



Das Service-Erlebnis zählt

Markus Warg, IT-Vorstand bei Signal Iduna, setzt auf digitale „Wow-Erlebnisse“ beim Kunden – Seite 16

Ideen fallen nicht vom Baum

Beim Autohändler Porsche Holding gilt: Digitaler Aufbruch braucht einen Kulturwandel – Seite 20

CIOs als Business-Manager

Die Analysten von Gartner erwarten eine neue Rolle für CIOs, die sich enger am Business orientiert – Seite 34

CIO Martin Hölz von Thyssenkrupp

standardisiert, um Synergien zu heben – Seite 10



**Erst ZENTRAL,
dann DIGITAL**

Digitalisierung hat drei Aspekte

Die Wahl ist gelaufen. Alle Parteien haben hier und da das D-Wort benutzt. Bis heute weiß keiner so richtig, was gemeint war. Macht aber nix, das vereinfacht die Koalitionsgespräche. Grüne und FDP könnten jetzt mal gemeinsam darüber nachdenken, wie sich das Land digitalisieren muss – abseits der alten Konfliktlinie links-rechts, an der sich CDU und SPD so gerne abarbeiten. Hier kommen drei Vorschläge aus der Wirtschaft, wie D die Welt besser macht:

1. Digitalisierung ist der Weg von Mechanik zur Mechatronik. Auf diese Formel dampft Martin Hölz, CIO bei Thyssenkrupp, das D-Gerede ein (Seite 10). Maschinen werden schlauer und schneller. Durch Embedded-

Software entstehen neue Geschäftsfelder, mit denen sich Thyssenkrupp von Wettbewerbern differenziert. Embedded Software entwickelt der Konzern schon seit Jahren, sie steckt in Aufzügen oder Fahrzeugen. Thyssenkrupp hat unter anderem damit seine Pleite abgewendet.

2. „Digitalisierung macht Prozesse besser“, sagt Markus Warg, IT-Vorstand der Signal-Iduna (Seite 16). Wer schon mal einen Schadensfall „analog“ abgewickelt hat, weiß, wovon Warg spricht. Versicherungen stehen kurioserweise nie im Rampenlicht, wenn es um D geht. Das wird Warg ändern, indem er bei den nächsten Hamburger IT-Strategietagen im Februar 2018 spricht.

3. „Digitalisierung rückt uns näher an den Kunden“, sagt Manfred Immitzer, CIO und CDO der Porsche Holding in Salzburg (Seite 20). Europas größter Autohändler beobachtet seit Jahren, wie sich der Automarkt von einem Händler- zu einem Endkundengeschäft wandelt. D spielt dabei die größte Rolle. Wer versucht, mit Standard-IT die Kundenbeziehung zu verbessern, habe keine guten Karten, sagt Immitzer.

Warum ist es gut, wenn auch die Politik das Thema D dreiteilt? Nun, bei den Punkten 2 + 3 ist parteiübergreifend unstrittig, dass wir in der öffentlichen Verwaltung auch Prozesse verschlanken und Kunden besser binden müssen. Bei Punkt 1 wird es schwieriger: Maschinen sind bald so schlau, dass sie einen Teil der menschlichen Arbeit ersetzen werden. Dazu muss uns etwas einfallen, bevor Nationalisten das Thema für sich ausschlichten.

Viel Spaß beim Lesen und Grübeln!

Jhr Horst Ellerermann



Horst.Ellerermann@cio.de

Herausgeber

10 | Die richtige Balance

Für den Essener Industriekonzern Thyssenkrupp schien eine dezentrale Organisation stets von Vorteil. Digitalisierung und Marktdruck erfordern es nun, stärker zu standardisieren.

20 | Die Ideensammler

Wer digitale Innovationen will, braucht eine hohe IT-Wertschöpfung, Agilität und ein neues Verständnis von Governance. Das zeigt das Beispiel der Porsche Holding.



AKTUELLES

06 NEWS | IT-Projekte

Axa: Versicherung auf Blockchain-Basis – gegen Flugverspätungen; LH Cargo: IBS baut Testfabrik für Software; ZF Friedrichshafen: IT-Erneuerung mit SAP-Software; Tennet: Stromnetzbetreiber beauftragt Capgemini; Puma: Sportartikelhersteller wechselt von Lotus Notes in die Microsoft-Welt.



