung erfolgt, im Gegensatz zur Produktentwicklung, im real existierenden Umfeld. Auch hier kann man durch Prototypen und Experimente vorab Erfahrungen erzeugen, die man anschließend im realen Prozess implementiert. Aber es kommt unweigerlich der Schritt, an dem man den produktiven Prozess beeinflusst und zeitweise auch anhalten muss, um eine Verbesserung zu implementieren und die Wirksamkeit im realen Umfeld zu prüfen.



ÜBER AUTOR UND UNTERNEHMEN

➤ Mario Buchinger ist (Ökonomie-) Physiker, Musiker und Autor. Der Lean- und Kaizen-Spezialist war zehn Jahre als Angestellter und Führungskraft bei Daimler und Bosch tätig, bevor er 2014 das Unternehmen Buchinger|Kuduz gründete, das auf Strategie-, Prozess- und Klima-Transformation spezialisiert ist. Zu den Kunden zählen neben Industrieunternehmen u. a. auch Banken und öffentliche Behörden.

➤ Wie kann man die eigene Organisation befähigen, kontinuierliche Verbesserung aus eigener Kraft und eigener Motivation heraus voranzutreiben?



Mehr Information bei
Buchinger|Kuduz

KOMMENTAR

Was Meinung ist und wer Position bezieht



Bei der Einhaltung der Lizenzbedingungen darf nicht willkürlich verfahren werden.



Tobias Tretzmüller / Rechtsanwalt

Open-Source-Software und Recht

Die Charakteristika von Open-Source-Software, Ursprünge und rechtliche Bedeutung: Ein Kommentar von Rechtsanwalt Tobias Tretzmüller zur Rechtssicht auf Compliance, Verstöße gegen Lizenzen und Urheberrechtsverletzungen.

Die erste grundlegende Definition von Open-Source-Software geht auf die Free Software Foundation Ende der 1990er Jahre zurück. Diese betont: »Free software is a matter of the users' freedom to run, copy, distribute, study, change and improve the software.« Open-Source-Software kann am besten dadurch beschrieben werden, dass man sie von ihrem »Spiegelbild«, der proprietären Software, unterscheidet.

Im Wesentlichen hat eine proprietäre Software folgende charakterisierende Eigenschaften:

- ➔ Der Quellcode ist privat und steht der Öffentlichkeit nicht zur Verfügung.
- ➔ Die Weiterverbreitung der Software ist grundsätzlich verboten.
- ➔ Die Nutzung der Software kann inhaltlich, zeitlich, territorial und personell beschränkt werden.

Spiegelbildlich dazu weist Open-Source-Software folgende Eigenschaften auf:

- ➔ Der Quellcode steht der Öffentlichkeit unverschlüsselt zur Verfügung.
- ➔ Die Weiterverarbeitung und Verbrei-

tung der Software ist zulässig (und gewünscht).

- ➔ Eine Beschränkung der Nutzung ist verboten.

Open-Source-Software bildet somit einen Gegenpol zur klassischen proprietären Software. Der Begriff der Open-Source-Software ist damit von jenem der Free Software strikt zu trennen.

Von der Entwicklung her unterscheiden sich der proprietäre und Open-Source-Ansatz dadurch, dass bei Open-Source-Software oft sehr viel mehr Entwickler beteiligt sind, diese jedoch in vielen Fällen keine organisatorische, wirtschaftliche oder persönliche Beziehung verbindet.

