AUSGABE MÄRZ 2018

DiALOG magazin

SCHWERPUNKT DIGITALER WANDEL

Einfach Anders Arbeiten: Arbeit, Kommunikation und Unternehmen im Wandel

Blockchain - Innovationsmotor für die Zukunft

Digital ist egal! Mensch bleibt Mensch – Führung entscheidet

Träumen ChatBots von elektrischen Schafen?

Security im Zeitalter von Industrie 4.0

DSGVO – Respektvoller Umgang oder Panikmache

ENTERPRISE INFORMATION MANAGEMENT

AUF DEM WEG ZUM INTELLIGENTEN INFORMATION MANAGEMENT

Interview mit Dr. Ulrich Kampffmeyer zur Digitalisierung, Blockchain und Zukunft von Enterprise Information Management

Digitale Ausgabe:

issuu

www.issuu.com/dialog-magazin

ISSN-Nr. 2198-6819: 8,90€
www.dialog-magazin.de

KONICA MINOLTA

ITkessel.18

Die Veranstaltung für Trends & Innovationen

IT-Infrastruktur 4.0
Managed Services

IT-Security

Print Services
Optimized

Cloud
Business Software

Reality
Augmented

25+ Fachvorträge
20+ innovative Unternehmen
Keynotes
Expert Talks

www.it-kessel.de

Konica Minolta IT Solutions GmbH | Mittlerer Pfad 1 | 70499 Stuttgart | +49 711-13 85-0 | www.konicaminolta.de/it

Digitalisierung – nein, wir schaffen uns nicht selbst ab!

Liebe Leserin, lieber Leser,

müssen wir uns Sorgen machen? Es scheint angebracht, wenn Experten voraussagen, dass wir Menschen 2020 mehr mit ChatBots kommunizieren werden als mit unseren Partnern. „BeTheChange" – oder auch, wann können/wollen Menschen auf Stühlen fliegen? Was haben Schafe mit modernster IT zu tun? Warum sollten Schachfiguren eigentlich nicht auch surfen können? Fragen über Fragen.

Ich nehme es vorweg. In dieser, der 7. Ausgabe des DiALOG Magazins gibt es Antworten, Ideen und Innovationen in lebhaften und authentischen Berichten aus der Praxis, einfach und verständlich beschrieben. Für jeden eine Bereicherung, denn unser Anspruch war und ist es, Sie zu informieren, zu begeistern und erst gar nicht abhängen zu lassen. Sie, ja Sie, sind die digitale Transformation! Sie bestimmen die Geschwindigkeit und Richtung, da sind Sorgen und Ängste fehl am Platz!

Es lohnt sich also das Magazin – sei es Printausgabe oder digital – als „Gute Nacht"-Lektüre, als Wegbegleiter zur oder von der Arbeit im Zug oder im Büro parat zu haben. Mancher Beitrag liest sich wie eine Science-Fiction Story, andere wiederum strotzen vor IT-Begriffen und Erklärungsversuchen. Alle aber beschreiben menschliche Erkenntnisse und Erlebnisse auf dem Weg die agile Welt der digitalen Veränderung zu gestalten. Sie beschreiben den realen Alltag mit den kleinen Erfolgen im Büro, geben Tipps und Ratschläge, die man smart an den bekannten olympischen Slogan anlehnen könnte: „einfacher, effizienter, nachhaltiger".

Lassen Sie sich doch einfach von Trendsettern inspirieren damit Sie Herr Ihrer kleinen täglichen Dramen im Büro werden. Informieren Sie sich über neueste Methoden und Technologien und bewältigen so den wachsenden Berg von Daten, Informationen und Aufgaben. Oder machen Sie es wie die Preisträger des DiALOG-Award, die über ihre erfolgreichen Organisationsveränderungen anschaulich und nachvollziehbar berichten. Ob „Auf dem Weg in die Zukunft" oder „Direkt aus der Praxis" – Menschen haben sich positioniert, Meinungen postuliert und weit aus dem Fenster gelehnt. Ja, die trauen sich was! Die Redaktion durfte dies für Sie alles zusammenstellen und hat dabei auch den GMV (na Sie wissen schon, oder?) angewendet. Wie immer „von Mensch zu Mensch" und gleich als Anspruch allen Schreibern ins „Gebetsbuch" geschrieben: Kein kommerzieller Schlagabtausch nach besten IT-Lösungen! Kein selbsternanntes Branchengeflüster so von ECM, DMS & Co. Kein Irrgarten von Werbungen und Anzeigen! Kein Wolkenschloss für unverständliche Hypes & Crypts. Nein, ehrenhafte Artikel aus dem Alltag oder als Vision und Innovation verpackt, aber immer eins: nachhaltig! Sie wählen aus!

Endlich! Seit 7 Jahren hatte die Redaktion einen Wunsch auf der nach oben offenen „DiALOG-Skala": „Das Interview" mit dem – ernsthaft – begehrtesten Mann in Deutschland zum Thema Enterprise Information Management zu führen. Respekt und Wertschätzung sind das Eine, aber einen Visionär und über all die Jahre so standhaft „Besessenen" zum Thema Informationsmanage-

ment interviewen zu dürfen, ist für mich das Highlight dieser Ausgabe. Seine Aussagen sind umstritten, sein Standpunkt ist klar und strukturiert. Seine Persönlichkeit weltoffen, authentisch, faszinierend und erlebnisreich zu gleich. Dieser Protagonist, und deshalb ist es diese Erwähnung in doppelter Hinsicht wert, ließ sich folgenden Satz entlocken: „Es gibt keine digitale Kultur, weil die digitale Welt noch nicht angekommen ist". Nein, wir schaffen uns nicht ab, wir haben die Chance die digitale Welt zu gestalten! Danke Herr Dr. Kampffmeyer und einen Wunsch hab ich doch noch: „Begleiten Sie uns noch lange auf diesem Wege". Lesen Sie also den „EIM-Kompass" mit dem Untertitel: „...alles was Sie schon immer über Herrn Dr. Kampffmeyer wissen wollten, aber sich nicht getraut haben zu fragen."

Ihr Sie[5] ist es – Sie sind gefragt, wählen aus, gestalten mit, verändern sich und werden gebraucht! Nämlich als aktive Gestalter oder Macher: schicken Sie uns gern Ihr Feedback oder Ihre Geschichte. Wir freuen uns über jede Anregung, denn Digitalisierung geht uns alle an!

Viel Spaß beim Lesen
Ihr Steffen Schaar

DIALOG-AWARD

37 Gewinner und Preisträger

38 FlixBus meets DiALOG-Award
FlixMobility GmbH

40 „NOVEM“ – die NÜRNBERGER im digitalen Wandel
Marius Stumpf, NÜRNBERGER Versicherung

42 ElBa – Elektronische Bedarfsmeldung
Rheinische Post - Mediengruppe

44 Single Point of Truth
Monika Pürsing, CEO der zetVision AG

46 Impressionen DiALOG-Award 2017 und Ausblick

LÖSUNGEN IM FOKUS

20 Wege in die Cloud mit Office 365
Frank von Orlikowski , PSC Portal Systems Consulting GmbH

52 Sicherheitsmaßnahmen für nachhaltige Produktion
Philipp Zeh, Konica Minolta IT Solutions GmbH

70 Glück gehabt
Karsten Hagemeister, The Quality Group Lottery Solutions GmbH

DAS NETZWERK SPRICHT

26 Herausforderung für das Unternehmen
Dr. Jens Eckhardt, Derra, Meyer & Partner Rechtsanwälte PartGmbB

30 Träumen ChatBots von elektrischen Schafen?
André Vogt, CENIT AG

34 Den digitalen Wandel gestalten
Lothar Leger, B&L Management Consulting GmbH

66 Die digitalen Marktplätze von heute
Jos Bischoff, BCT Deutschland GmbH

Im Dienste der Menschen
62

Führen im
Digitalen Zeitalter
72

30
Träumen ChatBots von elektronischen Schafen?

Wege in die Cloud mit Office 365 20

Einfach Anders Arbeiten 22

Security im Zeitalter von Industrie 4.0 52

AUF DEM WEG IN DIE ZUKUNFT

8 EIM – Der Weg zum intelligenten Informationsmanagement
Interview mit Herr Dr. Ulrich Kampffmeyer, Project Consult Unternehmensberatung Dr. Ulrich Kampffmeyer GmbH

22 Einfach Anders Arbeiten
Detlev Artelt, aixvox GmbH

48 Digital ist egal!
Barbara Liebermeister, Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter

60 Blockchain - Innovationsmotor für die Zukunft
Olaf Stöwer, faizod GmbH

DIREKT AUS DER PRAXIS

18 Generationswechsel
Andreas Bader, objective partners AG

56 DSGVO – Respektvoller Umgang oder Panikmache
Steffen Schaar, The Quality Group GmbH

62 Im Dienst der Menschen
Ulrich Schmidt, id-netsolutions GmbH

STANDARDS

3 Editorial

5 Impressum

6 Aufschlag

7 Informationsmanagement mal anders
Luthers Thesen heute

29 Nachgefragt
Drei Fragen an... KNIGHT, Smart Knight TQG businessApp

72 Informationsmanagement mal anders
Führen im Digitalen Zeitalter, Barbara Liebermeister, Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter

74 Return
#bethechange, André Vogt, CENIT AG

40 „NOVEM"– die NÜRNBERGER im digitalen Wandel

56 DSGVO - Resepktvoller Umgang oder Panikmache

Impressum
DiALOG - Das Magazin für Enterprise Information Management Ausgabe März 2018.

Haben Sie Anregungen, Fragen oder Kritik? Über Ihr Feedback freuen wir uns.

Herausgeber:
The Quality Group GmbH
Konrad-Zuse-Platz 1, 71034 Böblingen
Telefon: +49 7031 306974-100
Internet: www.tqg.de

Verantwortlicher Redakteur:
Steffen Schaar
Telefon: +49 7031 306974-201
E-Mail: steffen.schaar@tqg.de

Redaktion:
Cornelia Geiselhart
Telefon: +49 7031 306974-204
E-Mail: cornelia.geiselhart@tqg.de
Simon Feess
Telefon: +49 7031 306974-202
E-Mail: simon.feess@tqg.de

Bildnachweis:
123RF, Barbara Liebermeister, BCT Deutschland, B&L Management Consulting, CENIT, FlixMobility, Fotolia, id-netsolutions, iStockphoto, Konica Minolta IT Solutions, Legal Revolution, Markus Heisler, Nürnberger Versicherungsgruppe, objective partner, The Quality Group, TÜV Rheinland, Verena Walter, VOI.

Haftungsausschluss:
Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts übernehmen Herausgeber und Redaktion keine Gewähr.

Lieber Herr Vogt,
ich schreibe Ihnen diesen Brief, weil ich in vielen Publikationen, Interviews und Vorträgen von Ihnen eine klare Positionierung zu EIM wahrgenommen habe. Andere eiern in diesem Thema herum, verirren sich in Akronyme, Streitereien, zitieren die Vergangenheit mit alten Denkmustern oder klammern sich an eine selbsternannte Branche. Meinen Respekt für Ihre bewusste Haltung schon einmal vorab. Also schreibe ich Ihnen diese Zeilen, um mehr zu erfahren. Welche Visionen sind moderner Hokuspokus? Was bringt uns weiter und wie gehen wir damit um? Abwarten, mitmachen oder gar ausprobieren? Helfen Sie mir!
In einem Interview wurden Sie neulich zum Thema Dokumentenmanagement, dem Umgang von Informationen im Kontext des neuen EU-DSGVO (Datenschutzverordnung) und der Wertschöpfung aus Daten befragt. Der Wertekanon aus „Daten-Wissen-Handeln“ ist für Sie genauso gelebte Strategie wie für mich. Sicher beziehen Sie Ihre Wertekultur und Beratung nicht nur aus „Omas Nähkästchen,“ um mal den Volksmund zu zitieren. Was macht Sie also so zuversichtlich und sicher, wenn Sie vor Menschen aus den Organisationen stehen und Ihre Erfahrungen und Strategien darlegen? Brauchen Sie dazu eine Branche oder die weltbeste Software? Wie ich Sie kenne sicher nicht, oder doch? Am besten lassen Sie uns tiefer in Ihre Karten schauen, an Ihren Erfahrungen teilhaben und von Ihren wertvollsten Tricks und Tipps profitieren.
In Zeiten von Governance, Risk & Compliance (GRC), der wachsenden Bedeutung von digitalen Transformationsanforderungen und der Veränderungsbereitschaft in unseren Arbeits- und Organisationsabläufen (bald kommt Büro5.0, was dann?) sind Fachleute wie Sie gefragt wie nie. Jetzt also bitte Herr Vogt, „Butter bei die Fische“: Was ist Digitalisierung, was bringt sie uns wirklich und was ist besser: Evolution oder Innovation? Und welche Rolle spielt in Zeiten von medialen und virtuellen Superlativen wie KI (künstliche Intelligenz), LegalTech, Industrie4.0, IoT und Blockchain eigentlich noch der Mensch. Sind wir nur noch Mitreisende? Schaffen wir uns gar selbst ab? Oder mit einem Satz aus einem Ihrer Vorträge kommentiert: „Träumen Roboter dann auch bald von elektrischen Schafen?“ Panikmache oder Chance?
Herr Vogt, Ihr Return bitte! Lassen Sie uns teilhaben an Ihrer Strategie zur Antwort auf die Fragen der digitalen Transformation, aber bitte im Klartext. Ich freue mich schon und bin gespannt auf Ihren schwungvollen digitalen Rat.
In diesem (DiALOG)-Sinne bin ich Ihnen schon jetzt kommunikativ verbunden.
Ihr Fan
Steffen Schaar

Herrn Vogts „Return“ finden Sie auf Seite 74.

Luthers Thesen heute –

Führen im digitalen Zeitalter

These 1: Persönlichkeit lässt sich nicht digitalisieren!

These 2: Menschen können nur durch Menschen geführt werden!

These 3: Führungskraft – lieber Menschenkenner als Fachexperte!

These 4: Kreativität ist nicht programmierbar!

These 5: Das Prinzip von Befehl und Gehorsam hat ausgedient!

These 6: Die Antwort auf die Technisierung lautet mehr emotionale Intelligenz!

These 7: Führung muss Orientierung, Halt und Sicherheit geben!

These 8: Führung ist Beziehung – Leader aus Fleisch und Blut sind gefordert!

These 9: Führung heißt, Menschen erreichen und Sinn stiften!

These 10: Empathie schafft die Erfolgsvoraussetzungen!

These 11: Führungskräfte müssen zu einer „Marke“ werden!

These 12: Ohne Vernetzung läuft nichts!

Lesen Sie die vollständigen Thesen von Barbara Liebermeister auf Seite 72.

Trendsetter im Gespräch

EIM - Der Weg zum intelligenten Informationsmanagement

Während sich die selbsternannte Branche ECM über Sinn und Unsinn neuer Akronyme, wie EIM – Enterprise Information Management, sortiert und positioniert, ist der seit vielen Jahren geschätzte Experte im Sinne von Informationsmanagement, im Umgang mit Daten, Wissen und Informationen schon zwei Schritte voraus. Ja, **Herr Dr. Ulrich Kampffmeyer** kann als „Urvater" der klaren Positionierung des Begriffes „Enterprise Information Management" deklariert werden. Vielleicht vor 20 Jahren ein wenig zu weit voraus, die IT noch nicht auf der Höhe seiner IT-Zukunftsvisionen, aber dafür immer mit pragmatischem Sachverstand, kritischem Hinterfragen und vor allem als Trendsetter nie müde werdend, wenn es darum geht Definitionen, Lücken oder Risiken standhaft anzusprechen. Ein Mann, der bei neuen Themen vorangeht, mit Mut zur Klarheit und wachem Geist. Heute steht er uns in einem Interview mit hoffentlich großem Weitwinkel für die „digitale Transformation" und EIM Rede und Antwort.

Steffen Schaar: Die Rubrik „EIM-Kompass" ist mit Beginn der ersten Ausgabe dieses Magazins fester Bestandteil. Kompass steht für Orientierung, Wegweiser, Hilfestellung. Seien Sie heute unser „Kompass" – geben Sie uns Einblicke in Ihre Motivation über Jahre hinweg das Digitalisierungszeitalter mitgestaltet zu haben und hoffentlich auch weiter mitzugestalten. Nun schon mehr als ein Viertel Jahrhundert sind Sie Experte, Berater, Meinungsbilder, Trendsetter. Dürfen wir Sie näher kennenlernen, indem Sie uns folgenden Satz erklären, der ja nun gar nichts mit IT zu tun hat: „Die Keramik der Siedlung Hürde1 am Dümmer....?"

Dr. Ulrich Kampffmeyer: (lacht) Ja, dies ist der Titel meiner Dissertation im Bereich der Ur- und Frühgeschichte aus den 80er Jahren. Auch diese Arbeit war für mich schon ein Schritt auf dem Weg ins Informationsmanagement, denn schon Ende der 70er Jahre habe ich die damalige EDV für die Archäologie zu nutzen und schätzen gelernt. Mein Weg führte mich aber in den 80er Jahren auch weg von der Prähistorik in die Informationswissenschaft. Von Stationen beim Fraunhofer Institut IIT, über verschiedene Anbieter von Dokumentenmanagementlösungen bis hin zur Gründung meines eigenen Beratungsunternehmens waren die letzten 35 Jahre durch das Thema Informationsmanagement und digitale Transformation bestimmt.

Steffen Schaar: Sie haben damals quasi die „Bildverarbeitung" in der Archäologie etabliert, haben schon 1985 die Archäologen mit einem Datenbanksystem unterstützt, sind Mitgründer des VOI – Verband für Organisations- und Informationssysteme, organisieren Kongresse, sind Moderator, Seminarleiter und feierten neulich Ihr 25-jähriges Firmenjubiläum. Herzlichen Glückwunsch auch von uns. Sind 25 Jahre Leidenschaft für und mit der IT auch 25 Jahre Transformation in Ihrem Leben?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Mein Wunsch war ursprünglich Archäologe zu werden. Ich habe mit sieben Jahren zum Geburtstag ein Buch über Heinrich Schiemann geschenkt bekommen...der geradezu klassische Einstieg. Archäologie habe ich unter anderem studiert und auch zahlreiche Ausgrabungen durchgeführt. Diese Leidenschaft habe ich sehr früh in den 70ern mit naturwissenschaftlichen Methoden und elektronischer Datenverarbeitung kombiniert. Auch wenn ich mich später ganz in die Informationstechnik absetzte, habe ich alle archäologischen Arbeiten zuvor abgeschlossen und publiziert. Es war eine relativ einfache Entscheidung aus der Archäologie zunächst in die Fraunhofer Gesellschaft für Informations- und Datenverarbeitung zu wechseln. Danach war ich bei verschiedenen Unternehmen wie z. B. Nixdorf verantwortlich für erste Dokumenten Management Projekte, habe bei amerikanischen Beratungsunternehmen ein bisschen das Handwerkszeug gelernt und habe dann bei der ACS das Produkt „Hyparchiv" gemacht, das heute noch am Markt ist.
Sie sprachen den VOI an: wir haben damals Ende der 80er gemerkt, dass man sich engagieren muss, um Visibilität für ein Thema zu erzeugen, von der letztlich alle Marktteilnehmer und die Anwender profitieren. Das war einer der Anlässe, warum ich 1991 mit Gleichgesinnten den VOI Verband Optische Informationssysteme ins Leben gerufen habe. Es war mir damals wichtig, Initiativen wie die zur rechtlichen Anerkennung der elektronischen Archivierung erfolgreich zu platzieren, aus der dann Vorgaben wie die GoBS, GDPdU oder die heutige GoBD entstanden sind. Nach sieben Jahren habe ich aber mich aus verschie-

denen Gründen aus dem Verband verabschiedet. Als geschäftsführender Vorstandsvorsitzender hatte ich viel Verantwortung und bei 150 Mitgliedsfirmen ist einfach zu viel Zeit, die ich für mein Unternehmen brauchte, in den Verband geflossen. PROJECT CONSULT hat seinen Teil zur Entwicklung des Themas in Deutschland beigetragen. Das können jetzt auch mal andere machen. Zum letzten Teil Ihrer Frage und zum Anlass des Interviews – ich persönlich habe in diesen Jahren eine Transformation vollzogen, von einem naturwissenschaftlich orientierten Archäologen in die Informationswissenschaft, aus der Forschung in die Entwicklung von Software und von dort in die produktunabhängige Unternehmensberatung. Wir helfen den Endanwendern, dass sie auch mit der digitalen Transformation zurechtkommen.