STRATEGIE

10 TITEL | Thyssenkrupp muss standardisieren, um zu innovieren

Über Jahrzehnte hinweg war der Essener Industriekonzern Thyssenkrupp dezentral aufgestellt. Jetzt geht Konzern-CIO Martin Hölz daran, das Backend aufzuräumen, um die Digitalisierungsschätze heben zu können.

16 SIGNAL IDUNA | Service-dominierte Architektur

Der Versicherer will seinen Kunden Echtzeitdienste anbieten, die einen „Wow-Effekt“ auslösen sollen. Dazu bedarf es umfassender Umbauarbeiten und eines neuen Denkens.

20 PORSCHE HOLDING | IT als Ideengeber

Europas größter Autohändler hat das Innovationsmanagement zu einer Kernaufgabe erhoben. Dazu bedarf es einer gut aufgestellten internen IT, einer modularen agilen Architektur und einer IT-Governance, die disruptive Themen steuern kann, so das Credo der IT-Macher.

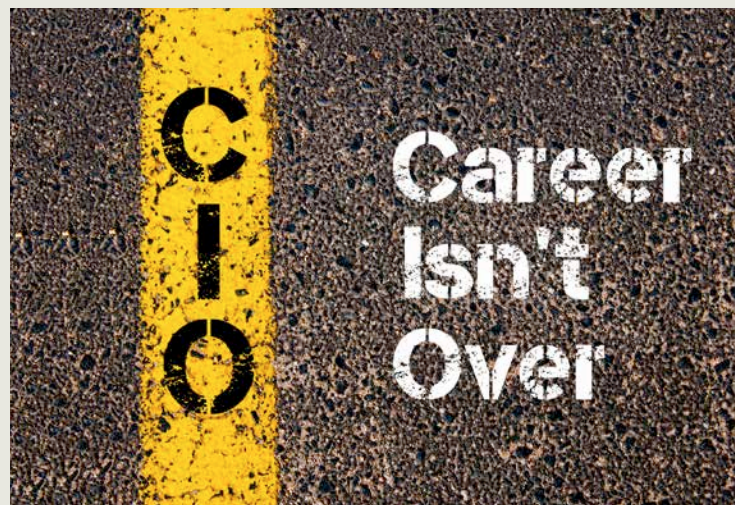


26 | Sonderkonjunktur

Die Aussteller der IT-Security-Messe it-sa waren auffällig vergnügt. Sie freuen sich über die Datenschutz-Grundverordnung.

34 | Gartners Ratschläge

IT-Delivery wird vorausgesetzt. CIOs müssen sich jetzt zu „Business Executives“ wandeln.



IT-MARKT

- 26 IT-SA | IT-Hersteller freuen sich über Datenschutzreform**
Auf der Security-Messe it-sa in Nürnberg lobten viele Aussteller die Verschärfung des Datenschutzes. Kein Wunder: Die EU-DSGVO beschert ihnen eine Sonderkonjunktur.
- 28 MICROSOFT | Azure Stack holt die Microsoft-Cloud ins eigene RZ**
Mit dem Azure Stack sollen Kunden on Premise genauso arbeiten wie in Microsofts Public Cloud. Dafür hat sich der Softwareriese mit Hardwareanbietern wie Dell EMC, HP Enterprise und Lenovo zusammengetan. Sie liefern Systeme mit dem vorinstallierten Azure Stack.