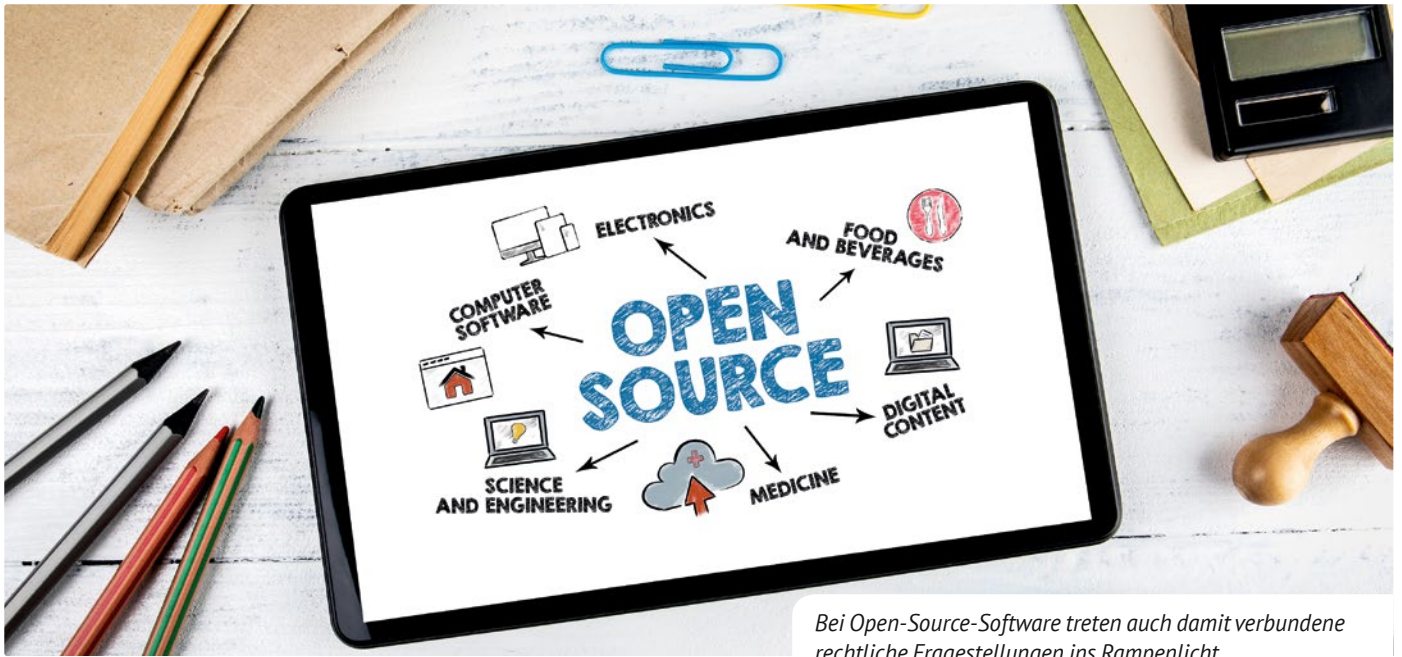
Die Anfänge der Open-Source-Bewegung liegen in den späten 1960er Jahren und sind untrennbar mit dem Betriebssys-

tem Unix verknüpft. Dessen Nachfolger, das Betriebssystem Linux, ist heute allgegenwärtig. Betriebssysteme wie Android oder Chrome OS setzen auf Linux auf. Es wird von über 15.000 Programmierern und 1400 Unternehmen in einem kooperativen Modell weiterentwickelt.

Will man Gründer der Open-Source-Bewegung benennen, so sind der Finne Linus Torvalds und der Amerikaner Richard Stallman anzuführen. Stallman gründete im Jahr 1985 als Mitarbeiter des Massachusetts Institute of Technology (MIT) in Boston die Free Software Foundation mit dem Ziel, eine für jedermann frei zugängliche Alternative zum kommerziellen Betriebssystem Unix zu entwickeln. In diesem Zusammenhang formulierte er die Grundregeln der Philosophie von Open-Source-Software, aus denen sich die



DIE WEITERVERARBEITUNG UND VERBREITUNG IST ZULÄSSIG.



Bei Open-Source-Software treten auch damit verbundene rechtliche Fragestellungen ins Rampenlicht.

bekannteste Open-Source-Lizenz, die GPL, entwickelte.

OPEN-SOURCE-SOFTWARE UND RECHT

Mit zunehmender Popularität von Open-Source-Software treten auch damit verbundene rechtliche Fragestellungen in das Rampenlicht. Keinesfalls darf aus der Philosophie von Open Source gefolgert werden, dass die Lizenznehmer in der Einhaltung der Lizenzbedingungen willkürlich verfahren dürfen. Obwohl die Anzahl streitiger Verfahren zu Open-Source-Software noch überschaubar ist, haben die Gerichte bislang immer wieder entsprechende Lizenzverstöße anerkannt. Eine zusätzliche Schwierigkeit im Zusammenhang mit Open-Source-Lizenzen ergibt sich aus dem Umstand, dass diese aus dem nordamerikanischen Rechtsraum stammen und daher Probleme bei der Auslegung im Lichte der nationalen Rechtsordnung vorliegen.