Steffen Schaar: ...eine wunderbare Brücke zu den Fragen aus dem „Heute", denn wie sagt ein Sprichwort „ ... um die Zukunft zu gestalten, sollte man die Vergangenheit kennen und die Gegenwart akzeptieren". Hätten Sie gedacht mal als Digital Immigrant alt zu werden und die Digitalisierung mitzugestalten?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Ja. Sogar als RDI – Retarded Digital Immigrant.

Steffen Schaar: Okay - klare Antwort! (schmunzelt)

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Sie haben den Begriff Digitalisierung in den Ring geworfen. Seit Beginn der IT betreiben wir doch Digitalisierung, oder? Was sich geändert hat ist, dass wir heute eine bisher nicht gekannte Beschleunigung der Entwicklung haben. Der Begriff Digitalisierung ist in unseren Alltag förmlich eingesickert. Ursprünglich war er für Forschung oder moderne Wirtschaftsunternehmen vorbehalten, heute ist das ein Thema, das alle betrifft. Was aber meint Digitalisierung ursprünglich? Das Lexikon sagt „die Wandelung analoger Information in digitale Information" – also kurz gesprungen für die Dokumentenmanagementbranche - Scannen. Was wir heute unter Digitalisierung verstehen, ist die Umstellung der Kommunikation, der Arbeitsweisen, des gesamten Unterstützungsumfeldes des Menschen durch digitale Medien, durch digitale Abläufe, digitale Werkzeuge, Robotik und dergleichen. Seitdem der Mensch existiert, benutzt er die Werkzeuge, den Faustkeil, die Dampfmaschine, das Fließband. Der Mensch wird erst durch seine Werkzeuge zum Menschen. Unterstützende Werkzeuge beginnen nun aber ein Eigenleben zu entwickeln: Roboter, Künstliche Intelligenz, semantische Suche bis hin zu Cyborgs. Wir müssen akzeptieren, dass die Software, mit der wir im Büro oder in der Fabrik arbeiten, eigentlich ein Kollege ist. Dies wird sich durch den Einbau elektronischer Komponenten in den Menschen, als Cyborgs, noch verstärken. Kälber

bekommen bei Geburt zwei Chips in die Ohren - Verwechslungen ausgeschlossen! Wir als Menschen noch nicht. Aber in der Ersatzteil-Chirurgie kommen immer mehr „intelligente“ Komponenten zum Einsatz. Dieses Verschmelzen, alles Durchdringen, selbstlernend Agieren – das ist eigentlich die neue Qualität der Digitalisierung.

Steffen Schaar: Eigentlich geht es darum die Technologie der Gegenwart zu nutzen, damit wir in der Gesellschaft und alles was den Menschen begleitet, die Möglichkeiten entdecken, die letztendlich dem Forschergeist des Menschen und dem mit Wissensdrang schon eingeimpft sind. Mein Symbol dafür ist der „Bleistift“: einen Roman schreiben, ein tolles Bild malen, ein Gedicht reimen. Wertschöpfung, Verantwortung übernehmen, sich Gedanken machen. Alles menschliche Eigenarten, sich der Gegenwart zu stellen. Stift, DMS, ECM, Industrie4.0 und was kommt dann?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Ein Stift diente früher dazu selber gestalterisch etwas aufzuzeichnen. Technologie heute macht das gleiche, same same but different. Technologie macht aus Ihrem Stift heute einen Zauberstift. Der leistet nicht nur nahezu Unvorstellbares für Sie, sondern hinterlässt auch noch eine kaum sichtbare Spur. Die Datenspuren von heute führen zum Stichwort „gläserner Mensch“, das vor einigen Jahren die Diskussion bestimmte. Die Spuren, die wir hinterlassen, sind nicht mehr ausradierbar. Das ist die dunkle Seite der Digitalisierung. Wirtschaftliche und politische Interessen stehen im Vordergrund, nicht mehr der Mensch. Interessant fand ich die Aussagen von Shoshana Zuboff schon Anfang der 80er Jahre mit ihren drei Gesetzen: alles was in elektronische Information gewandelt werden kann, wird in elektronische Information gewandelt; alles was automatisiert werden kann, wird automatisiert; und drittens, alle Anwendungen, die für Überwachung und Beeinflussung oder Kontrolle benutzt werden können, werden für Beeinflussung und Kontrolle eingesetzt werden. Die Gegenwart bestätigt alle drei Thesen. Der Zug, den wir damals in Bewegung gesetzt haben, ist schon seit den 90er Jahren nicht mehr aufzuhalten. Und bei unserem Thema, dem Informationsmanagement in Unternehmen, wird krass unterschätzt, dass wir heute schon zu 100% von der Richtigkeit und der Verfügbarkeit von elektronischen Informationen abhängig sind.

Es gibt keine digitale Kultur in den Unternehmen, weil die digitale Welt noch nicht so richtig angekommen ist.

Steffen Schaar: Absolut. Aber dazwischen steht immer noch der Mensch.

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Der Mensch ist zum Teil auch schon außen vor. Wenn Sie an neue Fintech-Konzepte denken, mit virtuellen Banken und Blockchain, da ist kein Mensch mehr in den Arbeitsprozessen.

Steffen Schaar: Bitcoin, Blockchain, künstliche Intelligenz. Vor nicht ganz 30 Jahren sagte kein geringerer als Bill Gates es wird die Zeit kommen, wo die Menschheit nur einen Computer hat....

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Douglas Adams hat da sehr visionär in seinem Buch „Per Anhalter durch die Galaxis“ geschrieben die ganze Erde wird ein einziger Computer sein. Bill Gates hatte nicht ganz Unrecht, wenn wir an die Vernetzung, an IoT, Interconnected Cloud, Mobile und ähnliches denken. Der Mensch ist eine Symbiose mit Software eingegangen. Unser Selbstverständnis, unser Leben, unsere Arbeit hat sich dadurch verändert. So werden Fragen wichtig wie „Was ist in Zukunft denn überhaupt noch Arbeit?“ Welche Rolle wird noch menschliche Arbeit spielen? Was tun mit all den Menschen ohne Arbeit? Da hängen gesellschaftliche Fragen dran, wie z. B. das bedingungslose Grundeinkommen. Heute reden wir über den Fortschritt der digitalen Transformation. Wir sollten eigentlich schon anfangen zu überlegen, was machen wir, wenn alles digitalisiert ist?

Steffen Schaar: Welche Rolle spielte denn bei dieser Entwicklung die Branche der Anbieter rund ums Dokument?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Dokumentenmanagement als Disziplin entstand in den 70ern, 80ern, als damalige Hostsysteme nicht in der Lage waren unstrukturierte Informationen wie z. B. Dokumente zu verarbeiten. ECM Enterprise Content Management folgte Ende der 90er Jahre und stellte den Versuch dar, die Entwicklungen des Internets, des Webs, einzufangen. Heute, im Jahr 2018, hat sich diese Branche selbst erledigt.

Steffen Schaar: Was ist denn bei ECM – Enterprise Content Management so falsch gelaufen? Wurde die Branche, die Zielgruppe aus den Augen verloren oder von der Zeit einfach überholt?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Zum Einen haben die ECM-Systemanbieter die Vision, den Zweck von Enterprise Content Management nie richtig verstanden, sondern nur auf ihr Produkt abgehoben. Blickt man auf

die Anfänge von ECM, um das Jahr 2000, war der Anspruch viel weiter gefasst. Es geht um Strategien und Methoden des Informationsmanagements. Damals war ich einer der Direktoren der Association for Information and Image Management (AIIM) und in der Arbeitsgruppe, die die Vision von ECM auf den Weg gebracht hat. Damals versuchten wir durch ein Akronym für unser Thema bei den Entscheidern die gleiche Wichtigkeit wie ERP, PLM, HR, CRM, CMS usw. zu positionieren. Die Trends der IT wurden durch solche Akronyme definiert und hier sollte sich unser Thema wiederfinden. Leider hat dies nicht richtig funktioniert, jeder Anbieter marschierte in eine eigene Richtung und die sogenannte ECM-Branche ist in Auflösung begriffen. Ein großes gemeinsames Dach, unter dem sich die Anbieter wiederfinden, und das den Anwendern erlaubt, Lösungen zu identifizieren und zu vergleichen, fehlt heute. Übrigens, in Bezug auf Technologien und Funktionalität war ECM im Ansatz immer Middleware, war immer Infrastruktur, Dienste im Untergrund der Systeme, eigentlich am Arbeitsplatz für den Anwender kaum visibel. Dieser Ansatz wäre auch noch heute valide, jedoch meinen die ehemaligen ECM-Anbieter sich in der Digitalen Transformation anders positionieren zu müssen.

Steffen Schaar: War diese Entwicklung ein notwendiges Übel oder hätte man das vielleicht mitverändern können? Also müssen wir nicht sagen „Asche aufs Haupt“? Das würde uns ja alle auch sympathischer machen, für alle Menschen ringsum. Ist es nicht Zeit sich endgültig davon abzuwenden?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Ach wissen Sie, der Zug ist abgefahren. Einige Themen werden aber weiterhin wichtig bleiben, auch wenn man nicht mehr von ECM spricht. Da ist z. B. die Beherrschung der Information, die Information Governance, die angesichts der Informationsflut und der rechtlichen Anforderungen immer wichtiger wird. Beim Thema ECM Enterprise Content Management kam dieser Aspekt in den letzten Jahren nur unzureichend zur Geltung. Eine Rolle spielte auch, dass sich ECM bei vielen Anbietern nur auf unstrukturierte Inhalte fokussiert hat, nämlich auf klassische Dokumente, Scans, PDF, Word-Dateien, Bilder usw. Was ja auch Ihr Unternehmen, Herr Schaar, und auch der VOI sinnvollerweise erkannt haben: es geht um die Erschließung und Verwaltung aller Informationen, egal in welchem technischen Format. Es geht um den Wert der Information, der vom Format unabhängig ist. Was uns heute hier fehlt und wo wir auch keine Maßstäbe haben, ist diesen Wert der Information zu definieren und zu erkennen. In Bezug auf die zu enge Fassung von ECM, das Ignorieren von Daten und Dokumenten als Bestandteil eines übergeordneten Informationsmanagements, da bin ich der Branche regelrecht böse …

Steffen Schaar: Das wollte ich jetzt mal hören, Herr Kampffmeyer, weil …?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Ja, ich bin da richtig böse, weil die Anbieter das Thema regelrecht versemmelt haben. Es ist nirgendwo mehr auf der Prioritätenliste von Entscheidern. Man redet über Teilbereiche wie Archivierung – aus Entscheidersicht unwichtig, gehört in den Keller –, Content Management – macht der Dienstleister –, Kollaboration – dafür gibt es doch Share Point –, Prozesse – laufen doch in der Fachanwendung oder im ERP –, elektronische Rechnungen – sind Standard und zudem nebensächlich, da soll sich die IT mal kurz drum kümmern –, und, und, und. Wir haben den Stellenwert der Infor-

mation nur am Medium, an der Verwaltung, aber nicht am Wert und Nutzen ausgerichtet.

Steffen Schaar: Jetzt haben sie gerade das digitale Stichwort genannt. In dieser Form der ganzen Akronyme, Systemlösungen, die CRM, ERP, MRS, MES usw. heißen. Das wollen die Anwender nicht, die wollen einen Nutzen davon haben. Einfacher, interessanter, effizienter, schneller, agiler. Wissen heißt das Zauberwort. Wissen ist im Handlungskontext versehene Daten. Und aus Wissen kann man gute Entscheidungen ableiten, aber nur aus Wissen, nicht in dem man sagt, Daten sind das Gold des 21. Jahrhunderts. Daten sind Müll, Daten sind Sand. Wissen ist das Gold, nämlich im Handlungskontext von Gesellschaften, von Unternehmen, von Organisationen, von Menschen, die miteinander arbeiten und leben. Tut das nicht in Ihrer Beraterseele weh, wenn ich Sie einfach frage, seit 20 Jahren gießen Sie Wasser auf die Mühlen, wieviel Kraft haben Sie denn noch?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Gegenfrage - wussten Sie eigentlich dass 75 % aller elektronischen Informationen in Unternehmen ROT sind: Redundant, Outdated, Trivial! Das entscheidende Thema ist Informationserschließung und Informationsnutzung. Nicht die technische Lösung ist der Schlüssel, sondern der bewusste Umgang mit Informationen im Unternehmen. Welchen Stellenwert haben Informationen z. B. in kaufmännischen Anwendungen. Ob ein Archiv, SharePoint oder Cloud dabei die technische Lösung ist, ist unwichtig. Wie gehe ich mit Information um, wie schütze ich sie, wie erhalte ich die Qualität und Nutzbarkeit. Die Anbieter und ihre Verbände wie z. B. BITKOM, VOI & Co., beschäftigen sich von den Herstellern getrieben stattdessen weiterhin mit Technologie, Funktionalität und Systemen – die eigentlich wichtigen Themen bleiben so auf der Strecke. Wir haben so die Anwender allein gelassen, unterwegs verloren. Wir überlassen sie zum Teil Scharlatanen, die mit Technologieversprechen als Heilsbringer auftreten wo doch organisatorische Lösungen gefordert sind. Dies betrifft auch die Innovation im Umgang mit Information. Innovationen kommen von außerhalb der traditionellen Branche. Die Branche nimmt sich mal hier und da Innovationen von nebenan, baut die bei sich ein, aber eigenständige Innovationen sind seit einigen Jahren nicht mehr da. Dies hat auch einen positiven Aspekt den man nicht verheimlichen sollte – die Lösungen sind matur, laufen stabil und tun was sie tun sollen. Ob Letzteres aber in der Digitalen Transformation noch ausreichend ist, ist mehr als fraglich. Die Krise der Branche rührt auch daher, dass sie von neuen Themen links und rechts überholt wurde.

Steffen Schaar: Sie fokussieren sich ganz klar auf den Nutzen und da sind wir wieder Seelenverwandte. Das bringt mich gleich zur nächsten Frage: Sie haben 2014 für viele überraschend – übrigens nicht für mich – auf der DMS Expo in Stuttgart das erste Mal diesen Satz geprägt: „Der CIO ist nicht der IT Leiter". Jüngst war in der ComputerWoche zu lesen, der CIO habe sich abgeschafft. Und dann hat man das I ausgetauscht durch ein D. Und dazu möchte ich Ihre Meinung wissen. Ist der Chief Information Officer der Information Officer und nicht der IT Leiter? Stehen Sie heute noch dazu oder was sagen Sie zu dem Buchstaben D dazwischen?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Lieber Herr Schaar, eher andersherum – leider sind viele sogenannte CIOs in Deutschland nur IT-Leiter, die sich um die IT kümmern, und nicht ums Informationsmanagement. Seit fünf Jahren gestalte ich den Strategiegipfel IT & Information Management

mit, der gezielt Chief Information Officer anspricht. Dort haben wir schon zu Beginn die Teilnehmer mit dieser Frage konfrontiert, da viele aus dem technischen Umfeld kommen und jetzt einfach, weil modern, einen „C"-Titel erhalten haben. Vom Arbeitsumfeld sind sie ITler, aber weniger Architekten, Strategen oder Visionäre. Beim Begriff Architektur denken diese Leiter dann auch eher an eine Systemarchitektur denn an eine Informationsarchitektur ...

Steffen Schaar: ...nicht Organisationsarchitektur, nicht Unternehmensarchitektur...

Dr. Ulrich Kampffmeyer: ...aus geschäftlicher oder strategischer Sicht, sondern sie sind eigentlich damit beschäftigt, die vorhandene IT am Laufen zu halten. Dies betrifft auch das Verhältnis zum sogenannten „Business" – die IT als Dienstleister oder die IT als strategischer Partner des Business. Die Kluft zwischen Fachabteilungen und IT ist immer noch da. Den sogenannten Chief Information Officers ist es nicht gelungen aus der IT-Ecke in die Informationsecke zu gelangen. Deshalb musste ja auch die neue Rolle des Chief Digitalen Officers erfunden werden, oder?! Der Chief Digital Officer hat die Aufgabe aus fachlicher Sicht den Digitalisierungsprozess voran zu treiben. Aber auch dort hakt es. Erstens kann man das I nicht einfach durch ein D ersetzen oder das I in Technik und Digitalisierung auftrennen. Als Berater, und als ein solcher sollte sich der CIO oder CDO auch verstehen, muss immer seinen Kunden, dem Business, ein paar Schritte voraus sein. Dennoch darf er nicht die Bodenhaftung verlieren. Immer neue Begriffe und Trends treiben die Unternehmen voran – aber auch in den Wahnsinn. Nehmen wir den deutschen Begriff Industrie 4.0. Ein Hype-Thema, wo man versucht hat, den Marketingerfolg von 2.0 auf Industrie 4.0 zu übertragen. Inhaltliche Leere. Andernortes nennt man dies mit dem Anglizismus Smart Industry. Diese leere begriffliche Hülle wird jedes Jahr mit anderen Inhalten neu befüllt. In der Unternehmensrealität muss sie aber konkret umgesetzt werden. So soll der CDO beispielsweise den Workplace 4.0, den Arbeitsplatz der Zukunft, einführen, Industrie 4.0 im Unternehmen und in neuen Produkten und Dienstleistungen des Unternehmens umsetzen, die digitale Transformation des Unternehmens auf den Weg bringen. Traditionelle Organisationen sind schier überfordert. Hierarchische Strukturen und Entscheidungen stehen den notwendigen übergreifenden Prozessen und den übergreifenden Informationen im Wege. Man hofft auf die automatische Erschließung aller Informationen als Wissen des Unternehmens. Alles soll verfügbar sein aber andererseits soll Vertraulichkeit und Datenschutz gewahrt bleiben. Das funktioniert nicht von heute auf morgen! Digitalisierung hat in erster Linie etwas mit Organisation, Prozessen und Menschen zu tun und nicht mit dem willkürlichen Einsatz von vermeintlich moderner Technologien.

Steffen Schaar: Sprechen wir zu viel Fachchinesisch? Fragen sie mal jemand, was Industrie 4.0 heißt - 60% wissen das nicht. Müssen wir umdenken, mehr digitale Strategie statt digitales Stückwerk?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Strategie steht als Notwendigkeit ganz am Anfang. Dies muss den Anwendern vermittelt werden, ohne Akronymologie. Bei PROJECT CONSULT sprechen wir seit 1997 von Informationsmanagement als Überbegriff, denn Information Management beinhaltet Kommunikation wie den Austausch und die Nutzung und Erschließung von Information. Informationsmanagement ist durch menschliche Interaktion und Kultur geprägt. Der Mensch ist hier der Maßstab und menschliches Verhalten bestimmt die Lösungsansätze. Bekannt ist hier z. B. das Sender-Empfänger-Problem. Mit Worten und den dahinter liegenden Begriffen und Konzepten versuche ich etwas zu vermitteln. Der Empfänger, der Zuhörer, versteht davon nur einen Teil – oder auch gar nichts – wenn er die Begriffe und Konzepte nicht kennt. Stille Post und Unverständnis sind die Konsequenzen. Kommunikation und Informationsmanagement sind so gesehen auch Verständnis- und Kulturfragen. Dies ist übrigens auch ein inhärentes Problem unserer Akronyme und Fachbegriffe, gilt aber generell innerhalb jeder Organisation und menschlichen Interaktion. Die Unternehmenskultur wird bei der Digitalen Transformation häufig unterschätzt oder gar nicht berücksichtigt. Es gibt noch keine digitale Kultur in den Unternehmen, weil die digitale Welt noch nicht so richtig angekommen ist. Dies hatten wir bereits beim Wert der Information angesprochen - welchen Stellenwert hat die Information im Unternehmen, was macht das Un-

3 Fragen Antworten Meinungen

„Herr Dr. Kampffmeyer, ..."

... wie steht es um ihre persönliche Digitalisierung?
Privat wenig, geschäftlich 100%

...was ist ihr wichtigstes technisches Gerät?
Leider Gottes mein Mobiltelefon.