STANDARDS

- 42 SERVICES/IMPRESSUM**

MANAGEMENT

- 30 NEWS | Menschen**
Bayer Pharmaceuticals: Abel Archundia-Pineda soll digitalen Wandel vorantreiben; Emil Frey AG: Ricardo Diaz Rohr wird CTO und CIO; Axa Deutschland: Stefan Lemke kommt von der Zurich Gruppe; Springer: CIO Samir Fadlallah ist jetzt auch CTO des Verlagsbereichs Digital; Opel Automobile: Thomas Külpp wird CIO; Mann+Hummel: Christian Niederhagemann ist Group Vice President Information Technology.
- 34 GARTNER | CIOs müssen sich ins Business vorarbeiten**
„Delivery Heroes“ sind die CIOs laut Gartner längst. Jetzt gelte es, das Business zu erobern.
- 38 IT-SICHERHEIT | Monokulturen begünstigen Epidemien**
Informatikprofessor Roland Hellmann über Ursachen der zunehmenden IT-Sicherheitsprobleme.
- 40 FÜHRUNG | Die meisten Chefs sind keine Innovatoren**
Führungskräfte stehen im Ruf, nicht besonders kreativ zu sein. Das sagen Mitarbeiter, aber auch die Kollegen aus den Führungsgremien.

THYSSENKRUPP WIRD ZENTRALER

Die richtige Balance

Der langjährige Erfolg des Essener Industriekonzerns Thyssenkrupp lag nicht zuletzt in der dezentralen Arbeitsweise. Doch Digitalisierung und Marktdruck erfordern es, stärker zu standardisieren. Großprojekte wie Daproh und Unite zeigen, wie CIO Martin Hölz die richtige IT-Governance zu finden sucht.

Ein Zementwerk zu verkaufen funktioniert anders, als einen Aufzug zu vertreiben. Zu unterschiedlich sind die Produkte und CRM-Prozesse. Thyssenkrupp hat gleich fünf unterschiedliche Business Areas und fast 500 Tochtergesellschaften. Synergien herzustellen ist da alles andere als trivial. Tatsächlich kann aber ein und derselbe Kunde sowohl ein Zementwerk kaufen als auch einen Fahrstuhl für seine Firmenzentrale. Will Thyssenkrupp zweimal zum Zuge kommen, muss es dieses Cross-Selling-Potenzial erschließen.

Dafür müssten aber die vielfältig vorhandenen Kundendaten harmonisiert vorliegen und möglichst alle

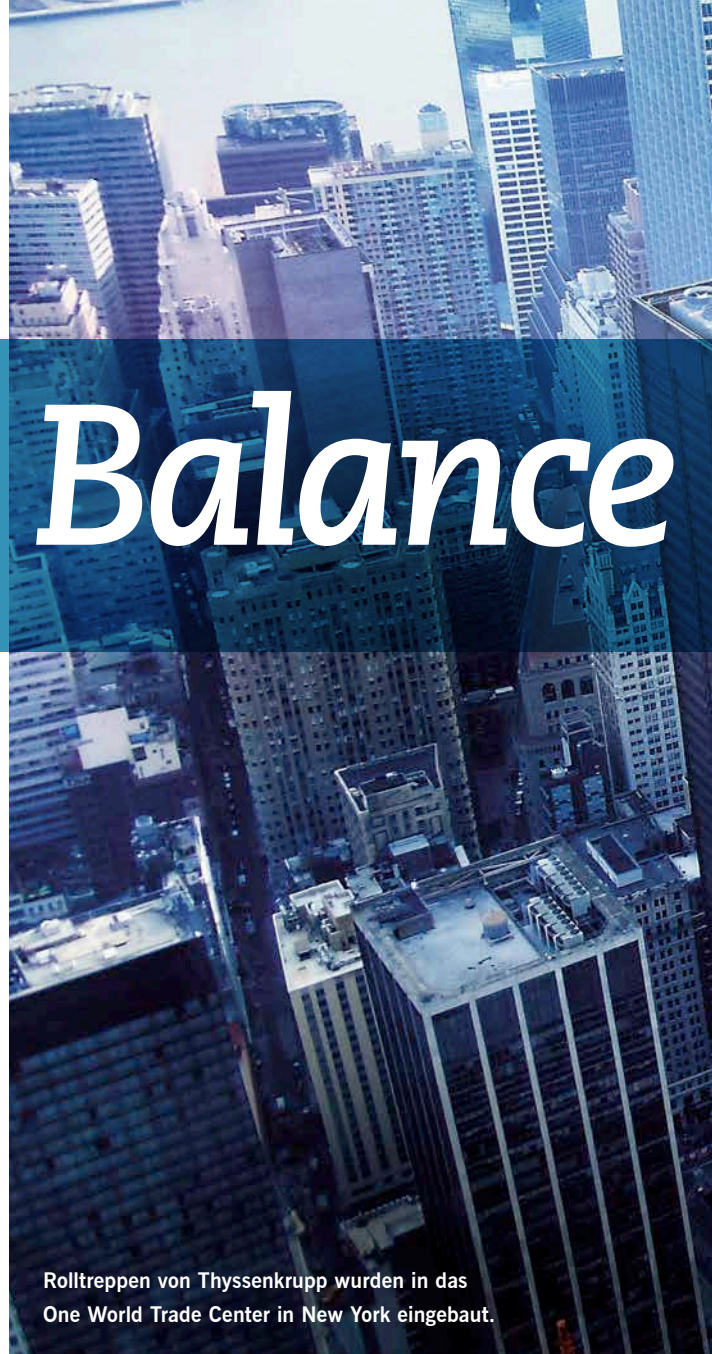
Konzerngesellschaften mit derselben CRM-Lösung arbeiten. „Diese Plattform würden wir schon gerne vereinheitlichen“, sagt Konzern-CIO Martin Hölz. Was die Gesellschaften dann mit den Daten anstellen, bleibt ihnen dezentral überlassen. Vor der Digitalisierung am Frontend stehen bei Thyssenkrupp also zunächst große Aufgaben am Backend an.