Der Aspekt der Open Source Compliance wird in der Praxis auch im Rahmen von Due-Diligence-Prüfungen bei Unternehmenskäufen relevant. Open-Source-Verfehlungen können dabei den Kaufpreis erheblich negativ beeinflussen. Für den Wert des Unternehmens kann es einen erheblichen Unterschied machen, ob die dort verwendete Open-Source-Software rechtskonform eingesetzt wird oder ob diesbezügliche rechtliche Risiken bestehen. Auch kann ein Open-Source-Lizenz-

verstoß einen gewährleistungsrechtlich relevanten Rechtsmangel begründen.

Lange Zeit war der rechtliche Gehalt von Open-Source-Lizenzen fraglich. Wie können diese sehr amerikanischen Vertrags-schablonen mit dem europäischen Rechtsverständnis in Einklang gebracht werden? Wegbereitend war eine Entscheidung aus dem Jahr 2004. In diesem Verfahren hatte der deutsche Programmierer Harald Welte gegen den Hardwareanbieter Sitecom Unterlassungsansprüche geltend gemacht. Die Rechtssache landete vor dem Landesgericht München. Die Entscheidung des Gerichtes war bahnbrechend: Dieses bestätigte das Unterlassungsbegehren. Dies deshalb, weil ein Verstoß gegen Open-Source-Lizenzen eine Urheberrechtsverletzung begründet. Wird gegen die Open-Source-Lizenzen verstoßen, fallen die Nutzungsrechte automatisch ex nunc weg und der Lizenznehmer begeht eine Urheberrechtsverletzung, wenn er die Software entgegen den Lizenzbedingungen vertreibt. Damit wurde klar gestellt, dass Open-Source-Lizenzen einen (beachtlichen) rechtlichen Gehalt haben.

Diese Ansicht wurde in der Folge mehrfach durch Gerichte bestätigt. Beispielsweise hat das LG Bochum die Möglichkeit eines Schadenersatzanspruches bei einer Verletzung von Open-Source-Lizenzen festgestellt.

Open Source Compliance hat freilich nicht bloß ausschließlich deutsche Gerichte beschäftigt. In der Rechtssache Artifex Software gegen Hancorn wurde beispiels-

weise im Jahr 2017 ein Unterlassungsvergleich vor dem US District Court N.D. of California geschlossen.

Dabei ist jedoch anzumerken, dass die allermeisten Rechtsstreitigkeiten rund um Open-Source-Lizenzen nicht vor Gerichten ausgetritten werden. Dies ist dadurch begründet, dass die Rechtsunsicherheiten nach wie vor hoch sind. Die weit überwiegende Zahl von Open-Source-Konflikten wird mit außergerichtlichen Unterlassungserklärungen beendet. Auch Massenabmahnwellen der OS-Entwickler wurden bislang nicht losgebrochen, sind aber in Anbetracht des doch weiten Einsatzes künftig nicht mehr per se ausgeschlossen. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass das größte rechtliche Verfolgungsrisiko nicht von den Rechtsinhabern ausgeht, sondern von den Vertragspartnern, die sich verpflichtet sehen, alle Open-Source-Bedingungen einzuhalten.

ZUM AUTOR

DR. TOBIAS TRETZMÜLLER

ist Rechtsanwalt mit Fokus auf den Bereich des Softwarerechts. Er ist auf IT-Vertragsgestaltung, IT-Streitigkeiten, E-Commerce, Markenrecht, neue Technologien (Blockchain, KI) sowie Datenschutzrecht spezialisiert. Er hat umfassende Lehr- und Vortragstätigkeiten sowie Publikationen in einschlägigen Medien.

FIRMENNEWS

Von Firmen für Firmen

»Edge« im Paket

Datenverarbeitung am Netzwerkrand stellt Firmen vor Herausforderungen. NTT hilft mit einem Servicepaket.