... wann haben sie die letzte E-Mail ausgedruckt?
Ich habe noch nie E-Mails ausgedruckt!

ternehmen mit Informationen, was ist der Wert von Informationen in Bezug auf die Werte des Unternehmens. Banale Dinge wie „Wie sollen Mitarbeiter vernünftig mit den Informationen umgehen?“ Hier ist kein Bewußtsein für die grundsätzlichen Probleme in Sicht, es wird sogar schlimmer…

Steffen Schaar: … weil sich auch Unternehmen und ihre Wertschöpfung rasant verändert haben. Branchen fallen weg, Technologiewechsel und Agilität sind „HighPerformer“ und die Globalisierung schreit nach Digitalisierung, oder?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: noch ein paar Schlagworte. Die Veränderungen sind Folgen von gewissen gesellschaftlichen Gegebenheiten und von wirtschaftlichen Modellen. Beides, Gesellschaft und Wirtschaft, ändern sich rasant. So wird der gesellschaftliche Konsens durch Globalisierung bedroht, durch nicht reflektierende Konsumenten, durch eine reine Nehmer-Ich-Mentalität. Man sieht dies besonders auch beim Thema Internet. Das Internet ist ein Grundbedürfnis wie Strom aus der Steckdose, muss immer und überall erreichbar sein, und alles im Internet hat kostenlos zu sein. Unserem Gesellschaftssystem fehlen aktuell die Maßstäbe wie mit Globalisierung und grenzenloser Informationsverfügbarkeit umzugehen ist. Dazu kommen berechtigte und unberechtigte Ängste. Angesichts Robotik, Automatisierung und Künstlicher Intelligenz ist die Angst um den Arbeitsplatz, um bezahlte Arbeit, um die Existenz, sehr real. Hinzu kommt, dass die Grenzen des Wachstums ebenso wie die Unterschiede zwischen superreich und arm sichtbar werden. Digitalisierung spielt hier eine besondere Rolle, da sie einerseits eine Verheißung zum Besseren ist, andererseits aber Intransparenz, Manipulation und Abhängigkeit vorantreibt. Digitalisierung und Information sind dabei für Unternehmen der entscheidende Wettbewerbsfaktor für die Zukunft. Dem hat sich der Mensch unterzuordnen – meinen viele. Vor 20 Jahren musste man mit Unternehmensleitern noch argumentieren, dass Information die fünfte Säule des Unternehmens ist. Heute ist das selbstverständlich und die Information wird für die Unternehmen wichtiger als das traditionelle Produkt. Nur die Rolle der Mitarbeiter und auch der Konsumenten kommt hierbei zunehmend unter die Räder.

Steffen Schaar: Einer Ihrer letzten Vorträge lautete „ECM was kommt danach…“. Warum drehen Sie es nicht rum, nehmen Ihre geballte Erfahrung, packen Ihre Emotionen und Leidenschaft dazu und sprechen den Menschen mal frei aus dem Herzen, ohne die DMS- oder ECM-Branche zu hofieren?

Dr. Ulrich Kampffmeyer (lacht): Wow – die ECM-Branche hofieren. Im Übrigen haben wir schon vorhin festgestellt, dass es die DMS/ECM-Branche per se nicht mehr gibt. Ich glaube, wenn ich so die Anbieter höre, dann bin ich derjenige, der immer als pessimistischer Mahner auftritt, der immer in den Wunden stochert. Lobbyismus für die Anbieter, Hersteller und Verbände dieser – nicht mehr vorhandenen? – Branche, nein, das ist nicht mein Thema. Jedoch bin ich Teil dieser Branche, oder sagen wir heute, Szene, und wenn es der Branche gut geht, gibt es viele Projekte und viel Beratungsbedarf. Es geht darum gemeinsam Entscheidern und zukünftigen Anwendern die Bedeutung des Themas zu verdeutlichen. Im Interesse aller. Meine Erfahrung stelle ich dabei gern zur Verfügung, wenn Sie meinen, auch leidenschaftlich, emotional engagiert.

Steffen Schaar: Respekt, dass sie das durchgehalten haben.

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Es gibt Anbieter, die unterstützen dieses Engagement, die geben auch dafür Geld aus, dass ich für sie Vorträge halte, Diskussionsrunden moderiere oder Whitepaper verfasse. Letztlich bieten mir Veranstaltungen – wie auch dieses Interview - eine Plattform, mit Vorträgen meine Ideen und Einschätzungen der zukünftigen Entwicklungen weiterzutragen.

Dies nützt den Anwendern wie auch den Anbietern. Und letztlich auch meinem Unternehmen als Dienstleister der Anwender.

Steffen Schaar: ... und natürlich ist es auch eine persönliche Anerkennung.

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Ja, dies spiegelt auch eine gewisse Anerkennung meiner Rolle wider. Auch wenn man diese selbst nicht immer in dem Maße wahrnehmen kann, wie man möchte, z. B. eine Direktorenschaft bei einem internationalen Dachverband, das Managen eines europäischen Verbandes oder eine außerordentliche Professur. Hier ist die wirtschaftliche Kapazität und Relevanz einer sehr kleinen Unternehmensberatung sehr begrenzt.

Steffen Schaar: Hand aufs Herz, Herr Kampffmeyer, wie lange wird's noch dauern bis aus digitalem Stückwerk Strategie wird? Können wir das beschleunigen? Können Sie da etwas mit Visionen beitragen? Oder sind wir zu weit weg? Was wird aus den strategischen Ansätzen, den Visionen?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: PROJECT CONSULT gehört nicht zu den großen strategischen Unternehmensberatungen, die auf der C-Ebene ein- und ausgehen, wie die KPMGs, Bergers, E&Ys, BCGs usw. Wir agieren eher im Mittelbau und auf konkrete Projekte bezogen. Unser Einfluss auf Strategien für das Informationsmanagement ist so leider nur sehr eingeschränkt. Vorgegebene Ziele unterstützen weitergehende Visionen nicht immer. Man kann jetzt sagen "wer eine Vision hat soll zum Arzt gehen" oder "Unternehmen, die keine Vision haben, wird es nicht mehr lange geben." Das heißt, wenn von oben keine digitale Strategie da ist, dann kann unten in den Projekten nie etwas Größeres, Durchgängiges, Integrierendes entstehen.

Diese Erfahrung machen Sie sicher auch selbst mit der TQG wenn Sie als Integrator unterwegs sind. Ein Einstiegspunkt für umfassendere Lösungen ist die Kombination von Information Governance und Information Management. Übergreifend bezeichnen manche dies auch als EIM Enterprise Information Management. Bei rechtlichen Vorgaben kann sich die Unternehmensführung schlecht herausreden. So wird z. B. die elektronische Aufbewahrung und Archivierung immer ein Thema sein, ein Dauerbrenner. Sie gilt als staubiges Thema, gewinnt aber immer wieder an Aktualität, wenn es z. B. durch Migration um die Erhaltung der Nutzbarkeit von Information geht oder um neue technologische Ansätze geht. So bekommt man mit vernünftigen Archivierungskonzepten aus dem vergangenen Jahrtausend sogar eine Blockchain-Lösung hin.

Digitalisierung und Information sind dabei für Unternehmen der entscheidende Wettbewerbsfaktor für die Zukunft

Steffen Schaar: Jetzt haben sie mir zwei schöne Stichworte gegeben, Blockchain und Enterprise Information Management.

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Das musste ja jetzt mal kommen (lacht).

Steffen Schaar: (schmunzelt)... wir haben bis hierhin fast 1,5 Stunden gebraucht.

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Und ich habe schon die ganze Zeit gewartet! EIM, wann kommt es endlich...

Steffen Schaar: Aber sie haben es mit dem Thema Blockchain garniert, wunderbar. Sie haben auch gesagt, das Thema EIM wird nicht fallen gelassen und es wird uns noch lange begleiten. Ich würde beide um das Thema Plattform ergänzen, damit wir aus dem Klein-Klein der IT so richtig rauskommen. EIM, Blockchain, Plattform – wie sehen sie das?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Für mich war EIM Enterprise Information Management eine Brücke für die Branche, um die Endanwender von Enterprise Content Management zu etwas Sinvollerem zu bringen, um vom Begriff Content in ECM, der Beschränkung auf unstrukturierte Information wegzukommen - ohne dabei Enterprise Content Management aufzugeben, was weiterhin nützlich, wertvoll und gut ist. Das war mein Versuch, das „C" durch das umfassendere „I" zu ersetzen. Meine Auffassung von EIM hat sich im Markt nicht durchgesetzt. Auch wenn Unternehmen wie OpenText oder der VOI von EIM Enterprise Information Management reden, so ist meine Grundidee dabei untergegangen. Mein Grundsatz ist, ECM lebt funktional als Kernbestandteil innerhalb von EIM weiter. Dieser Kern wird ergänzt um weitere Funktionen und um ein Umfeld, Ecosystem wie der Amerikaner sagt. Eigentlich brauchen wir aber den Begriffsbestandteil Enterprise überhaupt nicht. Enterprise kann im Deutschen sehr verschieden interpretiert werden: für das Unternehmen, im Unternehmen, des Unternehmens. Die Übernahme des Begriffsbestandteils Enterprise zum Information Management war nur eine Hilfskonstruktion. Es geht um alle Informationen, ob sie nun im Unternehmen oder auch außer-

halb in Portalen, Social Media, der Public Cloud oder sonstwo liegen. Vielleicht sollten wir doch besser nur von Information Management reden. Dennoch, auch EIM Enterprise Information Management wird als Begriff eine Zeitlang weiter leben und Anwendern vielleicht auch einmal inhaltliche Orientierung bieten. Zweiter Teil Ihrer Frage – Blockchain. Blockchain ist eine sehr interessante Technologie mit einem sehr hohen Grad an Sicherheit gegen Verfälschung. Das kommt dem Bedürfnis an Unverfälschbarkeit und Vollständigkeit bei der elektronischen Archivierung entgegen. Man muss jedoch dringend zwischen den Verfahren der Public Blockchain, wie bei Bitcoin und Ether, und solchen Verfahren, die man Inhouse einsetzt, unterscheiden. Die Public Blockchain-Technologie erlaubt kein Löschen innerhalb einer Chain. Wenn ein Unternehmen nach Aufbewahrungsfristen entsorgen will oder gar die Anforderungen des Datenschutzes, die DSGVO gelten in Kürze, das Löschen erfordern, dann ist die Public Blockchain ungeeignet. So gesehen ist Blockchain wieder ein Hype-Thema, das von Anbietern, Presse und Beratern einfach so in die Debatten geworfen wird. Als Berater muss man hier vielfach die Anwender wieder auf den Boden der Tatsachen holen, denn die Blockchain ist nicht die universelle Lösung für das Records Management oder die Archivierung. Sie hatten mir aber noch einen dritten Begriff zugeworfen...

Steffen Schaar: Plattform

Dr. Ulrich Kampffmeyer: Plattform, Danke. Plattform war zu erwarten und wird auch in der aktuellen Diskussion reichlich gestresst. In unserem thematischen Umfeld zum Beispiel bei der Diskussion um die Content Services, die von den Analysten Forrester und Gartner aufgebracht wurde. Vollkommen überflüssig, denn bei den Content Services geht es nur um Funktionalität und Technologie. Hier wird von Gartner Content Services mit Plattform kombiniert. Content Services Platforms sind die Anbieter und Lösungen, die wir bisher unter ECM kannten, Infrastruktur und Dienste für Systeme. Gern kombiniert mit anderen technologischen Begriffen wie Cloud mit SaaS, IT-Architektur und anderen modernen Hype-Begriffen, die jedes Unternehmen natürlich sofort haben muss – so die Anbieter und die Analysten. Vieles ist dabei allerdings nur neu verpackt, neue Begriffe, neue Akronyme. Hier wird auch die Digitale Transformation zuschlagen. Was macht der IT-Leiter wenn das Unternehmen in der Cloud ist? Was kommt nach der Cloud – doch vielleicht der Computer-Planet von Douglas Adams? Und es wird ein Leben nach der Cloud geben, vielleicht das Informationsuniversum. Plattform wirkt hier so banal, man steigt von der Plattform in den Zug und lässt sie hinter sich. Genug. Betrachten wir die Information selbst, dann haben wir die Chance, den Begriff Plattform aus dem Hype herauszulösen. Ist die Bereitstellung und Erschließung von Information selbst eine Plattform, dann bekommt der Begriff einen anderen Stellenwert. Dies soll der Begriff Information Management fassen, meinetwegen auch als Enterprise Information Management.

Steffen Schaar: Wir haben das Thema EIM weiterentwickelt und verknüpfen es mit dem Anspruch einer businessApp platform. Business braucht Digitalisierung. App ist eine moderne Architektur um mobil und agil zu sein. Platform steht für den abteilungsübergreifenden Zugriff auf Werte, Informationen, Daten für Rechts-, Compliance-, Revisionssicherheit. Zusammenarbeit (Prozesse) durch qualitätsbewusste Kommunikation in unternehmensweiten Organisationsabläufen. Ist das eine Weiterentwicklung von EIM ... so ein bisschen... (lacht)?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: businessApp platform – auch ein schönes Schlagwort, jenseits meiner Ausführungen, wo Information selbst die Plattform für das Handeln ist. Da schlagen zwei Herzen in meiner Brust. Es ist sinnvoll, was sie machen, wenn sie sich um durchgängige Prozesse und Geschäftsvorfälle im Business kümmern. Die bisherigen Technologien rund um ECM wie z. B. Archivierung, DMS, ECM oder EIM haben immer einen wichtigen Aspekt dieser Prozesse beinhaltet, nämlich die Information Governance, die Kontrolle und Beherrschung der Information. Es gilt neue Silos, Informationsinseln zu verhindern. Und da ist es gerade für einen neuen Plattform- und BusinessApp-Ansatz essentiell, alle Informationen übergreifend in den Griff zu bekommen. Bleibe ich mit Ihren neuen BusinessApps selbst organisatorisch stecken, erreiche ich keine Durchgängigkeit, so führt dies zu neuen Inseln. Und in den Unternehmen finden wir wahrlich

Digitalisierung hat in erster Linie etwas mit Organisation, Prozessen und Menschen zu tun und nicht mit dem willkürlichen Einsatz von vermeintlich modernen Technologien.

keine grüne Wiese in Bezug auf Geschäftsprozesse vor. Und damit kommt man auch automatisch in den Problemkreis wie mit Compliance, Nachvollziehbarkeit und Übersichtlichkeit der Informationen umzugehen ist. Für Ihren Ansatz mit BusinessApps brauchen wir eine komplett andere Architektur, eine komplett andere Infrastruktur und eine komplett andere Software-Landschaft. Mit bisherigen Lösungen, den großen Monolithen im ERP-Umfeld, adressieren wir die Probleme traditioneller Unternehmen. Auch mit Ihrem neuen Ansatz sind wir in der Gefahr wieder mit kleinen Detaillösungen herumzulaborieren. Besonders dann, wenn im Unternehmen die große Vision für die digitale Zukunft und die Bereitschaft für durchgreifenden Wandel fehlt. Diese grundsätzlichen Probleme haben sich in den letzten Jahren nicht geändert und stellen auch weiterhin die größten Risiken für die traditionellen Unternehmen dar. Eigentlich muss ich hier nur meine alten Vorträge wieder ausgraben vielleicht den einen oder anderen Begriff, das eine oder andere Akronym ersetzen. Wenn Sie, lieber Herr Schaar, von Plattform sprechen, dann muss es auch die eine, durchgängige Plattform nicht nur im Unternehmen selbst sondern auch in der Unternehmenslandschaft mit Kunden, Lieferanten, Geschäftspartnern und anderen sein. Es gilt hier die Chancen der Digitalen Transformation wahrzunehmen.

Steffen Schaar: Ich schaue mir gern Ihre gepostеten Vorträge zu diesen Themen an - auch Ihr letzter wieder mit Ihren Beispielen, wo Sie dann nochmal zeigen wie zwei Menschen sich miteinander austauschen, exzellent. Man muss zum Schluss nochmal seine eigene persönliche Meinung einbringen und zu seiner Überzeugung stehen. Das waren kurzweilige zwei Stunden. Ich sage herzlichen Dank! Doch bevor wir Sie verabschieden, bitten wir Sie noch um einen Werte-Slogan, den Sie unseren Lesern mit auf den Weg geben möchten?

Dr. Ulrich Kampffmeyer: „Strategie vor Organisation, Organisation und Mensch vor Technik."
Da ist nichts von digital mit dabei, denn wir machen gern den Fehler, immer nur in einer Dimension bei der Digitalisierung zu denken. Die analoge Welt lebt weiter. Als Menschen bleiben wir analog denkende, fühlende Wesen. Der komplett „digitalisierte" Mensch kommt bisher nur in Romanen und Filmen wie den Replikanten von Blade Runner vor.

Steffen Schaar: Herzlichen Dank. Ich freue mich sehr, dass Sie uns Ihren Erfahrungsschatz, im wahrsten Sinne des Wortes, geöffnet haben. Ich bin mir sicher, gemäß Ihrer Ausführungen, dass das Thema EIM in dieser Offenheit weiterhin fester Bestandteil als Zielorientierung kontrovers diskutiert und weiterentwickelt wird. „EIM lebt und EIM wird noch lange leben" - haben Sie gerade eben in einem Satz gesagt. Wir alle sind gefordert darin Chancen zu erkennen, es immer wieder zu reflektieren, zu hinterfragen und ggfs. auch mal die Buchstaben auszutauschen.

Zur Person

Dr. Ulrich Kampffmeyer ist Gründer und Geschäftsführer der PROJECT CONSULT Unternehmensberatung GmbH. Er berät Kunden aller Branchen im In- und Ausland bei der digitalen Transformation zu Strategie, Konzeption, Einführung, Ausbau, Migration und Dokumentation von Informationsmanagement-Lösungen. Von Fachzeitschriften wurde er zu den 100 wichtigsten IT-Machern Deutschlands gezählt. Er gilt als der Mentor der Information-Management-Branche in Europa. Er beteiligte sich an internationalen Standardisierungen und ist als Kongressleiter, Referent, Moderator und Autor bekannt.
www.project-consult.de

Generationswechsel

Digitale Services werden zur Notwendigkeit für wirtschaftlichen Erfolg eines jeden Unternehmens

Andreas Bader, Vorstand der objectivs partners AG

Die ersten Generationen, die mit Smartphone, Tablet und einem immer verfügbaren Internet aufgewachsen sind, wird nun mündig und damit entsteht ein Generationswechsel, auf den Unternehmen unabhängig ihrer Branche reagieren müssen. Dieser Generationswechsel wird auch eine Veränderung des Konsumverhaltens mit sich bringen. Die Verfügbarkeit von Diensten und Services, unabhängig von Raum und Zeit, wird Voraussetzung für ein zukünftiges Business.

Diese Veränderung im Kundenverhalten betrifft dabei alle Branchen. Smarte Produkte, die mit digitalen Services aufgewertet werden und sich mehr und mehr in unsere vernetzte Welt eingliedern, werden zum Standard. Die Bindung des Kunden durch ein digitales Ökosystem, bestehend aus Produkten und Services, muss daher Ziel unternehmerischen Handelns sein.

Was einfach klingt, ist schwierig, da mit zunehmender Austauschbarkeit die Loyalität der Verbraucher sinkt. Verbraucher wollen eine große Auswahl, sofortige Lieferung und möglichst guten Service und ganz nebenbei soll es auch noch ein positives Kauferlebnis vermitteln. Wer jetzt glaubt, hier im Agentur-Umfeld richtig aufgehoben zu sein und das Thema an seine Marketingabteilung weiterleitet vergisst, dass in den vergangenen Jahren im Agenturumfeld eine Schatten-IT entstanden ist, die die Ansprüchen einer digitalen Strategie bei weitem nicht erfüllt. Die Integration eigener Systeme und Kernprozesse zur Abrundung der Angebote ist aber zwingend notwendig.

Geringe Investitionen und niedrige Prozesskosten

Dabei sind die Investitionen für einen neuen Zugang zum Kunden verhältnismäßig gering. Die Kosten für ihre Ausführung in aller Regel sogar vernachlässigbar, denn digitale Services skalieren nahezu automatisch und fast ohne zusätzliche Kosten. Sobald der Service einmal steht, kann er kostenneutral millionenfach ausgeführt werden. Er wirkt sich damit unmittelbar auf den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens aus. Geringe Investitionen und niedrige Prozesskosten, durch diesen Zusammenhang ist kein Unternehmen mehr vor digitalen Services in seiner Branche sicher. In der Vergangenheit gab Größe eine gewisse wirtschaftliche Sicherheit. Das gilt heute nicht mehr, Sicherheit entsteht vielmehr durch Geschwindigkeit.

