

CIO

IT-STRATEGIE FÜR MANAGER
VON IDG

Mehr als nur Chemie

Um digitale Geschäftsmodelle vorantreiben zu können, baut BASF im großen Stil um – Seite 16

Fit für Übernahmen

Knorr-Bremse stellt sich neu auf, um zugekaufte Unternehmen schnell integrieren zu können – Seite 20

Einfach anfangen mit KI

Rechenressourcen und Tools stehen zur Genüge in der Public Cloud bereit – Seite 24

DER B2B-HANDEL HAT SEINE EIGENEN GESETZE

Metro liefert



CIO Timo Salzsieder über den digitalen Umbau des Handelskonzerns – Seite 10

800 Kilo Mehl im Gebinde

Timo Salzsieder backt jetzt große Brötchen. Der CIO und Chief Solution Officer der Metro hat bis vor einem Jahr noch Endkunden bedient, zuletzt als COO beim Online-Reiseunternehmen HolidayCheck. Da ging es um kleine Aufträge, bei denen das Frontend wichtiger ist als die Logistik dahinter. Jetzt kümmert er sich um größere „Gebinde“, bei denen ein Bäcker schon mal 800 Kilo Mehl bestellt – bis morgen. Logistiker wie Amazon verlieren bei so einem Kunden gerne die Lust. Metro will liefern.

Der **Pilotkunde der Google-Cloud** hat gelernt, was es heißt, Kühlketten einzuhalten und bei niedrigen Margen immer noch gut gelaunt zu bleiben: Microservice-basierte Architektur, viel AI samt Machine Learning, NoSQL-Datenbanken und moderne Programmiersprachen wie Java, Scala und Go. „Das lässt das Herz eines jeden Informatikers höherschlagen“, meint der CIO (Seite 10).

„Es gibt keinen Fahrstuhl zur Digitalisierung“, sagt **Helmut Draxler, CIO der Knorr-Bremse**: „Sie müssen schon die Treppe nehmen.“ Knorr-Bremse ist vielleicht auch nicht bekannt als Technologiekonzern, dabei haben die Münchner ziemlich innovative Ideen, wie sie das Geschäft mit den Bremssystemen digitalisieren. Für Draxler ist eine Lokomotive ein Mobile Device, das sich in Zukunft gefälligst selbst die Ersatzteile nachbestellen soll. Denkbar ist für Draxler auch ein Mautsystem, das sich am Fahrverhalten der Trucks orientiert: „Wer sanft bremst und den Fahrbahnbelag schont, zahlt weniger.“ (Seite 20)

Neues auch bei **BASF: Ex-CIO Wiebe van der Horst** (CIO des Jahres 2014) schiebt gerade das größte IT-Projekt in der Geschichte des Chemieriesen an. Das soll die „Digitalisierungs-Phantasie“ beflügeln, denn Chemie ist halt erst mal Chemie: Große Maschinen mit noch nicht allzu viel Services dahinter (Seite 16). Bis 2025 will van der Horst die gesamte IT-Architektur ins digitale Zeitalter überführen. Das ist ein ziemlich dickes Brett, da sind sich van der Horst und sein CIO-Nachfolger Stefan Beck einig. Mit einem CDO und kleiner Stabsstelle für Digitales wäre das sicher nicht zu machen. Da braucht es schon erfahrene CIOs.

Viel Spaß beim Lesen und Vergleichen!

Jhr Horst Ellermann



Horst.Ellermann@cio.de

Herausgeber

10 | Metro im Umbruch

Auch Handelsunternehmen wie die Metro, die im B2B-Geschäft zu Hause sind, müssen den digitalen Umbau mit voller Kraft angehen.

16 | BASF bohrt dicke Bretter

Beim Chemiegiganten bleibt in den kommenden Jahren in der IT-Architektur und -Organisation nichts, wie es war.



AKTUELLES

06 NEWS | IT-Projekte

Claas: Ersatzteil-Management aus der Cloud; Henkel: Atos betreut die Rechenzentren; Uniper: Strom aus dem Online-Shop; Deutsche Vermögensberatung: Umzug ins neue Data Center; ZF Friedrichshafen: Digitale Prozesse mit Supply On; Deutsche Bahn: Mobile-Management mit Airwatch; Kathrein-Werke: Konsolidierte IT-Landschaft aus einem Guss.