Roman Oberauer, NTT: »Edge as a Service eröffnet vielen Branchen völlig neue Möglichkeiten.«

Edge Computing ist auf dem Vormarsch. Die Verarbeitung und Analyse von Daten direkt vor Ort bringt jedoch die IT-Möglichkeiten vieler Unternehmen an ihre Grenzen. Ein As-a-Service-Modell kann hier die Antwort sein. Roman Oberauer, Country Managing Director von NTT in Österreich: »Die Einsatzbereiche sind sehr vielfältig. IoT-Technologie kann in Verbindung mit Edge Computing zum Beispiel Fan-Erlebnisse bei Sportereignissen deutlich verbessern. Ich denke etwa an Echtzeitinformationen zur Länge der Schlange am Verkaufsstand im Stadion oder interaktive Infoterminals.« Auch in der Medizin gibt es zahlreiche Anwendungsbeispiele, zum Beispiel die Echtzeitauswertung gesundheitskritischer Daten wie der Herzfrequenz oder Roboter, die in Krankenhäusern Zimmer vorbereiten und säubern – Mitarbeitenden bleibt mehr Zeit für die Patientenversorgung. Doch sind Implementierung und Verwaltung der Anwendungen komplex. Der Experte empfiehlt, ein Paket für »Edge as a Service« abzuschließen, sodass sich Unternehmen auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können.

Fotos: iStock, NTT/Lehner

STORAGE ALS SERVICE

Durch die APEX Data Storage Services ergeben sich auch für Channel-Partner zusätzliche Verdienstmöglichkeiten.

Eine zentrale Plattform zur Verwaltung und Orchestrierung der Speicherressourcen und IT-Infrastruktur.

Die APEX Data Storage Services von Dell Technologies sind ab sofort in Österreich verfügbar. Mit dem cloud-basierten As-a-Service-Angebot lassen sich elastische Speicherressourcen, die von Dell Technologies bereitgestellt, verwaltet und gewartet werden, On-Premises nutzen. »IT-Abteilungen müssen auf potenzielle Probleme im Hinblick auf die Über- und Unterversorgung, Budgetbeschränkungen und komplexe Beschaffungs- und Migrationszyklen achten«, erklärt Stefan Trondl, General Manager von Dell Technologies Österreich. »Mit den APEX Data Storage Services sind Unternehmen diese Sor-

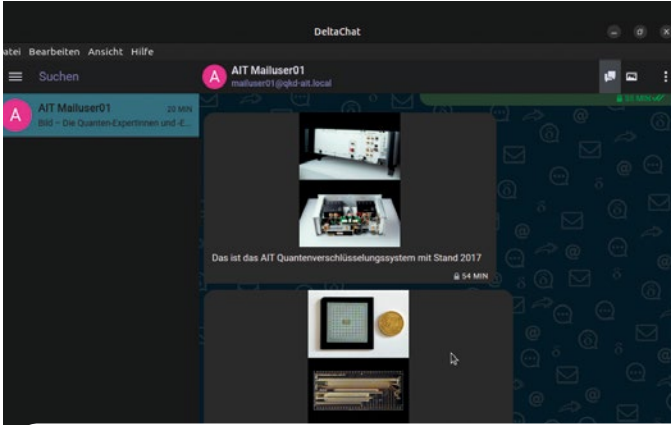
gen los. Sie können sich ganz auf die Ergebnisse konzentrieren und müssen keine Ressourcen für das Infrastrukturmanagement vorhalten.«

Das Portfolio umfasst auch das neue Backup-Target-Angebot, eine vom Kunden verwaltete Option für sicheren Backup-Speicher in einem Pay-per-Use-Modell mit flexiblem Verbrauch. Die Funktion rationalisiert den Prozess des Erwerbs, der Bereitstellung und der Wartung von Backup-Speichern. Unternehmen können aus mehreren Leistungsstufen für APEX Data Storage Services File, Block und Backup Target wählen, die mit Laufzeiten von einem bis fünf Jahren erhältlich sind.

➔ Sicherheit

Quantenverschlüsselte Chatnachricht

AIT, X-Net Services und BMK demonstrieren erfolgreich ein abhörsicheres Kommunikationssystem als wichtige Grundlage für eine Datensouveränität in Europa.



Bei der Demo wurden quantenverschlüsselte Bilder übermittelt, die den rasanten Entwicklungsfortschritt der Quantenverschlüsselungstechnologie des AIT zeigten.