Für ein kleines Unternehmen, etwa ein Startup, kann auch der Gewinn eines geringen Marktanteils äußerst lukrativ sein. Die großen Player im Markt haben diesen Herausforderungen, durch ihre eigenen hohen Grenzkosten, häufig nicht viel entgegenzusetzen. Eine Reaktion kann nur darin bestehen, Produkte und Services anzupassen und zu verändern - und zwar schnell. Bei digital aufgewerteten Services sind die Produktzyklen viel kürzer, sodass Veränderung und Innovation zu einem kontinuierlich stattfindenden Prozess werden muss, damit das Unternehmen rascher auf Marktveränderungen reagieren kann. Beispiele hierzu gibt es zur Genüge.

Kurz gesagt: Niedrige Prozesskosten und hohe Geschwindigkeit sind heute die entscheidende Kombination für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. Ein wesentliches Element dabei ist der Aufbau von digitalen Services, die ihre Grundlage in der Informationstechnologie haben. Dadurch verändert sich die Bedeutung der IT, die nun zu einem strategischen Faktor innerhalb des Unternehmens wird. Sie muss sich stärker an ihrer möglichen Wertschöpfung messen lassen und sich als „Digital Enabler“ verstehen. Um diese Rolle auszufüllen, muss die IT-Organisation

Denn ein Unternehmen wird in Zukunft nur überleben, wenn es sein Produktportfolio um digitale Produkte und Services erweitert.

jedes Unternehmens drei wichtige Voraussetzungen erfüllen:

Die neue Rolle der IT als strategischer Digitalisierungspartner
Erstens muss sie von der reinen Verwalterposition abrücken, die sie in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten eingenommen hat. Es reicht nicht mehr aus kostenoptimierte und effiziente IT-Services bereitzustellen. Gefragt sind innovative Lösungen für digitale Geschäftsmodelle. Deshalb muss die IT sich von der Kostenstelle zum strategischen Digitalisierungspartner wandeln, ihre Innovationsbereitschaft zurückgewinnen und sich konsequent auf den stetigen Wandel ausrichten.

Zweitens muss die IT-Organisation den Servicegedanken konsequent auch in ihrer Architektur berücksichtigen. Für die Bereitstellung digitaler Mehrwertservices zu vorhandenen Produkten oder den Aufbau neuer digitaler Geschäftsmodelle ist eine neue technologische Basis notwendig. Dies bedeutet auch die Aufgabe traditioneller Bereitstellungsmodelle, denn zahlreiche Infrastrukturanbieter in der Public Cloud bieten bereits die richtigen Dienste für die digitale Transformation - etwa IoT-Plattformen oder Module für Machine Learning in der Public Cloud.

Drittens muss die IT-Organisation in der Lage sein, die geforderte Geschwindigkeit der Umsetzung zu erreichen. Hierzu gehört beispielsweise der Einsatz von agilen Methoden wie Design Thinking bei der Ideenfindung für digitale Services, Scrum bei ihrer Entwicklung oder DevOps bei ihrer Bereitstellung. Dies setzt ein weitgehendes Umdenken bei der Softwareentwicklung voraus. Langwierige Planung, umfangreiche Pflichtenhefte und ausufernde späte Anforderungen haben die IT in der Vergangenheit stark gebremst und sind heutzutage nicht mehr konkurrenzfähig.

Fazit: Prozesskosten und Geschwindigkeit entscheiden
Das bekannte Silicon-Valley-Motto „Try fast, fail fast, adjust even faster“ sollte als Chance für einen möglichst frühzeitigen Erkenntnisgewinn verstanden werden. Es ist wichtig, bei der Entwicklung schnell eine Rückmeldung von den Anwendern zu bekommen und damit Produkt oder Service zu verbessern. Das sagt sich leichter, als es umzusetzen ist. Denn an dieser Stelle hat gerade der Mittelstand Schwierigkeiten mit Theorie und Praxis von agilen Methoden. Sie werden oft als reine Spielwiese missverstanden und fehlinterpretiert. Es geht aber einzig darum, Geschäftspartner, Kunden oder Anwender frühzeitig mit Lösungen zu versorgen, um frühes Feedback zu bekommen und ohne Zeitverzug reagieren zu können. Denn ein Unternehmen wird in Zukunft nur überleben, wenn es sein Produktportfolio um digitale Produkte und Services erweitert. In der Folge gewinnt die IT an strategischer Bedeutung, denn sie muss die Basis für digitale Geschäftsmodelle liefern.

objective partner

objective partner wurde 1994 gegründet und begleitete damit von Anfang an eine Entwicklung, die heute mit den Begriffen „Digitalisierung“ oder „Digitale Transformation“ gefasst wird. Seitdem agieren wir unabhängig und auf vielfältige Weise - eben objektiv und partnerschaftlich. Wir arbeiten an unserem Standort in Weinheim und bundesweit, gestützt durch die Erfahrung aus mehr als 1500 Kundenprojekten für über 300 Kunden rund um die Themen: Systemintegration, Zukunftssichere IT-Architekturen und IT-Betriebskonzepte, Mobile Apps und Backend-Anbindung, Individualapplikationen, Data & Business Analytics, IoT und SAP Solutions. Interdisziplinär und messbar erfolgreich.
www.objective-partner.de

Geschäftsanwendungen in SharePoint Online

Wege in die Cloud mit Office 365

Mit Inbetriebnahme der Microsoft Cloud Deutschland beginnt ein neues Kapitel in der mittlerweile 17 Jahre andauernden Erfolgsgeschichte der Microsoft SharePoint Plattform. Mit dem exklusiven Angebot können Organisationen in EU und EFTA sämtliche Kundendaten und die dazugehörigen Systeme in Deutschland hosten lassen. Für Unternehmen ergeben sich durch diesen Wandel neue Chancen und Herausforderungen – auch hinsichtlich der Abbildung von Geschäftsanwendungen auf Basis von SharePoint.

Frank von Orlikowski, Geschäftsführer der PSC Portal Systems Consulting GmbH

Chancen und Herausforderungen
Office 365 erfährt nun auch in Deutschland und Europa einen ordentlichen Wachstumsschub. Und SharePoint Online eignet sich hervorragend für einfache und auch komplexe Geschäftsanwendungen, wie zum Beispiel das digitale Vertragsmanagement. Modulare Softwarekonzepte machen es möglich, SharePoint unkompliziert und vor allem kosteneffizient als Plattform für Geschäftsanwendungen zu nutzen – on-premises, in der Cloud oder als hybrides System.
Solche Konzepte bieten qualitativ hochwertige und effiziente Lösungen, die genügend Flexibilität für individuelle Anpassungen lassen – OHNE aufwändiges Programmieren. Gegenüber konventionellen SharePoint-Projekten lassen sich auf diese Art Projektaufwände um bis zu 60% reduzieren. So wird SharePoint zum ersten Mal für Unternehmen jeder Größe beherrschbar. Hohe Hardware- und Wartungskosten entfallen, es ist alles über das Abo bei Microsoft abgedeckt. Lösungen sind schnell implementiert, da die Installation oder aufwändige Konfigurationen (Suche, AD Integration, IRM, Office Web Apps etc.) entfallen.

Allerdings gibt es neue Herausforderungen, z.B. hinsichtlich "Compliance & Security", da ein Zugriff von nahezu jedem Endgerät und von fast überall möglich ist. So müssen z.B. Unternehmensdaten geschützt werden können, wenn ein privates, ungeschütztes Tablet verloren geht und die Office 365 Anmeldeinformationen vom Nutzer auf dem Gerät gespeichert wurden. Eine Lösung hierfür liegt mit der Azure Multi-Factor Authentification (MFA) bereits vor. Des Weiteren können in einer Cloud Umgebung die Dokumente noch einfacher ge- und verteilt werden. Das verbessert auf der einen Seite die Zusammenarbeit auch über Unternehmensgrenzen hinweg erheblich. Allerdings besteht damit die Gefahr eines Kontrollverlustes über die Dokumente. Eine Lösung für diese Herausforderung stellt die Azure Information Protection dar und gewährleistet die volle Kontrolle über Dokumente, egal wo sie sich befinden. Im Vergleich zum on-premises Szenario ist diese Schutztechnologie im Cloud Kontext deutlich einfacher zu nutzen und zu konfigurieren.

Die German Cloud schafft Vertrauen und gibt Sicherheit
Die Frage nach dem Datenschutz hat Microsoft mit der Einführung der German Cloud für deutsche Unternehmen ebenfalls beantwortet. Für die Kunden werden seit Beginn des Jahres Rechenzentren auf deutschem Boden mit Sicherheitsstandards auf höchstem Niveau zur Verfügung gestellt. Das neue Cloud-Modell setzt außerdem auf einen deutschen Datentreuhändler, der unter deutschem Recht agiert (T-Systems-› Damit kann Microsoft, NSA, amerikanische Regierung etc. nicht auf die Daten zugreifen). Die Verschlüsselung und Absicherung

Office 365 erfährt nun auch in Deutschland und Europa einen ordentlichen Wachstumsschub.

des Datenverkehrs übernimmt dabei D-Trust, die bundesweit anerkannte Zertifizierungsstelle der Bundesdruckerei GmbH.

Warum sich der Wechsel in die Cloud lohnen kann
Microsoft verfolgt eine „Mobile first, Cloud first"-Strategie und wird SharePoint Online Updates zukünftig immer deutlich vor den on-premises Versionen veröffentlichen. Ein weiterer Vorteil, der besonders kleinen Unternehmen zu Gute kommt, ist der Wegfall von teurer Hardware-Infrastruktur. Dies hat nicht nur direkten Einfluss auf die Wertschöpfung, sondern auch auf die Skalierbarkeit der Geschäftsanwendungen. Weiterhin werden mit Office 365 neue, exklusive und äußerst interessante Features wie „Delve" und „Teams" verfügbar.

Portal Systems – Prozesse verstehen. Lösungen finden.
Das Unternehmen Portal Systems ist seit über 14 Jahren Microsoft-Partner und entwickelt auf Basis von Microsoft SharePoint Lösungen und Produkte für den Themenkomplex Dokumentenmanagement und die darauf aufbauenden Fachverfahren, wie zum Beispiel für das Vertrags-, Qualitäts- und Auditmanagement. Über ein nach strengen Kriterien ausgewähltes Partnernetzwerk stellen wir sicher, dass sich unser Lösungsspektrum stetig erweitert und die Qualität der angebotenen Produkte und Dienstleistungen immer den höchsten Ansprüchen unserer Kunden genügt.

Shareflex - Geschäftsanwendungen auf Basis von Microsoft SharePoint
Mit der selbst entwickelten SharePoint Business Application Platform „Shareflex" bietet Portal Systems eine Plattform an, auf der spezielle Fachverfahren einfach und schnell als Standardlösung bereitgestellt und darüber hinaus an die besonderen Bedürfnisse und Anforderungen von Unternehmen und Branchen angepasst werden können. Alle bereitgestellten Lösungen lassen sich nahtlos mit vorhandenen ERP-Systemen (zumeist SAP oder Microsoft Dynamics) verbinden, um Stammdaten oder Bewegungsdaten bidirektional auszutauschen oder Dokumente abzulegen bzw. zu archivieren. Diverse namhafte Unternehmen aus dem Mittelstand und dem Konzernumfeld setzen bereits seit Jahren auf die Microsoft SharePoint Lösungen von Portal Systems.

Erste Geschäftsanwendungen sind „Office 365 ready"
Pünktlich zur Einführung der German Cloud hat Portal Systems auf der CeBIT 2017 die ersten cloud-basierten Geschäftsanwendungen präsentiert, u.a. das erste für Office 365 optimierte Vertragsmanagement. Um Unternehmen den Schritt in die Cloud noch weiter zu erleichtern, werden weitere „Office 365 ready"-Versionen von Geschäftsanwendungen folgen, die bislang nur für die on-premises Versionen von SharePoint verfügbar sind. So z.B. das Qualitätsmanagement, die Eingangsrechnungsverarbeitung oder die Posteingangslösung.

portal systems

Portal Systems ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit Geschäftsstellen in Hamburg, Potsdam und München und vereint als eines der wenigen Systemhäuser auf dem Markt ECM- (Enterprise Content Management) und SharePoint-Kompetenz unter einem Dach. Auf Basis unserer mehr als 16-jährigen Erfahrung aus Projekten bei über 300 Kunden entwickeln und vermarkten wir digitale Geschäftsanwendungen für die Produkte d.3ecm der d.velop AG und Microsoft SharePoint. Ob on-premises, für Office 365/ SharePoint Online oder ein hybrides Modell – unsere flexiblen Produktlösungen setzen sich optimal aus Softwarelizenzen, Dienstleistungen, umfangreicher Betreuung und kundenorientiertem Support zusammen.
www.portalsystems.de

Einfach Anders Arbeiten –

Arbeit, Kommunikation und Unternehmen im Wandel

Detlev Artelt, CEO bei der aixvox GmbH

Mit dem technologischen Wandel und den Innovationen, die sich dadurch ergeben, wandelt sich auch die Art und Weise, wie und auch wo wir arbeiten. Im Mittelpunkt dieser Veränderungen stehen nicht nur der physische Arbeitsplatz, sondern auch die Werkzeuge, die wir nutzen, und die Strategie, wie wir den Herausforderungen der täglichen Arbeit umgehen.

So Nicht! 100% Zeit verbraucht – 10% Ziel erreicht

Die Zeiten, in denen wir morgens um acht das Büro betreten, unseren Platz einnehmen und nachmittags um fünf den Bleistift fallen lassen, sind vorbei. Was zählt oder zählen sollte, ist nicht mehr die Zeit, die wir „auf Arbeit" verbringen, sondern die Erfolge, die wir erreichen.
Die Voraussetzung, diesen Wandel der Arbeit erfolgreich umzusetzen, liegt allerdings nicht alleine in der Nutzung neuer Technologien und Lösungen. „Einfach Anders Arbeiten" steht auch immer im Zusammenhang mit der Akzeptanz neuer Arbeitsplatzkonzepte und dem Willen, wirklich anders arbeiten zu wollen. Konkret meint das, es reicht eben nicht, statt Telefonen Softphones zur Verfügung zu stellen, Unified Communications zu implementieren, wenn man erwartet, dass der Mitarbeiter acht Stunden an seinem Schreibtisch sitzt. Anders Arbeiten basiert auf Vertrauensarbeitszeit und dem Messen der Ergebnisse. Der Wandel muss also zuallererst im Kopf erfolgen, eher ehe er erfolgreich umgesetzt werden kann.

Herr Müller und die Arbeit – von Büro, Heim und „Heimbüro"

„Anders Arbeiten" hat aber natürlich nicht das Ziel, alle Wissensarbeiter aus den Büros in die Homeoffices zu bringen. Homeoffice oder mobiles Arbeiten sind nur eine Möglichkeit, die die neuen Konzepte und Werkzeuge bieten: die Möglichkeit, die Arbeit dort zu erledigen, wo ich die besten Ergebnisse erzielen kann.
Ein Beispiel: Herr Müller ist Wissensarbeiter in einem größeren Unternehmen. Er hat einen Arbeitsplatz in einem Großraumbüro mit seinen Kollegen, mit denen er in einem Projekt zusammenarbeitet. Telefonate und (Video-)Konferenzen erledigt er gerne in einem großen Meetingraum mit passender techni-

Weitere Informationen zu neuem und anderen Arbeiten bietet auch die Publikation „Einfach Anders Arbeiten" der aixvox GmbH. Neben zahlreichen Praxisbeispielen beinhaltet das Fachbuch auch Hintergrundinfos und Experten Know-How.
www.einfach-anders-arbeiten.de/

Bricks, Bytes und Behavior können als Grundsteine für ein komplexes neues Arbeitskonzept gesehen werden.

scher Infrastruktur. Die täglich anfallenden Planungen tätigt er meist im Büro mit direktem Kontakt zu seinen Kollegen und kurzen internen Wegen. Muss er konzentriert ohne Störungen arbeiten, hat Herr Müller auch die Gelegenheit, sich in einen abgeschlossenen Einzelarbeitsraum zurückzuziehen und wird dort weder durch Anrufe noch durch Umgebungslärm gestört. Recherchearbeiten oder Textarbeiten macht Herr Müller gerne in seinem Homeoffice. Oft auch nach der „normalen" Arbeitszeit, denn er ist abends kreativer.
Voraussetzung für diese Art des Arbeitens ist nicht nur eine Kommunikationsinfrastruktur, die dies erlaubt. Basis ist auch die Bereitschaft des Unternehmens, der Führungsebene, flexibles Arbeiten zu unterstützen und sich auf das Konzept des „neuen Arbeitens" bewusst einzulassen.

Bricks, Bytes und Behaviour – Grundsteine für neues Arbeiten
Das Rückgrat dieser Veränderung bilden die Komponenten: Bricks, Bytes und Behavior. Sie können als Grundsteine für ein komplexes neues Arbeitskonzept gesehen werden.

Bricks als Symbol für die neue Gestaltung des Arbeitsplatzes
Wie bereits erwähnt, gehört zu „Einfach Anders Arbeiten" auch die Neugestaltung des vorhandenen Arbeitsraums, denn durch die Konzeption von neuen, offenen und flexiblen Räumlichkeiten soll ein neues Gemeinschaftsgefühl etabliert werden. Zudem erhalten die Mitarbeiter deutlich mehr Möglichkeiten zusammen zu arbeiten. Dabei ist es wichtig, dass die räumliche Gestaltung zu den Mitarbeitern und deren Tätigkeiten passt und sie somit in ihrer Arbeit unterstützt. Die Arbeitsplätze können beispielsweise flexibel als Einzelarbeitsraum, Ruhezone oder Team-Office dienen. Außerdem ist es beim neuen Arbeiten wichtig den Mitarbeitern auch soziale Bereiche zu bieten. So wird das Wohlbefinden der Mitarbeiter gestärkt und die Produktivität gesteigert.

Bytes als Symbol für neue Technologien
Mit der zunehmenden Veränderung in der physischen Umwelt dürfen neue Technologien natürlich nicht vernachlässigt werden. Bei der Einführung einer neuen oder Optimierung der vorhandenen Kommunikationsinfrastruktur ist es wichtig darauf zu achten, dass diese das Arbeitsleben der Mitarbeiter erleichtern und nicht verkomplizieren. Durch die Verwendung von Cloud Computing kann zum Beispiel immer und von überall auf Geschäftsdaten zugegriffen werden und durch den Einsatz sozialer Netzwerke werden virtuelle Büroräume ermöglicht, die besonders beim Trend zum Homeoffice eine wichtige Rolle spielen.

Behavior als Symbol für eine gemeinsame Unternehmensvision

Bei einem Wandel im Unternehmen liegt der Fokus auf der Unternehmenskultur und dem Verhalten von Mitarbeitern und Führungskräften. Das bedeutet für die Führungsetage, den Mitarbeitern frühzeitig die Vorteile aufzuzeigen, die gemeinsame Vision vorzuleben und sie in die Umgestaltung mit einzubinden. Da mit einem neuen Arbeitsplatzkonzept häufig mehr Freiraum einhergeht, was unter anderem gutes Selbstmanagement, Selbstdisziplin und Verantwortung verlangt, ist es die Aufgabe der Führungskräfte, die Mitarbeiter aufzufangen und zu unterstützen. Durch den großen Freiraum muss der Arbeitgeber den Mitarbeitern großes Vertrauen entgegenbringen, denn nur so kann die neue Strategie funktionieren. Nur so kann sich der Wandel in allen Unternehmensebenen durchsetzen und dafür sorgen, dass der Wandel von allen Parteien akzeptiert wird. Kommunikation mit den Mitarbeitern ist das A und O. So kann zum Beispiel ein System eingeführt werden, mit dem die Mitarbeiter regelmäßig Feedback geben können. Die Verankerung einer neuen, modernen und digitalen Arbeitsplatzstrategie hat auch Auswirkungen auf die Unternehmensmarke. So wird das Unternehmen für die aktuellen als auch zukünftigen Mitarbeiter deutlich attraktiver, denn ein moderner Arbeitsplatz mit Zugang zu neuester Technik, die die Arbeit erleichtert, werden heute immer wichtiger bei der Arbeitsplatzauswahl.