STRATEGIE

10 TITEL | Metro baut um für die digitale Zukunft

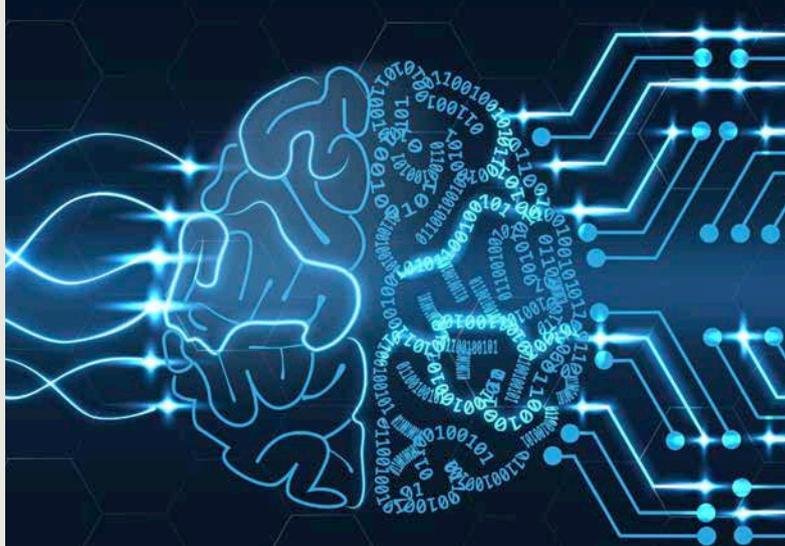
E-Commerce und Digitalisierung haben den Handel komplett umgekrempelt – auch im B2B-Segment. Die Metro AG hat deshalb ihre IT-Architektur angepasst und baut nun auch die IT-Organisation um. CIO Timo Salzsieder verlässt sich dabei auf die Ideen und das Commitment seiner Mitarbeiter.

16 BASF | Chemiegigant plant mit S/4HANA

BASF startet das größte Change-Projekt der Konzerngeschichte. CIO Stefan Beck und sein Vorgänger Wiebe van der Horst wollen die IT-Architektur in ein neues Zeitalter überführen. SAP S/4HANA soll für Agilität sorgen, ein Data Integration Layer die Daten im Konzern miteinander verbinden. Das Vorhaben wird voraussichtlich bis 2025 dauern.

20 KNORR-BREMSE | Fit für Analytics und Akquisitionen

Mit Data Analytics und einer konsequenten Modernisierungsstrategie will CIO Helmut Draxler die Chancen der Digitalisierung nutzen.



24 | Einfacher KI-Einstieg

Künstliche Intelligenz ist kein Hexenwerk: Die großen Cloud-Provider stellen jede Menge Tools und ausreichend Rechenleistung bereit.

34 | Wer schult, gewinnt

Die Besten im Anwenderzufriedenheits-Benchmark ITEB investieren vor allem in die Ausbildung ihrer IT-Mitarbeiter.



IT-MARKT

24 INNOVATIONEN | **Niedrige Einstiegsbarrieren durch KI aus der Cloud**

Wer sich intensiver mit künstlicher Intelligenz beschäftigen will, findet im Angebot der großen Public-Cloud-Player alles, was er braucht. Der einfache Zugang zu KI-Services und die dafür notwendige Rechenleistung ermöglichen das schnelle Entwickeln „intelligenter“ Produkte, Services und Geschäftsmodelle.

28 INTERVIEW | **Warum Manager veritable Schwachstellen sind**

Sicherheitsangriffe sind oft besonders erfolgreich, wenn sie sich gegen das Management richten, sagt Kai Grunwitz, EMEA-Chef von NTT Security.

STANDARDS

42 SERVICES/IMPRESSUM

MANAGEMENT

30 NEWS | **Menschen**

Audi: Frank Loydl löst Mattias Ulbrich ab; Merck: Der Neue kommt von der Metro AG; Hella: Felix Willing übernimmt vakante CIO-Position; Coca-Cola European Partners Deutschland: Christian Rasche beerbt Gottfried Koch; TUI: Elke Reichart ist CDO und Leiterin Group IT; Lufthansa Technik: CIO Henning Krüger kommt von EnBW; Bombardier Transportation: Michael Kollig ist neuer Vice President Information Solutions.

34 ITEB | **Warum sich Mitarbeiterschulungen auszahlen**

Der IT Excellence Benchmark (ITEB) misst die Zufriedenheit von Anwendern mit ihrer IT. Die besten Werte haben IT-Organisationen, die ihre Mitarbeiter so schulen, dass sie gut mit Anwendern umgehen können. Das ist keineswegs selbstverständlich.