Ende Februar demonstrieren das AIT Austrian Institute of Technology und der Konsortialpartner X-Net Services gemeinsam mit dem Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie

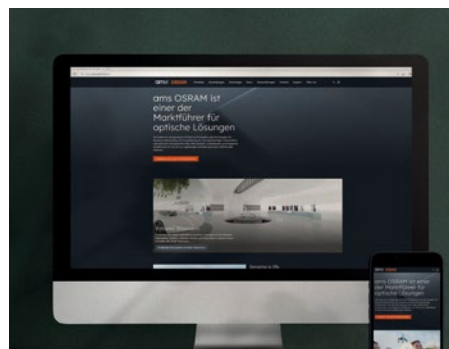
(BMK) die Zukunft der verschlüsselten Behördenkommunikation. In einer Livedemonstration wurden Nachrichten über einen Chat zwischen dem AIT und dem BMK ausgetauscht. Die Verschlüsselung der Datenkommunikation erfolgte technologisch mit quantengesicherter Kryptografie. Helmut Leopold, Head of AIT Center for Digital Safety & Security: »Das AIT hat sich erfolgreich als wichtiger Know-how- und Technologielieferant in der EU für das künftige hochsichere europäische Kommunikationsnetz etabliert.« Das AIT ist treibender Akteur und Koordinator großer europäischer Forschungsprojekte, wie etwa im europäischen »Quantum Flagship«-Programm, das die Entwicklung von Quantentechnologien für den Massenmarkt zum Ziel hat. Dort konnte bereits ein für die Quantenverschlüsselung notwendiges optisches Setup voll funktionsfähig auf die Größe von 2 x 4 mm großen Chips realisiert werden. Nikolaus Dürk, Gründer und Geschäftsführer von X-Net Services: »Wir arbeiten daran, dass neue Technologien wie Quantenkryptographie nicht nur im Labor einsatzfähig werden, sondern reale Anwendungen entstehen, die einen europäischen Standard setzen.«

➔

Webauftritt in neuem Licht

Nach der Akquisition von Osram durch ams musste die Unternehmensgruppe einen neuen, einheitlichen Webauftritt schaffen. Ziel des Technologiekonzerns war es, gemeinsam mit DCCS eine State-of-the-Art Digital Experience Plattform zu realisieren und dabei unterschiedliche Geschäftsprozesse und Inhalte zu harmonisieren. Der IT-Spezialist brachte Consulting, UX/UI-Expertise sowie Portal- und Integrations-Know-how in das Projekt. Gemeinsam ging man in agiler Scrum-Methodik an die schrittweise Umsetzung des als Digital Experience Plattform (DXP) konzipierten Webauftritts. Ausgangspunkt für das anspruchsvolle Projekt waren unterschiedliche, teilweise statische Webseiten, Tools und Systeme, die zu einer harmonisierten und interaktiven Informationsplattform für Kunden, Investoren und Partner zusammengeführt werden sollten. Der neue Webauftritt dient zum einen dazu, das umfassende Produktangebot zu prä-

sentieren – darunter LEDs, Laser, Fotodetektoren, ICs und unterschiedliche Sensorlösungen. Dazu mussten Schnittstellen zu mehreren bestehenden Systemen und Plattformen, beispielsweise Produktinformationssystem, CRM, Digital Asset Management Tools und Microsoft Azure, eingerichtet werden. Die Seite verfügt über eine klare Struktur, eine intuitive Navigation, und zahlreiche Formulare. Schnittstellen zu den Distributoren helfen, die Akquise über die Vertriebspartner anzukurbeln.



Das Ergebnis kann sich sehen lassen: ams-osram.com ist aktuell, interaktiv und dynamisch.

➔

Portfolio für Hybrid Work

HP zeigte auf einer Partnerkonferenz im März Innovationen für die hybride Arbeitswelt. Das Collaboration-Tool »HP Presence« wird für alle kommerziellen Notebooks verfügbar sein – von der ProBook- und Dragonfly-Serie bis hin zu den mobilen Z by HP Workstations. Neue Business-Notebooks der Serie EliteBook sind mit leistungsfähiger Prozessortechnologie und bis zu 64 GB LPDDR5-Speicher ausgestattet. Das Software-Update »Poly Video OS 4.0« bringt leistungsstarke Funktionen, sowie ein Upgrade der Android-Plattform mit. Die Lösung unterstützt auch Google Meet. Und die Connectivity-Lösung »HP Wolf Connect« ist der weltweit erste Software-Service, der einen PC aus der Ferne lokalisieren, sperren und Daten löschen kann – selbst, wenn er ausgeschaltet oder nicht mit dem Internet verbunden ist.