Zu guter Letzt

Auch wenn Bricks, Bytes und Behaviour die Grundsteine eines neuen und flexiblen Arbeitskonzepts sind, so sind die Komponenten nicht in Stein gemeißelt und es bedeutet auch nicht, dass alle Komponenten umgesetzt werden müssen. Unternehmen sollten in Erwägung ziehen, spezialisierte Mitarbeiter hinzuzuziehen, die sich nur um die Verankerung der Veränderung und alles was damit in Verbindung steht, kümmern. Denn einen Wandel in einem Unternehmen durchzuführen ist keine einfache und schnell erledigte Aufgabe. Denn eine Sache ist klar: Vieles ist in Veränderung, aber auch kleine Schritte führen langfristig zum Erfolg.

aixvox

Als neutrale Kommunikations-Architekten und Aachener Unternehmensberatung entwickelt die **aixvox GmbH** moderne und nachhaltige Kommunikationskonzepte für Ihr Unternehmen. Wir helfen unseren Geschäftspartnern bei der Integrierung neuer Technologien sowie zeitgemäßer Arbeitskonzepte und verbessern so deren interne- und externe Kommunikation langfristig - maßgeschneidert auf die Bedürfnisse der Kunden und der dazugehörigen Zielgruppe. Mit Hilfe unserer Workshops bieten wir Ihnen eine umfassende sowie professionelle Kommunikationsberatung.
Durch unsere Publikationen, wie das Kompendium „Einfach Anders Arbeiten" oder den PRAXISTIPPS Kundenkommunikation geben wir Branchenwissen und Experten-Knowhow weiter und schaffen das Bewusstsein für die Möglichkeiten neuen und anderen Arbeitens.
Mit innovativen Ideen und langjährigem Knowhow beraten wir zielgerichtet, um die Präsenz und den Erfolg von Unternehmen nachhaltig zu steigern.
www.aixvox.com

TQG *businessApp* platform.®

Die **TQG** *businessApp* platform.® LCM ist eine unternehmensweite Lifecycle Management Plattform-Lösung für die Optimierung und zukunftsweisende Strukturierung dieser Geschäftsprozesse, Verträge, Dokumente und Verantwortlichkeiten.

Modular, abteilungsübergreifend und zuverlässig in Ablage, Recherche und Auditfähigkeit. Die Sicherstellung der Compliancerichtlinien entlang ihrer Prozesse und Vorgaben wird duch Workflows anwenderfreundlich unterstützt. Die Lösung ist 100% Software as a Service (SaaS) fähig für einen Einsatz in der Cloud.

Die smarte **TQG** *businessApp* platform.® für Enterprise Information Management ist Ihre webbasierte, integrative und interaktive Grundlage für plattformübergreifende unternehmensweite Kommunikation!

Profitieren auch Sie davon: +49 7031 306974-100 | www.tqg.de/businessapp-platform/

Datenschutz-Grundverordnung

Herausforderung für das Unternehmen

Dr. Jens Eckhardt, Fachanwalt für Informationstechnologierecht bei Derra, Meyer & Partner Rechtsanwälte PartGmbB

Am 25.05.2016 ist die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) in Kraft getreten. Die DS-GVO gestaltet den Datenschutz in Deutschland grundlegend neu. Es wird nicht nur der Bußgeldrahmen um etwa den Faktor 60 erhöht, sondern auch die Anforderungen an die Organisation und die Dokumentation im Datenschutz grundlegend erweitert. Ab dem 25.05.2018 gilt, dass jede Verarbeitung personenbezogener Daten entweder den Anforderungen der DS-GVO entspricht oder rechtswidrig ist. Die Zeitspanne muss daher dazu genutzt werden, die Verarbeitung personenbezogener Daten an diesen neuen Vorgaben auszurichten!

Für welche Fälle gelten die Anforderungen der DS-GVO?
Wie bereits heute im Datenschutzrecht ist auch für die DS-GVO entscheidend, ob personenbezogene Daten verarbeitet werden. Das sind mit anderen Worten alle Informationen, die auf einen Menschen beziehbar sind.

Auf der Hand liegt, dass damit Menschen als Kunden und Beschäftigte erfasst sind. Aber im Unternehmensalltag gilt das häufig auch für sonstige Kunden, Lieferanten und Geschäftsbeziehungen. Denn der Vertragspartner mag eine juristische Person sein, aber typischerweise werden dazu auch Daten von Menschen (Ansprechpartner, Geschäftsführer, etc.) gespeichert.
Kurzum: Es gibt kaum einen Bereich des Unternehmens, den der Datenschutz nicht erfasst.

Der Cloud Privacy Check (CPC) als Orientierung im Cloud Umfeld
Der Cloud Privacy Check (CPC) wurde als Tool entwickelt, um Nutzern und Anbietern das Zusammenfüh-

ren von Cloud Computing und Datenschutz zu erleichtern. Sie finden den CPC insbesondere unter: https://cloudprivacycheck.eu/de/tool/.

Der CPC stellt die vier grundlegenden Fragen heraus, die aus datenschutzrechtlicher Sicht bei der Nutzung von Cloud Services gestellt werden müssen. Der CPC liefert auch eine Übersicht über die relevanten Antworten.

1. Sind personenbezogene Daten betroffen. Denn: Nur dann muss das Datenschutzrecht beachtet werden.

2. Hat der Cloud-Provider Zugriff auf personenbezogene Daten. Denn: Nur dann muss eine datenschutzrechtliche Gestaltung der Einbindung des Cloud-Providers erfolgen. Die DS-GVO bietet hier mit der Auftragsverarbeitung nach Art. 28 DS-GVO das geeignete Instrument.

3. Werden personenbezogene Daten grenzüberschreitend verarbeitet und besteht ein grenzüberschreitender Zugriff (bspw. im Rahmen von Wartung und Support)? Denn: Nur dann ist zusätzlich zu prüfen, welche datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen für diese Gestaltung des Cloud Service zu treffen sind. Innerhalb der EU bestehen keine Besonderheiten. Für eine grenzüberschreitende Verarbeitung in oder aus Ländern außerhalb der EU sehen die Artt. 44 bis 50 DS-GVO geeignete Instrumente vor.4.

4. Werden bei der Leistungserbringung durch den Cloud-Provider Subunternehmer eingesetzt? Denn: Dann müssen zusätzlich datenschutzrechtliche Maßnahmen ergriffen werden, um diese Einbindung auszugestalten. Die DS-GVO sieht hierzu ebenfalls in Art. 28 DS-GVO Instrumente vor. Vereinfacht gesagt, wird der Subunternehmer eingebunden wie der Cloud-Provider (siehe vorstehend Ziffern 2 und 3) – nur eben auf der zweiten Ebene.

Dieser Effekt der Pflicht zur Befassung und Mehraufwand ist durch die DS-GVO sehr wohl gewollt.

Der CPC macht damit deutlich, dass der Datenschutz kein „Hemmschuh“ für die Nutzung von Cloud Service ist. Gleichzeitig erleichtert er die Übersicht und die Auswahl der je nach Cloud Service heranzuziehenden „Datenschutz-Module“.

Warum die Umstellung auf die DS-GVO nicht verpasst werden darf!

Der CPC wurde vor dem Inkrafttreten der DS-GVO entwickelt. Er ist gleichwohl weiterhin anwendbar, weil sich insoweit durch die DS-GVO nichts Grundlegendes geändert hat. Die wesentlichen vom „alten Datenschutzrecht“ zur DS-GVO finden auf anderen Ebenen statt.

Die grundlegende Neuerung ist, dass die DS-GVO dem Ansatz „Datenschutz durch Dokumentation und Organisation“ folgt:

Die DS-GVO hat drei grundlegende „Stellschrauben“ zur Dokumentation und Organisation:

1. Das Unternehmen muss durch Dokumentation nachweisen, dass es die Vorgaben der Datenschutzgrundverordnung einhält (Art. 5 Abs. 2 DS-GVO).

2. Das Unternehmen muss durch nachweisbare Maßnahmen die Einhaltung des Datenschutzrechts sicherstellen (Art. 24 DS-GVO).

3. Durch dokumentierte Maßnahmen muss ebenfalls sichergestellt

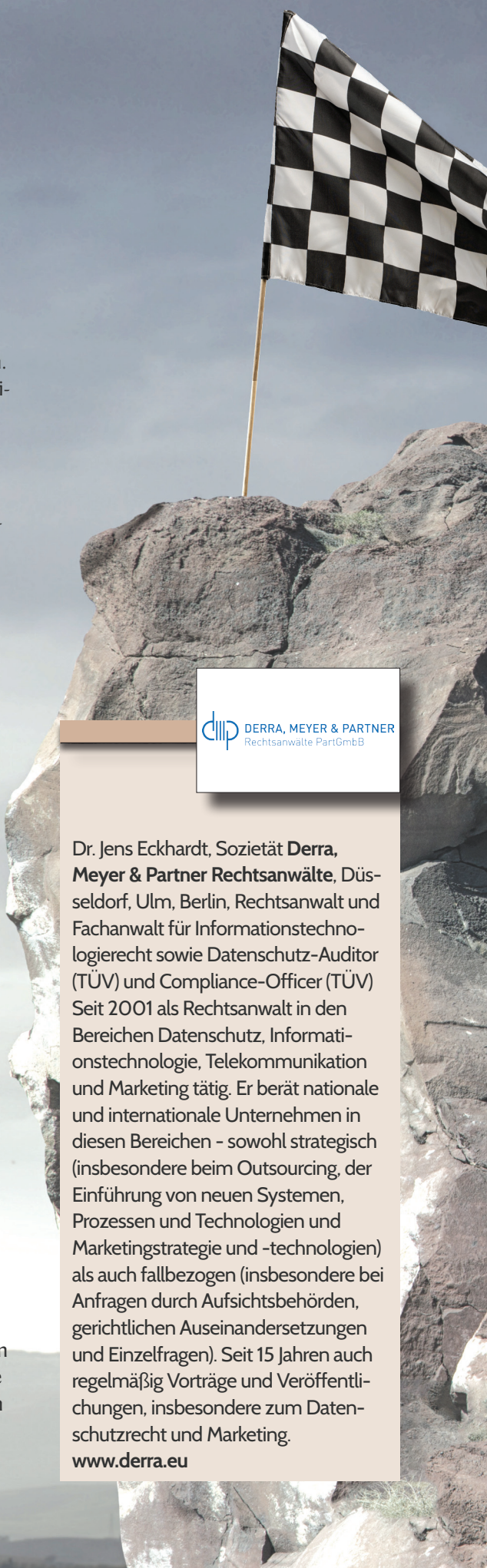
sein, dass der umfangreiche Katalog der Betroffenenrechte erfüllt werden kann (Art. 12 DS-GVO).
Allein mit diesen Schlagworten können Sie natürlich so noch nichts anfangen und wissen auch nicht, was zu tun ist. Aber Sie können erkennen, dass die DS-GVO von Ihnen mehr und anderes verlangt als das bisherige Datenschutzrecht.

Derjenige, dessen Daten verwendet werden, ist zukünftig viel umfassender proaktiv (!) über den Umgang mit seinen Daten zu informieren. Die Erweiterung der Informationspflicht geht so weit, dass auch die Rechtsgrundlage genannt werden muss, die zur Datenerhebung berechtigt. Ein Verstoß hiergegen ist leicht feststell- und damit sanktionierbar.
Die vorstehende Informationspflicht bedeutet damit auch, dass der Datenverarbeiter für jede Verarbeitung die Zulässigkeit prüfen muss, um die Rechtsgrundlage benennen zu können.
Kommt es zu einer Datenpanne – sprich insbesondere Verlust, Offenlegung der Daten oder Fremdzugriff – ist die Aufsichtsbehörde und der Betroffene zu informieren. Bei risikobehafteten Datenverarbeitungen muss eine Folgenabschätzung durchgeführt werden und gegebenenfalls sogar die Datenschutzaufsichtsbehörde verpflichtend zur geplanten Datenverarbeitung befragt werden.

Dieser Effekt der Pflicht zur Befassung und Mehraufwand ist durch die DS-GVO sehr wohl gewollt. Denn die DS-GVO will die Unternehmen geradezu dazu zwingen, sich mit der Datenverarbeitung auseinanderzusetzen. Das zeigt sich auch darin, dass allein schon der Verstoß gegen die vorgenannten Dokumentations- und Organisationspflichten zu Bußgeldern und zur Haftung führen kann.

Was Sie jetzt tun müssen? In einem ersten Schritt müssen Sie sich die neuen Anforderungen für Ihr Unternehmen verdeutlichen. In einem zweiten Schritt erfassen Sie den Ist-Zustand und passen ihn an die Vorgaben der DS-GVO an.

Die vorstehende Informationspflicht bedeutet damit auch, dass der Datenverarbeiter für jede Verarbeitung die Zulässigkeit prüfen muss, um die Rechtsgrundlage benennen zu können.



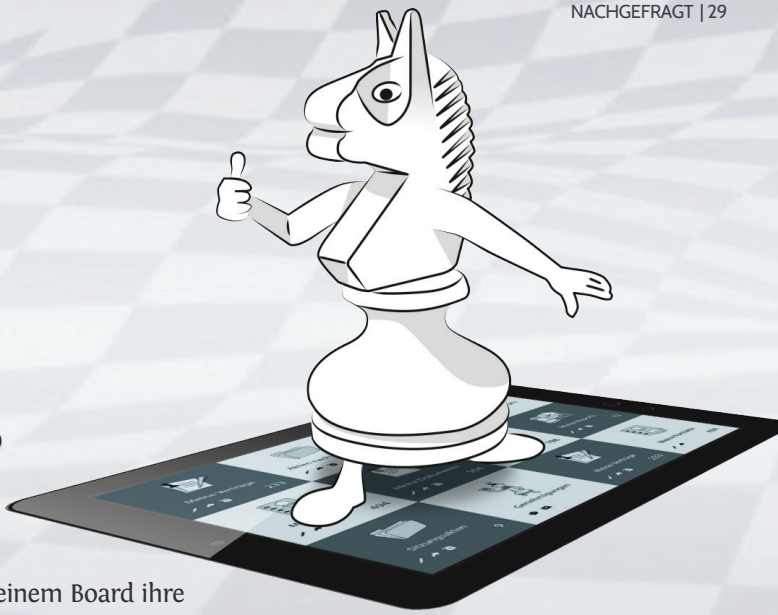
DERRA, MEYER & PARTNER
Rechtsanwälte PartGmbB

Dr. Jens Eckhardt, Sozietät **Derra, Meyer & Partner Rechtsanwälte**, Düsseldorf, Ulm, Berlin, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht sowie Datenschutz-Auditor (TÜV) und Compliance-Officer (TÜV) Seit 2001 als Rechtsanwalt in den Bereichen Datenschutz, Informationstechnologie, Telekommunikation und Marketing tätig. Er berät nationale und internationale Unternehmen in diesen Bereichen - sowohl strategisch (insbesondere beim Outsourcing, der Einführung von neuen Systemen, Prozessen und Technologien und Marketingstrategie und -technologien) als auch fallbezogen (insbesondere bei Anfragen durch Aufsichtsbehörden, gerichtlichen Auseinandersetzungen und Einzelfragen). Seit 15 Jahren auch regelmäßig Vorträge und Veröffentlichungen, insbesondere zum Datenschutzrecht und Marketing.
www.derra.eu

Drei Fragen an den...

...Knight

Voller Name: Smart Knight TQG businessApp



Was war bisher die interessanteste Produktion deiner Karriere? Was die größte Herausforderung?
Smart Knight: Ich bin die Geburt einer strategisch gewachsenen Vision. Mein Vater kommt aus der IT, meine Mutter gab mir den Business-Anstrich. Da unsere Wurzeln aus der Familie der Plattformen stammen, nennen wir uns businessApp platform. Meine Kumpels nennen mich liebevoll Smart Knight – in meinem Alter schon cool. Das passt irgendwie zu dem verrückten Zeitalter der digitalen Transformation, so nennt man doch das hier und heute, oder? Mir egal, denn die Herausforderung ist für mich, dass mein Name etwas Besonderes ist. In unserer Clique haben alle so einfache Namen wie Hana, Fiori, Apple, 4.0, XT, oder 3.8.6. Dafür habe ich auch irgendwie andere Hobbys und Leidenschaften.

Was ist denn das besondere an dir Smart Knight?
Smart Knight: Neulich haben mir meine Eltern ein Board geschenkt. Jetzt fühle ich mich richtig aufgestellt. Zuhause sprechen wir oft über unsere Herkunft, wir entwickeln und kommunizieren miteinander in unserem digitalen Wohnzimmer, wir nennen es liebevoll die Netzwerk-Welt. Dabei lerne ich die Business Anforderungen perfekt mit meinen IT-Stärken, dank Dad, zu kombinieren und überrasche meine Eltern dann mit pragmatischen Apps, die ich dann an mein Board anhängen darf. So entstand in letzter Zeit eine Vielzahl von sehr nützlichen Objekten für unser Geschäft. Alle können über Apps auf meinem Board ihre Sachen ablegen, nichts kommt weg, alles ist aufgeräumt und sicher: zur Ablage unserer Dokumente, zu transparenten und sicheren Kommunikationswegen oder zur Organisation unserer Abläufe. Zu meinem 1. Geburtstag, das sind 1-2 IT-Generationen – ja Mann, ich bin ganz neu! – sagten meine Eltern ich müsse langsam erwachsen werden, endlich „platform" orientiert sein.

Daran musst du dich erst gewöhnen oder hast du schon eine Idee wo es hingehen wird?
Smart Knight: Na, klar. Mein Board ist strategisch aufgebaut. Ich habe mir Laufwege definiert, um schnell, effizient und absolut sicher meine Themen abzuarbeiten. Mittlerweile habe ich mein Board auch vermietet, naja, das ist das falsche Wort. Ich meine eher, wenn meine Kumpels, Partner, alle mit denen ich kommuniziere, Termine haben oder Aufgaben gemeinsam lösen, dann nutzen die alle den Zugang auf die platform. Erst dachten alle, das geht nicht, von wegen Sicherheit und so. Seit dem wir aber eine rollenbasierte, den Aufgaben entsprechende und bis auf App-Ebene sichere Berechtigungs-App eingeführt haben, wollen alle noch mehr. Meine Apps kommen an, cool. Das habe ich von meiner Mutter, die ja aus dem Business kommt und mir genau sagen konnte, was wichtig ist, was gebraucht wird und was den Regeln entsprechend einzuhalten ist. Ich gebe da jetzt Vollgas, weil ich von meinem Vater gelernt habe, dass die beste IT-Lösung nichts wert ist, wenn sie dem Umfeld keinen Nutzen stiftet und außerdem wartet in den Wolken ja schon die nächste Herausforderung auf uns. Möchtet Ihr auch auf meine businessApp platform aufspringen? Los, macht mit, denn jetzt ist doch die Zeit der digitalen Transformation! Geschwindigkeit ist genau mein Ding, Smart Knight – mein Nickname, schon mal vormerken...

Vielen Dank für das Gespräch.

Zur Person

Vorname: Knight (Smart Knight)
Nachname: TQG businessApp
Familie: platform
geboren: 15.01.2019
Eltern: Product Suite LCM (Mutter: Business verliebt; Vater: IT-Spezialist)
Meine Ziele: nutzerfreundliche Platform für alle administrativen Geschäftstätigkeiten in der digitalen Strategie von Unternehmen zu sein und dabei compliance-, revisions- und qualitätsgesicherte Organisationsabläufe zu unterstützen
Meine Stärken: Nachhaltigkeit (100% Transparenz für meine Partner), Verlässlichkeit (100 % Qualität in der Organisation/den Abläufen) Ablage-Genie (100 % Sicherheit im Umgang mit Informationen, Daten, Dokumenten)
www.tqg.de/smartlcm

Träumen ChatBots von elektrischen Schafen?

Wie KI ins EIM einzieht und was wir bedenken müssen.

André Vogt, Direktor EIM bei der CENIT AG

ChatBots für die Kundenkommunikation, KI zur Selektion, Erkennung und Strukturierung großer Datenmengen und autonome Flugzeuge, Fahrzeuge und Roboter. IoT, Vernetzung und Cloud, das sind die Themen des Information Managements im Hier und Heute.

Mit der Abwandlung des Buchtitels von Philip K. Dick „Do Androids dream of Electric Sheeps“ aus dem Jahre 1968 versuche ich die damaligen Gedanken zu der Frage Mensch, Maschine und Künstliche Intelligenz in den Kontext des EIM zu transportieren.

1968 waren die Ideen zu Androiden bzw. Replikanten und die Fragen nach der Grenze zwischen Mensch und Technologie reine Fiktion. Bei der ersten Verfilmung durch Ridley Scott 1982 gab es zumindest schon das Netz und die Vision neuronaler Netze und damit Künstlicher Intelligenz und in 2017 bei der letzten Verfilmung müssen wir uns einmal fragen, wo stehen wir? Fachlich? Technologisch? Im Kontext des Enterprise Information Managements?