Für Hölz ist die Digitalisierung nichts anderes als die bereits durchlaufene Entwicklung von der Mechanik zur Mechatronik: Durch Embedded-Software in Produkten und Services entstehen neue Geschäftsfelder, mit denen man sich von Wettbewerbern differenzieren kann. Embedded Soft-

LESEWERT

- **Warum** Digitalisierung nur mit standardisierten Daten, Prozessen und Infrastrukturen gelingen kann
- **Wie** die IT zehn SAP-Templates für 13 Geschäftsmodelle ausrollt
- **Wo** die Grenzen und Befindlichkeiten bei der Zentralisierung liegen
- **Welche** Organisation mit Vertretern aus Business, Regionen und Zentrale dafür geschaffen wurde

Rolltreppen von Thyssenkrupp wurden in das One World Trade Center in New York eingebaut.





ware entwickelt der Konzern schon seit Jahren, sie steckt etwa in Aufzügen oder Fahrzeugen. In anderen Bereichen, insbesondere dem Stahlgeschäft, zwingt die Essener dagegen der außerordentliche Preisdruck auf dem Weltmarkt dazu, Prozesse zu automatisieren, zu digitalisieren und noch stärker an den Kundenwünschen auszurichten.

Um die Basis für künftige Digitalisierungsinitiativen zu legen, hat Thyssenkrupp gleich vier große Projekte auf den Weg gebracht: Data and Process Harmonization (Daproh), Infrastrukturkonsolidierung (Unite) sowie CRM- und PLM-Vorhaben. So rollte die IT gemeinsam mit dem Fachbereich Anfang Oktober im Rahmen des Daproh-Programms ein SAP-Template im Stahlbereich aus. Damit können die Gesellschaften nun Order-to-Cash-Prozesse integriert abbilden, was Kunden

wiederum ermöglicht, noch bis kurz vor der Stahlproduktion die Zusammensetzung des Stahls zu verändern. Außerdem sorgt das Template für eine bessere Supply Chain, weil sich Kundenaufträge effizienter abarbeiten lassen. „Mit Daproh lassen sich End-to-End-Prozesse optimal umsetzen, das konnten wir bisher nicht“, fasst Hölz zusammen.

Anfang Oktober wechselten zudem im Geschäftsbereich Industrial Solutions (Anlagenbau) auf einen Schlag rund 5000 User auf eine neue SAP-HANA-Plattform. Der Rollout erfolgte zunächst in Deutschland, später soll die neue Software weltweit implementiert werden. „In dieser Größenordnung haben wir das bei Thyssenkrupp noch nie gemacht“, berichtet Hölz.

Das Programm Daproh startete die Konzern-IT vor gut drei Jahren mit dem Ziel, Daten und Prozesse so ▶