#BEST



CONNECTIVITY FÜR GEWERBE UND INDUSTRIE

Traktoren und Sänger*innen: Wie Vernetzungs- und Kommunikationslösungen aus der Wolke Menschen bei Vertriebs- und Serviceprozessen unterstützen.

A1: Infrastruktur für Landmaschinen-Hersteller

Das Tiroler Familienunternehmen Lindner entwickelt und produziert seit 75 Jahren Traktoren und Transporter für die alpine Berg- und Grünlandwirtschaft, die Kulturlandwirtschaft und die Kommunen. Jährlich fertigen die 250 Mitarbeiter*innen im Tiroler Kundl 1.200 Maschinen der Marken Lintrac und Unitrac. Einen besonderen Schwerpunkt legt das Unternehmen auf die Digitalisierung. Die Hälfte des Umsatzes erwirtschaftet die Technologieschmiede auf Exportmärkten wie Deutschland, der Schweiz und Frankreich. Um die Expansion voranzutreiben, setzt Lindner mit A1 Hosted Communication Service auf eine integrierte Telefonlösung, die Festnetz und Mobiltelefonie intelligent miteinander kombiniert. Die Lösung ist individuell skalierbar, nutzt alle Vorteile der Cloud und unterstützt auch komplexe Kommunikationsabläufe. Als hocheffektiv erweist sich dabei die Kombination klassischer Tischapparate, Fixed Mobile Voice Integration und MS Teams.



Kunde: Traktorenwerk Lindner GmbH

Projekt: Hybride und skalierbare Cloud- und Telefonieinfrastruktur für Arbeitsplätze bei Lindner inklusive Anbindung an Collaborationtools.

Besonderheit: Mit der A1 Communication Bridge (Cobri) können auch traditionelle Kommunikationsmittel mit modernen cloudfähigen Collaborationtools verbunden werden.

SPUSU: Televoting für weltgrößtes Live-Musik-Event

Unter dem Motto »United by Music« wurden im Mai beim Eurovision Song Contest in kürzester Zeit mehrere Millionen Calls und SMS abgewickelt. Denn wer ins Finale einziehen durfte, wurde heuer ausschließlich über Televoting ermittelt. Über die Mass Response Service GmbH und ihre Marke spusu kooperiert Geschäftsführer Franz Pichler bereits seit 19 Jahren mit dem großen Musikevent. Dafür haben Pichler und sein Team eine High Performance Voting-Plattform entwickelt, die seit 2004 zum Einsatz kommt. Sie führt alle SMS und Calls der teilnehmenden Länder zusammen und wertet diese über eigene Erkennungsmechanismen blitzschnell aus. spusu hat als Internet Service Provider und Network Operator die personellen und technischen Ressourcen, um den komplexen Voting-Prozess abzuwickeln und Risiken wie Cyberangriffe oder Betrugsversuche schnellstmöglich zu erkennen und zu vermeiden. Die spusu-Plattform ist von der Netzwerkinfrastruktur bis zur Applikation georedundant aufgebaut.



Kunde: Europäische Rundfunkunion (EBU)

Projekt: Hochperformante und sichere Televoting-Infrastruktur und -Plattform inklusive Datenanalysen. Bei einem Ausfall übernimmt ein weiteres Rechenzentrum an einem anderen Standort den Betrieb.

Besonderheit: Auch populäre Formate in der deutschen Medienlandschaft wie »DSDS«, »Let's Dance« oder »Wer wird Millionär« vertrauen bei Voting-Prozessen auf die Expertise des österreichischen Mobilfunkbieters.

SOCIETY

Instrument für Desinformation



Flora Schumudermayr, Rudolf Melzer, APA-Geschäftsführer Clemens Pig, Alexandra Ciarnau, Roland Fleischhacker, Isabella Mader, Marcus Hudec, und Verena Krawarik.