Mein Enterprise Information Management Verständnis kommt klassisch aus der Verwaltung und Bereitstellung von Unternehmensdaten und Informationen. Die Automatisierung von internen Prozessen und damit Standardisierung und Absicherung von Abläufen ist quasi eine industrialisierte Leistung geworden. Somit legt sich der aktuelle Fokus auf die Verlängerung der Prozesse an den eigentlichen Kunden, um so eine vollständige „360 Grad Kundenkommunikation“ automatisiert abzubilden. CENIT sieht die Erweiterung von zusätzlichen Kanälen, aber auch von zusätzlichen Medien als die Aufgabe der nächsten Zeit. Messenger und ihre Chat-Protokolle, Audioinformationen aus Telefonaten und Gesprächen und personalisierte und interaktive Videos stehen bei uns im Fokus.

Die natürliche Sprache oder „Natural Language Processing“ ist ein großer Trend, der durch Künstliche Intelligenz und selbstlernende Systeme immer schneller und weiter vorangetrieben wird, aber eigentlich nichts anderes ist, als ein zusätzlicher Kanal im Rahmen der Multi-Channel-Strategie der „360 Grad Kundenkommunikation“. In einer idealen Welt müsste ein Anruf, ein Fax, eine Mail und die Nutzung von Siri, Alexa und Cortana zu den „gleichen“ IT-gestützten Prozessabläufen führen.

ChatBots versprechen hier die Lösung – sie bevölkern immer häufiger das Internet und werden zu universellen Dienstleistern. Sie assistieren als News-Lieferanten, Lernhilfe für

Fremdsprachen oder Servicevermittler - und man kann mit ihnen fast so „chatten“ wie mit Menschen im Kundenservice. Aber einen echten Durchbruch hat diese eigentlich „alte“ Technologie zu Beginn nicht erlebt. Online-Händler waren die Initiatoren. Diverse von ihnen haben ihre regelbasierten ChatBots bereits wieder abgeschaltet, da ein ChatBot auch eine Art Aushängeschild für den mit dem Brand verbundenen Qualitätsanspruch ist, was nicht zu jedem Produkt passt.

Joseph Weizenbaum zeigte 1966 mittels „Eliza“ die Grundprinzipien der sprachlichen Kommunikation zwischen Mensch und Computer. Eigentlich war das der Start dessen, was aktuell als ChatBot-Trend in den Medien beworben wird. Der eigentliche Auslöser liegt aber nicht so lange zurück, sondern hängt mit dem Mobile und Cloud Trend der letzten Dekade zusammen.

Vor acht Jahren nahm Siri auf eine fast spielerische Art die Berührungsängste und Sorgen vor der natürlich sprachlichen Kommunikation mit Maschinen. Regelbasierte Ansätze gab es bereits viele, aber durch die „Vermenschlichung“ als einen persönlichen Assistenten setzten sich neue Wünsche bzw. Anforderungen an die Kommunikation in den Köpfen der Anwender fest – und damit bei den Software-Anbietern.

Vor acht Jahren nahm Siri auf eine fast spielerische Art die Berührungsängste und Sorgen vor der natürlich sprachlichen Kommunikation mit Maschinen.

Die anderen großen Plattformanbieter wie Google (2012) und Microsoft (2014) zogen schnell nach. Natürlich sprachliche Assistenten dienten als Gesprächspartner für den privaten Gebrauch. Die Akzeptanz dieser Lösungen im privaten Bereich hat die Offenheit, sich auch im Businessbereich Lösungsszenarien vorzustellen, zu testen und einzuführen positiv beeinflusst.
Mit Alexa ist der Einzug von KI im Wohnzimmer vollzogen. Die Fragen in unseren Beratungsprojekten sind aktuell sehr viel stärker auf die Einsatzszenarien, Zielgruppen und Dialogführungen fokussiert, als auf die Technologie. Man hat erkannt, dass die Technologie bzw. Plattform eigentlich egal ist, da der Mehrwert von computer-gestützter Kommunikation nicht in IT-Kosten und IT-Funktionalität bewertet werden kann.

Gemeinsam haben die Lösungen, dass ein neuer Kundenkommunikationskanal – der Chat – als quasi etabliert gilt und über diverse Endgeräte (Browser, Tablets und SmartPhones, etc.) bereitgestellt wird. Die technologische Umsetzung des Dialogs differiert bei den am Markt befindlichen Lösungen und Plattformen allerdings erheblich. Neben sehr einfachen regelbasierten Ansätzen, geht das Spektrum auf der anderen Seite bis hin zu Künstliche-Intelligenz-basierten Ansätzen wie bei Microsoft oder IBM, wo die Integration weiterer kognitiver Fähigkeiten quasi Standard ist, so

dass Bilderkennung, Übersetzungen und Vorhersagen von Angeboten für die nächste Aktion in einem ChatBot auf einfachste Art und Weise möglich sind.

Wie sieht also der ideale ChatBot aus? Er muss lernfähig sein. Dazu interagiert er mit dem Kunden, beobachtet ihn, merkt sich, was ihm gefällt und was er nicht so gerne mag, registriert sein Feedback und baut so eine aggregierte Wissensbasis auf, die im Laufe der Zeit wächst. Eine zentrale Voraussetzung dafür ist, dass der ChatBot mit den passenden Daten versorgt wird, auf deren Basis er lernen kann, wer der Kunde ist und was er mag. Das ist ohne Künstliche Intelligenz nicht abbildbar, also muss man sich positiv mit diesem Thema auseinandersetzen.

CENIT bietet ein Reifegrad-Modell zur Einordnung und Gruppierung von ChatBots an, um so fokussiert die richtigen Ansätze für den Start der Digitalisierungsstrategie im Umfeld der Kundenkommunikation einzugrenzen. Nur so wird das Risiko reduziert, dass die Idee, eine schnelle Lösung einzuführen, nicht durch die Diskussion über eine „eierlegende Wollmilchsau“ zerstört wird.

Machen wir uns nichts vor. Die Anzahl der Menschen, welche Digitalisierung mit KI und ChatBots befürworten, liegt statistisch über 68% – allerdings nur bis zu dem Augenblick, wenn sie persönlich in die Konzeption und Bedarfsbeschreibung eingebunden werden. Schlagartig werden Sorgen, Probleme und Ängste thematisiert – fast ein bisschen wie die Fragen von 1968, motiviert von Philip K. Dick. Datensicherheit, die Cloud-Diskussion, die Sorge der Substitution von Arbeitsplätzen und immer wieder die Qualität der Kommunikation – inhaltlich und technologisch. Somit sind KI- und ChatBot-Projekte immer von einem entsprechenden Change und zugehöriger motivierender Kommunikation zu begleiten. Wir empfehlen Pragmatismus bei der Nutzung von KI-basierten Dialogsystemen.

Schon 2020 wird der Durchschnittsmensch öfter mit einem ChatBot kommunizieren, als mit seinem Lebenspartner.

„Einfach machen“ lautet die Devise. Wir bei CENIT zeigen lieber direkt die Lösung, um so gemeinsam mit dem Kunden die Besonderheiten im Dialog und Prozess herauszuarbeiten. Und hierbei schauen wir nicht nur auf Frontend oder Channel, sondern auch auf die Integration der Bestandssysteme. Das schafft deutlich mehr Veränderung als die Diskussion über die rechtlichen Fragen einer Cloud-Lösung oder Fragen nach Datenhoheit und IT-technischen Voraussetzungen.

Mit unserer Lösung SmartChat für die KFZ-Schadenmeldung konnten wir gute Erfahrungen sammeln: Neben einer besonderen Workshop-Methode für die gemeinsame Entwicklung des Dialogablaufs konnte ebenso technologische Erfahrung bei der Implementierung auf verschiedenen Plattformen gesammelt werden, welche in unser Reifegrad-Modell eingeflossen sind. Die eigentlichen Herausforderungen sind jedoch eher auf der Überfachlichen und Vorgehens-/Methodischen-Ebene zu lösen. Den Change zu begleiten, ist Key.

Nimmt jetzt also die KI die Überhand? Wird der Mensch ersetzt? Der Mensch steht immer noch im Mittelpunkt. Nicht nur im Projekt für die Einführung eines ChatBots im Rahmen einer Digitalisierungsstrategie, sondern auch als Nutzer. Es wird weiterhin Kommunikation geben, die nur in persönlicher Form stattfinden wird. Vertrauen, echte Emotionen und das Erlebnis stellen einen Wert an sich dar. Aber muss ich das bezahlen, wenn ich nachts einen Defekt meines Internetan-

schlusses melden möchte oder wenn ich unterwegs bin und schon viele Stunden mit anderen Menschen gesprochen habe. Das sind meine Positiv-Beispiele, wo ich mich über die Nutzung eines ChatBots freue und dankbar für dieses Angebot bin.

Für jede Innovation gibt es ein positives und ein negatives Einsatzgebiet. Die Auswahl liegt in unseren Händen und unserer Einstellung zu den Möglichkeiten der Technologie. Was nicht aufhören wird, ist das menschliche Streben nach Innovation. Der oft zitierte Satz „ Was digitalisierbar ist, wird digitalisiert und automatisiert werden“ und die dagegen geäußerten Bedenken kennen wir alle aus der Einführung und/ oder Nutzung der EIM-Lösungen im privaten und beruflichen Alltag. Wir sollten die Chancen sehen und die Risiken managen.
Wovon die ChatBots träumen, vermag ich abschließend nicht zu sagen. Aber ich kann zusagen, dass nachts eingesetzte ChatBots zumindest die menschlichen Kollegen im Kundenservice gut schlafen und träumen lassen. Man muss nur das Positive sehen wollen.

Meine Grundeinstellung ist generell von einer „Warum nicht...?“-Einstellung geprägt. Aber eine andere, jüngst veröffentlichte Prognose von Gartner macht mir jetzt persönlich ein wenig zu schaffen: Schon 2020 wird der Durchschnittsmensch öfter mit einem ChatBot kommunizieren, als mit seinem Lebenspartner.

Vielen Dank!

cenit

CENIT ist der Partner für die erfolgreiche digitale Transformation. Kunden verfügen mit CENIT an ihrer Seite über weitreichende Möglichkeiten zur Optimierung ihrer horizontalen und vertikalen Geschäftsprozesse. Innovative Technologien aus den Bereichen Product Lifecycle Management, Digitale Fabrik und Enterprise Information Management schaffen dafür die Basis. Die Kompetenz der CENIT-Berater entsteht aus der Kombination von fachübergreifendem Prozessverständnis und tiefer Fach-Expertise. Der durchgängige Beratungsansatz gibt CENIT Kunden die Sicherheit, dass ihre Lösungen mit dem Verständnis für ihre gesamte Wertschöpfungskette entstehen.
Als ganzheitlich aufgestellter Partner seiner Kunden übernimmt CENIT die Verantwortung von der Beratung über die Einführung innovativer IT-Lösungen bis zum wirtschaftlichen Betrieb. Das CENIT-Team stellt sich auf die spezifische Situation des Unternehmens ein und gewährleistet damit die Praxisnähe, die messbare operative Optimierungen erst ermöglicht. Seit über 25 Jahren realisiert CENIT damit Wettbewerbsvorteile für namhafte Kunden in Schlüsselindustrien der Wirtschaft.
CENIT beschäftigt rund 800 Mitarbeiter, die weltweit Kunden aus den Branchen Automobil, Luft- und Raumfahrt, Maschinenbau, Werkzeug- und Formenbau, Finanzdienstleistungen, Handel und Konsumgüter betreuen.
www.cenit.com

Erfolgsfaktor Information Management

Den digitalen Wandel gestalten

Dipl. Wirtsch.-Ing. Lothar Leger, Geschäftsführer B&L Management Consulting GmbH

„Die Digitalisierung ist in vollem Gang“, diesen oder ähnliche Sätze findet man in jeder Zeitschrift und an unzähligen Stellen im Internet. Man könnte den Eindruck gewinnen, wir (Menschen) werden demnächst auch gleich noch mit „digitalisiert“. Lange kann es nicht mehr dauern. Manager werden aufgefordert, kreativ über Möglichkeiten der Digitalisierung nachzudenken oder Digitalisierungs-Officer zu installieren. Die Öffentliche Verwaltung muss in den nächsten Jahren die 100 wichtigsten Verwaltungsleistungen online anbieten. Der ehemalige Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel hat auf der CeBIT 2016 die „Digitale Strategie 2025“ vorgestellt. Digitalisierung ist also nicht mehr zu stoppen.

Nicht ganz einig ist man sich über die Begriffsdefinition. Jede Branche setzt für sich die Digitalisierung gleich mit dem für die Branche typischen Umfeld. So geht es uns mit „Industrie 4.0“, mit „Health 4.0“ oder mit „Verwaltung 2.0“. Andere setzen noch einen Begriff wie „Transformation“ dazu, um zu verdeutlichen, dass hier noch einige Arbeit auf uns wartet.

Allen gemein ist, dass herkömmliche analoge Vorgehensweisen oft nicht mehr als zeitgemäß, überholt und ineffizient abgestempelt werden. Damit wird gleichzeitig eine Einteilung in gut (weil zukunftsorientiert) und böse (weil „althergebracht und bewährt“) vorgenommen. Aber, „digital“ heißt nicht zwingend „gut“ und „analog“ entsprechend nicht „böse“.

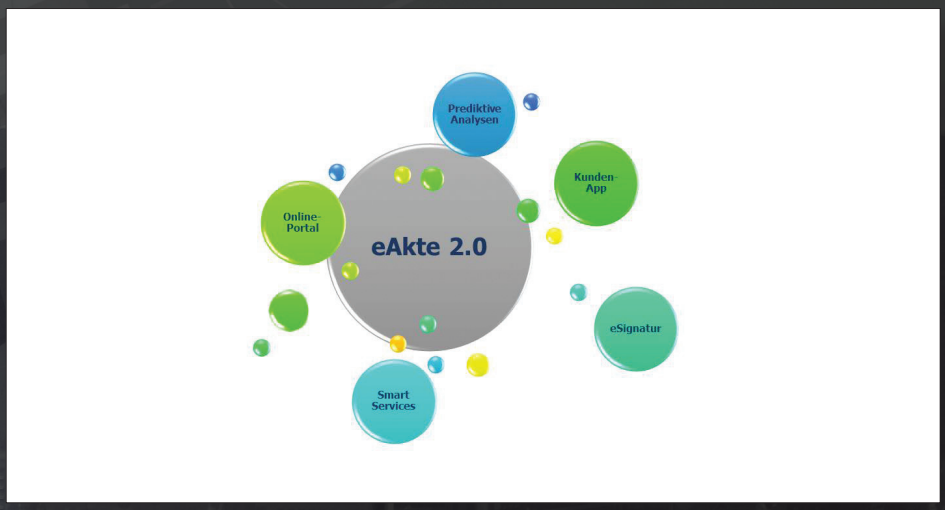
Dennoch ist es unbestritten, dass die Digitalisierung und Information Management unsere Arbeitswelt und unser Privatleben nachhaltig und grundlegend verändern wird. Digitalisierung steht selten alleine. Die Entwicklungen werden unter

anderem durch smarte Technologien und Services, durch disruptive Innovationen und auch durch sich verändernde Werte begleitet, um nur einige Trends zu nennen. Instagram, der kostenlose Online-Dienst zum Teilen von Fotos und Videos, der zu Facebook gehört und 2010 gegründet wurde, hat mit dazu beigetragen, dass das Geschäftsmodell von Kodak, ein im Fotogeschäft seit vielen Jahren etabliertem Unternehmen, kollabierte. Kodak musste Insolvenz anmelden. Ähnlich erging es Quelle, die schon unseren Großeltern Warenhauskataloge nach Hause lieferten, und die sich nicht gegen Amazon wehren konnten, weil sie den Trend der Digitalisierung verschlafen hatten. Unsere Smartphones decken von der Wasserwaage über den Wecker, die Landkarte und die Enzyklopädie bis hin zum E-Mail-Postfach und dem Zugang zum Internet alles ab, was wir im täglichen Leben benötigen. Das Besondere an dieser Entwicklung ist, dass sie dieses Mal „von unten nach oben“ geht. Kaum jemand, der nicht in einem sozialen Netzwerk aktiv ist, der nicht sein Smartphone nutzt, um Services abzurufen oder sich informieren zu lassen. Treiber sind demnach die hohe Affinität des Einzelnen zur intensiven Nutzung digitaler Services und zu den nicht mehr wegzudenkenden Smartphones.
Unbestritten, die Digitalisierung verändert unser Privatleben und unsere Arbeitswelt.

Wie sich dieser Wandel in der Praxis niederschlägt, zeigt sich am Beispiel von Dokumenten Management Systemen (DMS) sehr deutlich. Ganz am Anfang, Mitte der Achtzigerjahre, ging es darum, dass mit DMS Dokumente in großen Mengen abgelegt und archiviert werden konnten. Die Verwaltung und die Revisionssicherheit standen klar im Vordergrund. Es ging um Kapazität und die Zuverlässigkeit von Langzeitspeichersystemen. Dann entdeckte man, dass man interne Prozesse gut mit DMS unterstützen kann, wenn denn die Dokumente erst einmal gescannt vorliegen. Die „elektronischen Akten“ waren geboren. Systeme und Lösungen wuchsen, die Funktionalitäten wurden deutlich ausgeweitet, Ansätze wie „DOMEA“ wurden entwickelt.

Unbestritten, die Digitalisierung verändert unser Privatleben und unsere Arbeitswelt.

Dokumenten Management Systeme waren damit lange Zeit wichtige Bausteine für einen effektiven und effizienten Umgang mit Informationen und Dokumenten innerhalb der Organisationen und im Austausch zwischen Unternehmen. Mit Information Management und dem längst begonnenen Digitalen Wandel gehören die entsprechenden Lösungen zwar noch lange nicht zum alten Eisen, sie reichen nur alleine nicht mehr aus. Die Grenzen für sinnvolle Lösungen müssen heute einfach deutlich weiter gesteckt werden.
Eine elektronische Akte muss heute viel mehr können. Sie muss den gesamten Lebenszyklus mit Services unterstützen. Dazu gehören unter anderem ein Multi-Channel-Input (E-Mail, Papier, Portal, Fax, Fachverfahren, Social Media), Services bei der Erfassung und Verarbeitung (Erzeugung von Signaturen, Up- und Download von Dokumenten, elektronische Aktenkoffer, Verwaltung von Lebenszyklen, mobile Unterstützung) oder vorausschauende Analysen, um Kundenverhalten vorherzusagen und spezifische Angebote unterbreiten zu können.
Die elektronische Akte ist damit beim „Kunden“ angekommen. Und dieser wird in den Vordergrund gestellt, ganz gleich ob bei einer Versicherung (die Versicherten), im Handel (die Kunden) oder in der Öffentlichen Verwaltung (die Bürger). Die eAkten haben damit endgültig die internen Workflows und damit die Grenze der Unternehmen und Organisationen überschritten. Das bietet große Nutzenpotenziale. Ein fehlender Nachweis, zum Beispiel beim Abschluss eines Kauf oder Leasingvertrags, muss nicht mehr mühsam per Post angefordert und dann, wenn er im Unternehmen eingeht, einem Vorgang und einer Akte zugeordnet werden. Der Kunde kann den gewünschten Nachweis über sein Smartphone und ein Kundenportal hochladen, das System prüft den Nachweis und der Prozess kann, fast ohne Nutzereingriff, schnell und unkompliziert abgeschlossen werden. Natürlich muss man bei solchen Prozessen auf die rechtlichen Anforderungen achten.



Und auch heute noch kann nicht jedes Dokument einfach nur als Bild entgegengenommen werden. Aber auch das mag sich noch ändern. Dieser kurze Exkurs zeigt: Dokumenten Management Systeme und elektronische Akten sind, als isolierte Lösungsfelder „Out“, Information Management und digitaler Wandel sind „In“.

Es wird sicher noch einige Zeit dauern, bis Lösungen zur Verfügung stehen, die offen genug sind, um die Vorteile verschiedener Ansätze zu kombinieren. Bis dahin gilt es, beim Aufbau und Ausbau von Lösungen die wesentlichen Trends in der Strategie und der Konzeption zu berücksichtigen und Lösungen auf Offenheit und Flexibilität auszurichten.