38 INTERVIEW | **Warum ein CISO nicht an den CIO berichten sollte**

Für den Cybersecurity-Experten Sebastian Rohr stimmt in deutschen Unternehmen einiges nicht. Ein CIO gehört für ihn in den Vorstand. Und CISOs sollten nicht an ihn berichten.

METRO AG IN DER DIGITALEN TRANSFORMATION

Unterschätzter **HANDELSRIESE**

LESEWERT

- **Wie** die Metro AP die IT-Infrastruktur flexibilisiert
- **Wie** bei Projekten die Zusammenarbeit zwischen IT und Business organisiert ist
- **Warum** kaum ein Teamspace für agile Teams dem anderen gleicht
- **Weshalb** sich die bisher zentrale IT künftig global deutlich dezentraler aufstellen will

E-Commerce und Digitalisierung haben den Handel auch im B2B-Segment komplett umgekrempelt. Deshalb hat die Metro ihre IT-Architektur angepasst und baut nun die IT-Organisation um. CIO Timo Salzsieder entwickelt die neue IT-Strategie zusammen mit seinen Mitarbeitern.



Die Lagerhaltungskosten zu reduzieren war im Handel schon immer ein wichtiges Ziel. Doch im Zeitalter von Internet und E-Commerce ist die Aufgabe noch einmal schwieriger geworden. Das Volumen von Online-Bestellungen kann aufgrund von Marketing-Aktionen oder unvorhergesehenen Ereignissen innerhalb kürzester Zeit stark schwanken, die Liefermengen können unerwartet nach oben schnellen. Plötzlich müssen in kürzester Zeit Produkte in großen Mengen geliefert werden.

Um sich für solche schnell ändernden Geschäftsentwicklungen optimal aufzustellen, hat das Düsseldorfer Großhandelsunternehmen Metro Cash & Carry (Metro C&C) begonnen, IT-Architektur und IT-Organisation zu erneuern und den Kulturwandel im Unternehmen voranzutreiben.

Apps sind keine Einbahnstraße

Eine wichtige Initiative heißt „Food Service Distribution“ (FSD). Damit steigt Metro C&C in den Lieferservice und E-Commerce ein. Nahmen bisher die Vertriebsmitarbeiter beim Kunden die Bestellungen mit einem Laptop oder auf Papier auf, so erledigen sie das heute mit mobilen Apps. Rund 6000 User arbeiten bereits mit der neuen Lösung „Sales and More“ (SAM).

Doch die Apps sind keine Einbahnstraße: Zum einen können die Außendienstler damit ihre Bestellungen beim Kunden vor Ort erfassen, zum anderen helfen ihnen die Kollegen in der Zentrale bei Bedarf, indem sie ihnen detaillierte Informationen zukommen lassen. So erfahren Vertriebler etwa, welche Kunden sie besuchen, welche Produkte sie ihnen zeigen und welche Angebote sie ihnen machen sollten.

B2B-Handel ist sehr komplex

Zu den Kunden von Metro C&C zählen Hotels, Restaurants, Catering-Unternehmen, Kantinen, Kioske, Imbisse, unabhängige Lebensmittelgeschäfte und Tankstellen. Sie alle können sich entweder an den nunmehr digital ausgerüsteten Metro-Vertriebler wenden oder auch selbsttätig über ein neues Metro-Portal ordern. Kompliziert bleibt es für den Handelskonzern trotzdem, denn viele Kunden werden sich den neuen Technologien verweigern und weiterhin bei Metro anrufen und Faxe schicken, um ihre Aufträge abzugeben.

„Bei der Metro habe ich gelernt, wie komplex der B2B-Handel ist“, bilanziert CIO und Chief Solution Officer Timo Salzsieder seine Erfahrungen. Er kam im März 2017 zur Metro AG und arbeitete zuvor viel im B2C-Bereich, zuletzt als COO beim Online-Reiseunternehmen HolidayCheck Group.

Wenn ein Kunde im B2C-Shop bestellt, dann holt ein Mitarbeiter das Produkt aus dem Lager und liefert es bis an die Tür des Kunden. Fertig. Der B2B-Handel bewegt dagegen ganz andere Mengen, beispielsweise 800 Kilogramm Mehl für einen Bäcker. Die Säcke kann man nicht mal so ▶