Der Gründer des Internationalen Forums für Wirtschaftskommunikation (IFWK), Rudolf Melzer, hat im Mai Expert*innen zum Talk rund um künstliche Intelligenz und Vertrauen eingeladen. »ChatGPT ist kein Recherchewerkzeug«, betont Verena Krawarik, Leiterin Innovationsmanagement und des medialab der APA. Der Umgang mit Falschinformationen wird auch in der Bildung mehr und mehr zum Thema. »Im Idealfall unterrichtet man an Schulen und Hochschulen Methoden und nicht nur Auswendiglernen«, ergänzt Isabella Mader, Vorstand Excellence Research und Lehrende der FH Hagenberg. Auch diskutierten Bundesschulsprecherin Flora Schumudermayr, Marcus Hudec, CEO Data Technology, Roland Fleischhacker, CEO deepsearch, und Alexandra Ciarnau, Wirtschaftsanwältin bei Dorda. Im Publikum: Doris Pokorny (APA, genetics Software), Thomas Lutzky (Phoenix Contact), Markus Gstöttner (Horizont Verlag), Marlene Halikias (Grant Thornton), Hermann Obermair (Andritz AG), der Generalsekretär der Handelskammer Schweiz, Österreich und Liechtenstein, Urs Weber, und viele mehr.

Messestand der Zukunft



Eröffnen Riesenchancen für den Tourismus: Barbara Prodingler, Innovationsmanagerin Österreich Werbung, und Markus Murtinger, Head of Unit Experience Business Transformation AIT Center for Technology Experience.

Unter dem Motto »Nachhaltigkeit als Dauergast« hat am 2. Mai der Österreichische Tourismustag (ÖTT) im Austria Center Vienna stattgefunden. Dabei demonstrierte das Team der Österreich Werbung gemeinsam mit dem AIT Center of Technology Experience am Innovations-Corner einen XR-Messestand (»Extended Reality«). Besucher*innen konnten sich auf eine multisensorische Reise durch Österreich begeben: auf den winterlichen Gipfel des Wildkogels in den Kitzbüheler Alpen, zum sommerlichen Ausblick auf den Irrsee im Salzkammergut sowie auf die spektakuläre Aussichtsplattform »5fingers« am Krippenstein im Dachsteingebirge. Für diese Szenen hat das AIT den Prototyp einer »6DoF XR«-Erlebnisswelt entwickelt. »Six Degrees of Freedom« bedeutet, dass sich die Benutzer*innen tatsächlich frei im Raum bewegen können und alle Bewegungen dabei nachvollziehbar sind.

Fotos: IFWK-Peroutka, AIT, conova

Sicherheit hoch im Kurs



Die Vortragenden beim conova Solutions Day 2023, Markus Todt und Muhammed Güleriyuz (Hornetsecurity), Robert Pumsenberger (conova), Andreas Lesslhumer (Veeam Software), Robert Baumgartner (Red Hat) und Thomas Hanusch (Salzburg AG).

Mittlerweile schon Tradition, veranstaltete conova einen »Solutions Day« und begrüßte rund 100 Kund*innen im Restaurant Bulls' Corner in Salzburg. Wie wichtig die Sensibilisierung von Mitarbeiter*innen für die Erkennung von IT-Bedrohungen ist, machten Markus Todt, Country Manager, und Muhammed Güleriyüz, Key Account Manager, von Hornetsecurity in ihrem Vortrag deutlich. Robert Baumgartner, Senior Solution Architect Red Hat, erläuterte die Vorteile von OpenShift für den Betrieb, die Orchestrierung und das Monitoring von skalierbaren Container-Plattformen. Thomas Hanusch, Head of IT Infrastructure Services Salzburg AG, berichtete zur Neuausrichtung hinsichtlich Digitalisierung und Green Tech und über die Auslagerung der IT-Infrastruktur an conova. »Als heimischer Rechenzentrumsbetreiber und IT-Dienstleister betrachten wir die Sicherheit unserer Kundendaten ganzheitlich und zukunftsorientiert«, so conova-CEO Robert Pumsenberger.



e A w a r d

2 0 2 3

*Gewinnerinnen
gesucht*

Sie haben viel Zeit und
Energie in Ihr Produkt,
Ihre Dienstleistung oder in ein
Kundenprojekt gesteckt?
Nutzen Sie den »eAward 2023«,
um den Mehrwert für Ihre
Zielgruppen einer breiten
Öffentlichkeit vorzustellen!

Der »eAward« zeichnet Projekte
mit IT-Bezug aus und wird für den
Raum DACH verliehen.

Report  **Verlag**

Mehr unter: award.report.at

powered by

BRZ

BearingPoint

DIO
Data Intelligence Offensive

Google

MP2
IT-SOLUTIONS

NTT

OGV
ÖSTERREICHISCHER GEMEINSCHAFTSVEREIN

SPARX
SERVICES CENTRAL EUROPE

T Systems

VOSI