Dann sind auch heute schon Lösungen möglich, das Information Management durch effiziente und effektive Nutzung von Informationen und Wissen, das sich daraus ableitet, zu einem wichtigen Erfolgsfaktor für Unternehmen und Organisationen werden zu lassen.

B&L Management Consulting GmbH

Die B&L Management Consulting GmbH (B&L) unterstützt seit 1996 Unternehmen und Organisationen bei der Planung und Umsetzung von IT-Projekten. Als neutrales Beratungshaus ist B&L ausschließlich den Interessen ihrer Mandanten verpflichtet.
Unser Beratungsspektrum reicht von der klassischen Archivierung von Dokumenten, über die Optimierung der Zusammenarbeit (Collaboration) bis hin zum Workflow und Wissensmanagement. Zu den „Dokumenten“ gehören nicht nur die klassischen kaufmännischen Dokumente wie z.B. Rechnungen, sondern auch E-Mails, Zeichnungen, Bilder, Videos etc.
Unsere Berater verfügen alle über langjährige Erfahrung in Beratungsfunktionen. Sie zeichnen sich durch ihr Know-how und sichere Vorgehensweise in zahlreichen Projekten aus.
www.bul-consulting.de

DiALOG-Award 2017
Gewinner und Preisträger

Das Qualitätssiegel für zukunftsorientierte Struktur- und Anwenderkonzepte in administrativen Unternehmensprozessen präsentiert die Finalisten und Preisträger 2017 (in alphabetischer Reihenfolge)! Lesen Sie mehr über innovative Ideen, Ansätze oder Zielorientierungen im Bereich der Strukturierung von Geschäfts- und Informationsprozessen.

Preisträger 2017

FlixBus meets DiALOG Award

Einführung einer Salesforce – Service – Cloud im Kundenservie von FlixBus

Quelle: Bewerbungsunterlagen der Firma FlixMobility GmbH für den DiALOG Award 2017

FlixBus ist in den letzten vier Jahren international stark gewachsen und hat viele neue Märkte betreten. Somit ist auch die Anzahl der FlixBus-Kunden in den letzten Jahren europaweit immens angestiegen. Die Kundenzufriedenheit der FlixBus-Nutzer hat im Zusammenhang mit dem starken Wachstum einen sehr hohen Stellenwert. Das Projekt der „Integration der Salesforce-Services Cloud“ hilft dabei die Prozesse im Kundenservice weiter zu optimieren und trägt somit ausschlaggebend zu einer erhöhten Kundenzufriedenheit bei.

FlixBus hat mehrere Millionen Kundenanfragen pro Jahr. Allein im Jahr 2016 hatte FlixBus 2.369.518 Kundenanfragen. Die Kundenanliegen betreffen Verspätungen, Umtausch, Erstattungen, Zahlungsmethoden und sonstige Anfragen.

Der Kundenservice von FlixBus hat die Kundenanliegen, in der Vergangenheit via E-Mail anhand von Outlook und OTRS bearbeitet. Hierbei war kaum eine kundenbasierte Zuordnung sowie eine zielgerichtete Steuerung der Anliegen möglich. Kundenanliegen wurden via Anruf oder E-Mail einzeln bearbeitet und eine lange Recherche in mehreren System war notwendig, um das Kundenanliegen final zu klären. Dies führte zu langen Rückmeldezeiten und Unzufriedenheit auf Seiten des Kunden.

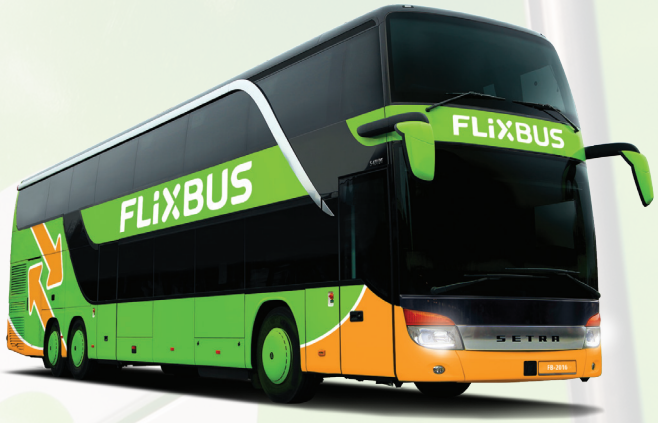
Dieses Projekt wirkt sich erheblich auf die Produktivität im Kundenservice aus und somit auf den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens.

In einem noch immer wachsenden Unternehmen und einer somit wachsenden Kundenanzahl, wirkt sich dieses Projekt erheblich auf die Produktivität im Kundenservice und somit auf den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens aus.

Durch die Einführung der Salesforce-Services Cloud kann der FlixBus-Kundenservice die Bearbeitung von Kundenanliegen nachhaltig verbessern, indem alle Kontaktkanäle zum Kunden effektiv gebündelt werden.

Mitarbeiter können Kundenanliegen schneller, priorisierter und effizienter bearbeitet werden. Die Salesforce-Services Cloud bildet als zentrales CRM-System alle Systeme von FlixBus in einer Maske ab (ACD, Backend, Shop, Workforce Management).

Durch die mit der Einführung verbundene Optimierung von Prozessen im Kundenservice können aktiv Kosten und Zeit eingespart werden. Mitarbeiter können Kundenanliegen schneller, priorisierter und effizienter bearbeiten. Ein großer Teil der Anfragen geht z.B. weiterhin über E-Mail bei FlixBus ein. Durch den sogenannten „Screenpop“ erkennt das System automatisch, wenn bereits einmal Kontakt zu diesem Kunden bestand. Nach Abfragen einiger aktueller Daten des Kunden, kann somit der bisherige Kundenservice-Verlauf geöffnet und verwendet werden.



Das Projekt hat es ermöglicht Kundenanliegen besser zu bearbeiten, auszuwerten und zu dokumentieren. Zukünftig können die dokumentierten Fälle und Erkenntnis zur Prävention und Optimierung des Service / Produkts beitragen. Somit können die Produkte von FlixBus, wie zum Beispiel die Smartphone-App oder die Website nachhaltig verbessert werden, um Kundenanliegen vorzubeugen.

Salesforce optimiert die gesamte Kundenkommunikation, indem alle für die Kundenbetreuung notwendigen Daten in Salesforce gebündelt dargestellt werden. Besonders die Antwortzeit konnte bereits verbessert werden und die Kundenanliegen werden tagesaktuelle bearbeitet. Die Rücklaufquote bei Kundenanfragen liegt derzeit bei 14% und somit sind rund 86% der Kunden mit den ersten Antworten des Kundenservice zufrieden.

Durch die Einführung sind viele Prozesse skalierbarer geworden und können somit nachhaltig verbessert werden.

Das Projekt vereint mehrere Systeme miteinander, die zuvor einzeln angewendet werden und optimiert somit die Arbeitsprozesse im Kundenservice. Dies trägt wiederum aktiv zu einer erhöhten Mitarbeitermotivation bei, da viele Anliegen effizienter und einfacher gelöst werden können. Derzeit wird an der Einführung eines internen Knowledge-Centers mit aktuellen und hifreichen Informationen zu Themen rund FlixBus gearbeitet. Auf diese Informationen können Mitarbeiter bei Kundenanliegen direkt zurückgreifen. Durch zusätzlich eingeführte Kontakformulare auf der Webseite lässt sich ebenfalls eine Veränderung der Rücklaufquote feststellen. Es stellt sich eine niedrigere Rücklaufquote bei Kundenanfragen ein, da wiederholte Anfragen ausbleiben und Anliegen bereits nach dem ersten Kontakt gelöst werden können.

Aus organisatorischer Sicht ist die Bündelung verschiedener Kontaktkanäle ein immenser Vorteil. Die Zusammenführung der Kommunikation und Datenhaltung, bzw. Darstellung über ein System wie der Service Cloud von Salesforce hat somit einen maßgeblichen positiven Effekt auf die Effizienz der Kunden- und Geschäftspartnerbetreuung.

FLiXBUS

FlixBus ist ein junger, europaweiter Mobilitätsanbieter. Seit 2013 bieten die grünen FlixBusse eine neue Alternative, um bequem, preiswert und ökologisch zu reisen. Dank eines einzigartigen Geschäftsmodells und innovativer Technologie hat das Startup innerhalb von vier Jahren Europas größtes Fernbusnetz etabliert: 120.000 tägliche Verbindungen, 1.000 Ziele in 20 Ländern, 60 Mio. Kunden seit FlixBus-Start, Standorte in Berlin, München, Paris, Milan, Zagreb, Copenhagen, Stockholm und Amsterdam, **www.flixbus.de**

Gewinner 2017

„NOVEM“ – die NÜRNBERGER im digitalen Wandel

Einführung des NÜRNBERGER OnlineVertragsManagement

Marius Stumpf, Spezialist Compliance und Governance bei der NÜRNBERGER Versicherung

Um als einer der großen Versicherer Deutschlands attraktiv und wettbewerbsfähig zu bleiben und den Kunden weiterhin „Einfach den passenden Schutz” zu bieten, überprüfen wir regelmäßig all unsere Arbeitsabläufe.
Einer dieser Prozesse ist der Vertragsprüfprozess sowie dessen Verwaltung. Der Vorstand wollte diesen für das ganze Unternehmen, bereichsübergreifend verbessert und transparent wissen. Mit dem NÜRNBERGER OnlineVertragsManagement – kurz NOVEM – haben wir eine einheitliche IT-Anwendung für das Erstellen, Prüfen, Archivieren und Verwalten von Vertragsbeziehungen eingeführt.

Ein Kernteam hat die Anwendung im Dialog mit den Nutzern konzipiert. Vom Ausgliederungsmanager über den Einkäufer bis zum Marketing. Von der Mathematik über Compliance bis zum Rechnungswesen. Den neuen Prozess und das Archiv nutzen sowohl Vorstandsmitglieder als auch zahlreiche Mitarbeiter. Der eine seltener, der andere öfter. Aber alle auf die gleiche Weise. Insgesamt haben wir aktuell ca. 450 aktive Anwender, das entspricht ca. 18 % unserer gesamten Belegschaft.

Vor NOVEM fand die Vertragsprüfung in einem aufwendigen, schwer nachverfolgbaren Papier- bzw. E-Mail-Prozess statt. Zudem gab es keine einheitliche Ablage der Ergebnisse. Jeder Unternehmensbereich hatte sein eigenes „Archiv” (Papier, Laufwerk, Software etc.).

Durch NOVEM gibt es jetzt ein digitales, konzernweites und einheitliches System zur Vertragsverwaltung und -prüfung. Der administrative Aufwand, auch für die Schulung der Mitarbeiter, sinkt dadurch deutlich.

Wir haben erkannt, wie wichtig ganzheitliche – und damit auch die interne – Digitalisierung für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens ist.

Ein einheitlicher Einstieg in die Vertragsprüfung erspart aufwendiges Suchen nach dem „richtigen“ Formular. Klare, transparente Prozessschritte beschleunigen die Prüfung. Der Anwender sieht in Echtzeit („Sendungsverfolgung“), wo sich der Vertrag gerade in der Prüfschleife befindet. In NOVEM werden alle Verträge durch Fachexperten (insb. Einkauf, Rechnungswesen, Recht, Risikomanagement, Steuern) geprüft. Anfragen aller Art für Geschäftsleitung, Behörden, Wirtschaftsprüfer, interne Abteilungen usw. können dank Auswertungsmöglichkeiten und Reports in Sekundenschnelle mit zahlreichen Informationen zum Vertrag beantwortet werden. Gesetzliche Dokumentationspflichten werden erfüllt und durch die Historienfunktion von NOVEM wird jeder Schritt protokolliert.

Schon beim Projekt-Kick-off waren über 15 Abteilungen involviert. Motivationstreiber und Skeptiker saßen

alle an einem Tisch. Gemeinsam wurde versucht, eine kosteneffiziente und passende Lösung für ein neues Vertragsmanagement in der NÜRNBERGER zu entwickeln.

Am 22. Juli 2016 war es endlich soweit, wir haben NOVEM an die Anwender übergeben. Damit hat die Arbeit mit dem System aber erst richtig begonnen. NOVEM wird seither stetig ausgebaut, eine Anwendung, die lebt und Schritt für Schritt weiter wächst. Feststellen lässt sich das an den konstant gestiegenen Nutzer- und Vertragszahlen.

Von den Mitarbeitern ist NOVEM gut angenommen worden, es kommen daher immer wieder neue innovative Ideen von den Kollegen. Das System können wir so stetig verbessern und benutzerfreundlicher entwickeln. Die noch skeptischen Mitarbeiter wollen wir durch direkte und persönliche Unterstützung ebenfalls für NOVEM gewinnen, ein realistisches Ziel aus Sicht der Projektleitung.
Auch dieses Jahr wird der technische Ausbau weiter vorangetrieben. So wurde Anfang 2018 die Vertreterregelung eingeführt, bei Urlaub und Krankheit ist somit automatisch gewährleistet, dass Aufgaben nicht im System stecken bleiben und der Bearbeitungsfluss gebremst wird.

Wir haben erkannt, wie wichtig ganzheitliche – und damit auch die interne – Digitalisierung für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens ist. Dabei ist für uns von Bedeutung, dass unsere Bemühungen bei den Kollegen nachhaltig sind. Die Nutzer sollen beim Konzept auch zu Wort kommen, erforderliche Entscheidung sollen trotzdem aber nicht „zerredet" werden. Unser Fokus liegt dabei nicht alleine auf der technologischen Plattform NOVEM. Viel wichtiger ist, diese Technologie in Einklang mit dem Mitarbeiter, also den Menschen zu bringen. Wir leben daher einen permanenten Prozess aus Kommunikation, Motivation, Technologie, Erkennen neuer Potenziale sowie kontinuierlicher Verbesserung.

Abgerundet wurden die großen Anstrengungen, einen nachhaltigen Vertragsprüfprozess sowie deren Verwaltung im Unternehmen zu implementieren, durch den Erhalt des DiALOG-Award „Excellence with Enterprise Information Management" am 11. Mai 2017 in Hamburg.

NÜRNBERGER VERSICHERUNG

Die **NÜRNBERGER** bietet ihren Kunden seit 1884 Schutz und Sicherheit. Sie ist unabhängig und kann so eine eigenständige Geschäftspolitik betreiben – mit Erfolg.
Sie ist ein solider, zuverlässiger und leistungsstarker Partner mit hervorragender Finanzkraft. Mit rund 4 Mrd. Euro Umsatz und über 4.200 angestellten Mitarbeitern zählt die NÜRNBERGER zu den großen deutschen Erstversicherern. Sie betreibt die Lebens- und Krankenversicherung, die Schaden- und Unfallversicherung sowie das Pensionsgeschäft. Daneben engagiert sie sich als Förderer von Sport, Kultur und Bildung. An der Börse ist der Konzern über die Dachgesellschaft NÜRNBERGER Beteiligungs-Aktiengesellschaft präsent.
www.nuernberger.de

Preisträger 2017

ElBa – Elektronische Bedarfsmeldung

Rheinische Post – Mediengruppe: DIRECTPURCHASECONTROL vereinfacht und modernisiert Bestell- und Genehmigungsprozess

Quelle: Bewerbungsunterlagen der Rheinische Post - Mediengruppe für den DiALOG-Award 2017

Immer am Puls der Zeit zu sein, ist der Rheinische Post Mediengruppe, einem der größten deutschen Medienunternehmen, nicht nur ein Anliegen — es sieht sich in der Pflicht. Da regelmäßig alle Geschäftsprozesse bewertet werden, wurde aufgedeckt, dass das Bestell- und Genehmigungsverfahren von indirektem Material optimiert werden kann. Künftig sollten Bedarfsanforderungen nur noch elektronisch, und nicht mehr per Papier, der Einkaufsabteilung zugestellt werden. Daher wurde ein Hersteller für eine passende und fertige SAP-integierte Software gesucht. Die Wahl fiel auf die P.M. Belz Agentur für Informatik GmbH (AFI).

Früher wurde bei der Rheinische Post Mediengruppe sämtliches indirektes Material, also Waren und Dienstleistungen, die nicht unmittelbar für die Fertigung benötigt werden, per Papier über Vordruck-Formulare angefordert. Benötigte ein Mitarbeiter beispielsweise einen PC-Bildschirm, füllte er den Vordruck aus und gab diesen seinem Vorgesetzten zur Genehmigung. Nach dieser oder eventuell noch weiteren Genehmigungsstufen gelangte der Bedarfsantrag letztendlich in die Einkaufsabteilung. Dort wurden die Daten manuell in SAP erfasst und die Bestellung ausgelöst. Dieses Vorgehen funktionierte zwar gut, jedoch gab es die üblichen Nachteile eines papierbehafteten Freigabe-Workflows. Solange solch eine Bearbeitung nicht elektronisch abgebildet ist, ist es schier unmöglich zu wissen, in welchem Bearbeitungsstatus und bei welcher Person ein Vorgang liegt.

> "Uns hat besonders gut gefallen, dass hier eine fertige und umfangreiche SAP-integrierte Software gezeigt wurde, die durch die offene Architektur simpel auf individuelle Bedürfnisse anpassbar ist."
> Thomas Stahl, Leiter Zentraleinkauf Rheinische Post Mediengruppe

Um den funktionieren papiergebundenen Prozess also noch besser zu machen, wurde entschieden, die Bedarfsanforderungen künftig mit einer geeignete Software zu bearbeiten. Das Projektteam um Thomas Stahl erarbeitete dazu Kriterien, die ein Softwareanbieter und dessen Software unbedingt erfüllen musste. Darüber hinaus wäre es wünschenswert, wenn die Software tief, aber dennoch flexibel in das SAP-ERP eingebunden ist und der Anbieter über generelles, fundiertes SAP-Wissen verfügt.

Das Projektteam nutzte unterschiedliche Möglichkeiten, um einen geeigneten Software-Anbieter zu finden. Neben der Internetrecherche ging das Team unter anderem zu einer Infoveranstaltung des deutschen Software-Herstellers AFI. „Uns hat besonders gut gefallen, dass hier eine fertige und umfangreiche SAP integrierte Software gezeigt wurde, die durch die offene Architektur simpel auf individuelle Bedürfnisse anpassbar ist“, sagt Thomas Stahl und ergänzt: „Natürlich haben wir uns auch andere Softwarelösungen angesehen, um einen umfassenden Marktüberlick zur Entscheidungsgrundlage zu erhalten.“ Letztendlich fiel die Wahl auf DirectPurchaseControl.

Mit Einführung der Software DirectPurchaseControl reduzierte die Rheinische Post Mediengruppe nicht nur die Liegezeiten. Für einen

transparenten Überblick über alle Bedarfsanforderungen steht der DirectPurchaseControl-Monitor, das Bedarfsanforderungsbuch in SAP, zur Verfügung. In diesem kann jeder Prozessbeteiligte sehen, wie sich der Status des Bedarfs ändert, von Anforderung bis Wareneingang. Der Monitor ermöglicht die maximale Transparenz, das ineffiziente telefonische Nachfragen gehört der Vergangenheit an.

Natürlich ist für jeden Anwender im Customizing eingestellt, was er sehen darf und was nicht. Den globalen Überblick über alle Bedarfe hat in der Regel nur der Einkauf, Anforderer und Genehmiger sehen lediglich die Vorgänge, in die sie direkt involviert sind.

Darüber hinaus hat das Unternehmen noch mehr Sicherheit im Bestellprozess gewonnen. Durch elektronische Workflows erhält der Einkauf ausschließlich zu hundertprozent authentifizierte Bedarfe. Das hat zur Folge, dass er schneller die Bestellungen auslösen kann. Das Workflowkonzept in Direct-Purchase-Control erlaubt eine individuelle Hinterlegung von null bis n Freigebern und Konkretisierern. Da sich Verantwortlichkeiten ändern können, muss auch der Workflow einfach anpassbar sein.

Da die Software im Standard sehr viel mitbringt, waren nicht viele kundenindividuellen Anpassungen notwendig. Zum Projektauftakt wurden in einem Workshop die speziellen Ausprägungen für die Rheinische Post Mediengruppe besprochen.

Das Bestell- und Genehmigungsverfahren von indirektem Material konnte durch DirectPurchaseControl modernisiert und verbessert werden. Dadurch ist der gesamte Prozess homogen, beschleunigt und transparent. Zusätzlich ist der komplette Anforderungsprozess durch die elektronischen Workflows und die elektronische Archivierung sämtlicher Entscheidungen compliance-konform.

Begleitpzesse, die von der Softwareinführung bewusst nicht mit in die Kopzeption der Mediengruppe wurden, sollen nun ebenfalls optimiert und elektronisch abgebildet werden. „Die Software und die Zusammenarbeit funktioniert so gut, dass diese Umstände weitere Begehrlich keiten bei uns geweckt haben“, schmunzelt der Leiter der Einkaufsabteilung.

Rheinische Post Mediengruppe

Die Rheinische Post Mediengruppe ist ein Unternehmen mit Sitz in Düsseldorf und gibt die auflagenstärkste Tageszeitung im Rheinland heraus. Die Rheinische Post erreicht mit täglich rund 318.000 Exemplaren etwa 861.000 Leser. Die Mediengruppe ist einer der fünf auflagenstärksten Zeitungsverlage Deutschlands und beteiligt an der Saarbrücker Zeitungsgruppe.
Mit RP Online verfügt die Mediengruppe über eines der reichweitenstärksten Online-Portale deutscher Tageszeitungen, das monatlich rund vier Millionen Unique User erreicht. Zudem ist das Unternehmen an lokalen TV- und Hörfunksendern sowie an Anzeigenblattverlagen beteiligt.
In Luxemburg gehört der Rheinische Post Mediengruppe mehrheitlich die Amplexor, einem weltweit operierenden Übersetzungs- und Dokumenten-Management-Dienstleister.
Die Mediengruppe beschäftigt mehr als 5.000 Mitarbeiter.
www. rheinischepostmediengruppe.de

Preisträger 2017

Single Point of Truth

Beteiligungsmanagement beim TÜV Rheinland – ein Erfahrungsbericht

Von Monika Pürsing, CEO der zetVision AG

Beteiligungsmanagement ist in Konzernen eine komplexe Angelegenheit. Nicht selten geht es um eine dreistellige Anzahl von Firmen; Tochterunternehmen sind in unterschiedlichen Rechtssystemen angesiedelt, in den verschiedensten Gesellschaftsformen organisiert, und es sind unterschiedliche Beteiligungsquoten zu berücksichtigen. Darüber hinaus sind nicht zuletzt die zeitnahe Erfassung und Freigabe von Informationen zu den einzelnen Beteiligungsgesellschaften – in einer entsprechenden Datenqualität – wesentlich.

Das Beispiel des TÜV Rheinland zeigt, wie eine professionelle Softwarelösung das Beteiligungsmanagement unterstützen kann. Bis 2012 lagen Daten, Mandate und Dokumente meist nur dezentral bei den Gesellschaften der Unternehmensbereiche und Regionen vor; beteiligungsrelevante Informationen wurden aus diversen Datenquellen mit heterogener Datenqualität bereitgestellt. Ad-hoc-Abfragen zu gesellschaftsrelevanten Informationen erfolgten kaskadenförmig per E-Mail. Zudem waren zwar gesellschaftsrechtliche Strukturen abfragbar, mehr aber auch nicht. Alles in allem: In einem System war die gesellschaftsrechtliche Struktur verfügbar, in einem anderen Dokumente, in einem weiteren die Gesellschaftsinformationen; schließlich gab es noch Excel-Tabellen, in denen die Boards geführt wurden.

Folgerichtig war das Vertrauen in die Zuverlässigkeit der Beteiligungsinformationen gering. Geplant war daher eine dezentrale Ablage relevanter Daten, Mandate und Dokumente, damit die Ansprechpartner in den Regionen und Unternehmensbereichen die Informationen selbst pflegen können.

Das Beispiel des TÜV Rheinland zeigt, wie eine professionelle Softwarelösung das Beteiligungsmanagement unterstützen kann.

Mit einer professionellen Softwarelösung sollten vor allem folgende Ziele erreicht werden:

- Mehr Transparenz bei den Beteiligungsmanagement-Informationen;
- Verbesserung der Effizienz der Pflegeprozesse aller Daten;
- Unterstützung bei allen zentralen und lokalen kommunikativen, verwaltenden Aufgaben sowie bei der Aufgabenplanung;
- Bereitstellung einer digitalen Dokumentenablage für alle gesellschaftsrechtlichen Dokumente;
- Größerer Bedienungskomfort beim Umgang mit dem Beteiligungsmanagement-System.

Jürgen Blumhofer, Leiter Zentrales Beteiligungsmanagement der TÜV Rheinland AG, bringt die Ziele auf den Punkt: „Das Zentrale Beteiligungsmanagement sollte künftig der ‚Single Point of Truth' für alle rechtlich relevanten Gesellschaftsinformationen sein." Um dies zu erreichen, wurden folgende Anforderungen für die gesuchte Softwarelösung definiert: Abbildung der Stammdaten pro Anteil, Darstellung der gesellschaftsrechtlichen und der Managementstruktur, Einrichten von Workflows, Terminplanung, integriertes Dokumentenmanagement, Auslieferung von Standardberichten, vordefinierte rechtliche Einstellungen zur Gesellschaftsart je nach Land, Zertifizierung durch Wirtschaftsprüfer, Revisionssicherheit und SAP-Basis.

Die 2013 eingeführte Softwarelösung zetVisions Corporate Investment Manager hat seitdem für bessere Datenqualität und effizientere Pflegeprozesse aller beteiligungsrelevanten Daten durch eine zentrale, einheitliche und konsistente Datenbasis gesorgt. Für die gesellschaftsrelevanten Dokumente wurden Dokumentenklassen definiert. Zu bestimmten Stichtagen gibt die Software einen Hinweis, definierte Daten/Dokumente im System zu hinterlegen. Die Nutzung von Assistenten trägt dabei wesentlich zur Steigerung der Datenqualität bei, da durch definierte Freigabeprozesse die entsprechenden Zuständigkeiten auch systemseitig hinterlegt sind.

Die Folge: Mehr Sicherheit und eine deutliche Beschleunigung dieser zuvor sehr zeitintensiven Prozesse. Die schnelle und flexible Erstellung von Berichten und Ad-hoc-Abfragen erleichtert zudem die Arbeit und spart Zeit. Filter geben die Möglichkeit, Gesellschaften nach Regionen oder nach Land zu filtern und zu detaillieren. Allein der Überblick über 900 Mandate und deren Mandatsträger wird dadurch ganz erheblich erleichtert.
Darüber hinaus punktet die Softwarelösung bei den Nutzern mit ihrem Bedienungskomfort durch die benutzerfreundliche Oberfläche und die Möglichkeit der digitalen Dokumentenablage. Die Aufgabenplanung und -koordination im Beteiligungsmanagement, wie beispielsweise Gründung/Liquidation von Gesellschaften und Standorten, Ernennung/Abberufung von Vorständen/Geschäftsführern oder Koordinierung der Aufsichtsratssitzungen, werden ebenfalls softwareseitig unterstützt. Darüber hinaus sorgten vordefinierte Einstellungen je nach Land oder Gesellschaftsart sowie Wiedervorlagen, Workflows und integriertes Dokumentenmanagement für effektive Prozesse.

Neben den funktionalen Anforderungen bietet zetVisions CIM durch die SAP-Anknüpfung eine verbesserte Systemintegration und Wartung. Zusätzlich liefert die Software eine von Wirtschaftsprüfern zertifizierte Qualität und Revisionssicherheit, ein Alleinstellungsmerkmal bei vergleichbaren Lösungen auf diesem Themengebiet.

Das Resümee von Jürgen Blumhofer: „Wir haben eine klare aktuelle Konzern- und Managementstruktur. Wir haben eine eindeutige Übersicht über alle Mandate und deren Laufzeit. Die Standorte können jederzeit abgerufen werden. Und wir haben alle gesellschaftsrelevanten Dokumente im System."

TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

Der **TÜV Rheinland** ist ein weltweit führender unabhängiger Prüfdienstleister mit 145 Jahren Tradition. Heute arbeiten im Konzern rund 19.700 Menschen an über 500 Standorten in 69 Ländern. TÜV Rheinland prüft als neutraler und unabhängiger Dritter technische Anlagen, Produkte und Dienstleistungen; zudem begleitet die Gruppe Projekte und Prozesse für Unternehmen. 2016 erzielte die TÜV Rheinland Group einen Umsatz von 1,92 Milliarden Euro und zählte über 180 Beteiligungen sowie rund 70 Mitgesellschafter.
www.tuv.com

Impressionen

der Preisverleihung des DiALOG-Award 2017 am 11. Mai 2017 in Hamburg

Mehr zum Thema finden Sie unter **www.dialog-award.de**

Und wann bewerben Sie sich?

Preisverleihung im Rahmen des 7. DiALOG Fachforums am 26. April 2018

VOI · cenit · The Quality Group · BCT Enterprise Information Management · aixvox · BIT Magazin für Geschäftsprozess- und Output-Management · DiALOG magazin

Digital ist egal!

Mensch bleibt Mensch – Führung entscheidet

Barbara Liebermeister, Leiterin des Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter

Ist in der digitalen Welt Führung noch gefragt? Diese Frage wird aktuell im Zusammenhang mit der digitalen Transformation der Unternehmen lebhaft diskutiert. Das verunsichert viele Führungskräfte. Keine Panik! Führung wird im digitalen Zeitalter wichtiger denn je.

„Was kommt da auf mich zu?" – das fragen sich zurzeit beunruhigt viele Führungskräfte. Denn egal, ob sie in Zeitschriften schmökern, Kongresse besuchen oder den Worten ihrer Chefs lauschen, stets wird ihnen das Gefühl vermittelt: In den kommenden Jahren muss sich in den Unternehmen fast alles ändern. Kein Stein darf sozusagen auf dem anderen bleiben – sonst können die Unternehmen in der VUCA-Welt (volatility, uncertainty, complexity, ambiquity) nicht überleben. Und die „digitale Transformation"? Sie ist sozusagen der Schlüssel, damit Unternehmen erfolgreich in die Zukunft gehen.

„Und was wird dann aus mir?" Das fragt sich insgeheim so manche Führungskraft – denn in Zusammenhang mit der Diskussion über das Thema „Digitale Transformation" sowie über solche Modethe-

men wie „Agilität“ und „Industrie 4.0“ wird auch immer wieder die Frage laut: Ist im digitalen Zeitalter Führung überhaupt noch gefragt? Oder gehört die Zukunft sich selbst steuernden Teams, die sich stets neu formieren?

Führung wird immer wichtiger

Zweifellos, die meisten Unternehmen werden sich in den kommenden Jahren stark verändern. Neben ihren Strukturen und den Arbeitsbeziehungen in ihnen werden sich oft auch ihre Geschäftsmodelle wandeln. Doch eines wird sich nicht verändern: der Mensch Mitarbeiter. Er wird sich weiterhin Halt und Orientierung wünschen – gerade wenn im Unternehmen selbst und in dessen Umfeld scheinbar alles im Fluss ist.

Doch wer soll ihm dieses Gefühl vermitteln, wenn im Unternehmen sozusagen alles permanent auf dem Prüfstand steht? Letztlich können dies nur die Führungskräfte sein. Deshalb ist die These nicht gewagt: Führung wird künftig in den Unternehmen immer wichtiger werden – gerade weil es im Unternehmenskontext sonst nichts mehr gibt, worauf man als Mitarbeiter bauen und vertrauen kann.

Führung wird künftig in den Unternehmen immer wichtiger werden – gerade weil es im Unternehmenskontext sonst nichts mehr gibt, worauf man als Mitarbeiter bauen und vertrauen kann.

Führung muss sich ändern

Soweit, so beruhigend. Das bedeutet jedoch keineswegs, dass sich Führung nicht verändert. Im Gegenteil! Die Art zu führen, muss sich im digitalen Zeitalter radikal wandeln. Denn folgende Entwicklungslinien sind in den Unternehmen unverkennbar.

- Die für den Unternehmenserfolg relevanten Leistungen werden zunehmend von bereichs- und oft sogar unternehmensübergreifenden Teams erbracht.
- Die für die Kunden erbrachten Lösungen setzen immer mehr Spezialwissen voraus, das die Führungskräfte oft selbst nicht haben.
- Die von den Unternehmen erarbeiteten Strategien, Planungen usw. haben eine immer kürzere Gültigkeitsdauer. Und:
- Die Führungskräfte und ihre Bereiche stehen immer häufiger vor Herausforderungen, für die sie noch keine Lösung haben.

Wie ist in einem solchen Umfeld erfolgreiche Führung möglich – wenn die Führungskräfte einen immer geringeren (disziplinarischen) Zugriff auf ihre Mitarbeiter haben und – salopp formuliert – auch nicht schlauer als diese sind?

Führungskräfte müssen „Marken" werden
Nach dem klassischen Befehl- und Gehorsam-Prinzip ist dies nicht möglich; ebenso wenig dadurch, dass die Führungskräfte versuchen, sich als Alles-besser-Wisser zu profilieren. Der einzig mögliche Lösungsweg ist: Die Führungskräfte müssen sich zu echten Leadern entwickeln, also Persönlichkeitsmarken, denen die Mitarbeiter vertrauen.

Eine Marke kennzeichnen zwei Faktoren. Erstens: Sie ist aufgrund ihres Auftritts beziehungsweise Erscheinungsbilds wiedererkennbar. Und zweitens: Sie gibt den Kunden ein klares Leistungsversprechen – so wie dies zum Beispiel die Unternehmen Audi und BMW mit ihren Slogans „Vorsprung durch Technik" beziehungsweise „Freude am Fahren" tun.

Erkennbar für gewisse Werte stehen
Ähnlich verhält es sich mit Fühungskräften, die eine „Persönlichkeitsmarke" sind. Auch sie stehen für ihr Umfeld erkennbar für konkrete Werte und Überzeugungen, die sich in ihrem Verhalten zeigen. Also lautet eine Anforderung an Führungskräfte, die eine Persönlichkeitsmarke werden möchten: Sie müssen sich ihrer Werte und Überzeugungen sowie Stärken bewusst werden – also darüber, was sie als Person einzigartig und unverwechselbar macht.

Dazu zählt auch das Kennen der eigenen Schwächen. Denn erst aus dem Bewusstsein unserer Stärken und Schwächen erwächst das erforderliche Selbstverständnis für unsere mögliche Wirkung. Und dieses hilft uns wiederum, nicht nur an „Schönwetter-Tagen", sondern auch, wenn es (im Unternehmen oder Markt) „stürmt und schneit" eine souveräne Haltung einzunehmen und zu zeigen. Und dies ist wiederum ein Signal für unsere Umwelt: Dieser Marke beziehungsweise Person kannst du vertrauen.

Werden Sie als Führungskraft eine Marke und präsentieren und vermarkten Sie sich entsprechend.

Sich präsentieren und vermarkten
„Werden Sie als Führungskraft eine Marke und präsentieren und vermarkten Sie sich entsprechend" – diese Aufforderung stößt bei vielen Führungskräften auf Vorbehalte. Denn mit dem Begriff „Vermarktung" assoziieren sie Attribute wie „schrill" und „laut". Doch nur wenige Marken sind so schrill und laut wie Afri Cola. Weit mehr setzen auf ein unaufgeregtes Under-Statement.

Ähnlich verhält es bei der Selbst-Vermarktung von Führungskräften. Auch hier geht es nicht darum, stets am lautesten zu schreien, sondern immer wieder nach außen zu zeigen und zu artikulieren,

- wofür man steht und
- was einem als Person wichtig ist.

Denn so entstehen Glaubwürdigkeit und somit Vertrauen. Und diese Faktoren werden für den Führungserfolg in der von Veränderung geprägten VUCA-Welt immer wichtiger.

INSTITUT FÜR FÜHRUNGS KULTUR IM DIGITALEN ZEITALTER

Barbara Liebermeister leitet das Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ), Frankfurt, das Unternehmen dabei unterstützt, ihren Mitarbeitern die Kompetenzen zu vermitteln, die sie im digitalen Zeitalter brauchen (www.ifidz.de). 2017 erschien ihr neues Buch „Digital ist egal: Mensch bleibt Mensch – Führung entscheidet".

Wer ist schon gerne
Trödel-IT [trø:dəl - aiˈti]?

Sie sind die ewigen Verwalter. Heilig ist ihnen nur eins: Ihr System! Instandhaltung und Bewahrung ihre wahre Ambition. Während Markt und Wirtschaft neue Möglichkeiten erkunden, bleibt die Trödel-IT lieber unter sich.

IT ganz anders!

objective partner

Security im Zeitalter von Industrie 4.0

Sicherheitsmaßnahmen für nachhaltige Produktion

Philipp Zeh, Leiter Competence Center IT-Security bei Konica Minolta IT Solutions GmbH

Im Zuge von Industrie 4.0 wird die Produktion immer stärker automatisiert und Teil der vernetzten IT. Die zunehmende Vernetzung bietet zwar viele Vorteile wie mehr Flexibilität, individualisierte Produkte und die Möglichkeit, neue Märkte zu erobern. Doch gleichzeitig erhöht sie für Unternehmen das Risiko, Opfer eines externen Hacker-Angriffs zu werden. Angreifer nutzen Schwachstellen, um so den Weg durch das Netzwerk bis hin zur Produktion zu finden. Unternehmen müssen daher sicherstellen, dass Ihre Fertigung vor unerwünschtem Zugriff abgesichert ist. Dabei sollten sie sich an Maßnahmen aus der IT-Security orientieren und diese an ihre Produktionsstraßen anpassen.

Viele produzierende Unternehmen in Deutschland glauben immer noch, dass sie kein potentielles Ziel von Cyberkriminellen sind und Sicherheitsmaßnahmen nur unnötig Geld kosten. Schließlich sei bislang noch nie etwas passiert, ist oft die Rechtfertigung. Doch im Zuge von Industrie 4.0 ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis auch kleine und mittelständische Unternehmen in den Fokus der Hacker rücken. Schließlich gibt es heute schon spezielle Suchprogramme, die nach angreifbaren Industrie-4.0-Geräten fahnden.

Bei einer erfolgreichen Attacke kann der Schaden sehr groß sein. So berichtet der Annual Cybersecurity Report 2017 von Cisco, dass mehr als ein Drittel der betroffenen Unternehmen dadurch einen deutlichen Umsatzverlust verzeichnet hat – teils von über 20 Prozent. Vor allem kleine Firmen wurden insolvent, weil ein Cyber-Angriff die Produktion über mehrere Tage lahmlegte. Ein weiteres Problem stellt Erpressungssoftware dar. Diese betrifft insbesondere große Unternehmen, da die Kriminellen hier höhere Lösegeldbeiträge fordern können. Aber auch der angerichtete Schaden durch die unerwünschte Verschlüsselung kann erheblich sein. So bezifferte die Container-Reederei Maersk den Verlust durch NotPetya auf 200 bis 300 Millionen US-Dollar.[1]

Doch selbst wer die Gefahren kennt, weiß häufig nicht, wo er mit der Absicherung seiner Systeme anfangen soll, da das Spezialwissen im Bereich IT-Security fehlt.

Weniger hervorstechend, aber ebenso problematisch ist Spionage-Software. Diese arbeitet im Hintergrund, um über längere Zeit hinweg persönliche Daten von Kunden oder Informationen zur Produktion für Wirtschafts-

spionage abzuziehen. Da diese Schadprogramme es darauf anlegen, möglichst lange unentdeckt zu bleiben, sind sie oft mehrere Jahre lang aktiv, bevor sie das betroffene Unternehmen bemerkt – wenn dieses überhaupt danach sucht. Laut dem aktuellen Lagebericht des BSI steigt die Zahl dieser Attacken auf deutsche Unternehmen. Bekannt wurde zuletzt vor allem der Angriff auf einen Industriekonzern mit der Schadsoftware Winnti.

In Zukunft wächst die Palette an Angriffsmethoden weiter. So hat der Cisco Midyear Cybersecurity Report (MCR) folgende neue Trends ermittelt: Destruction-of-Service-Angriffe (DeOS) zerstören Backups und Sicherheitsnetze von Unternehmen, die zur Wiederherstellung von Systemen und Daten nötig sind. Dateilose Malware lässt sich nur schwer erkennen und auch untersuchen, da sie nur im flüchtigen Speicher vorliegt. Business Email Compromise (BEC)-Angriffe verleiten Mitarbeiter dazu, über eine offiziell aussehende E-Mail Überweisungen an die Angreifer auszuführen.

Gefahr erkannt – aber nicht gebannt

Doch selbst wer die Gefahren kennt, weiß häufig nicht, wo er mit der Absicherung seiner Systeme anfangen soll, da das Spezialwissen im Bereich IT-Security fehlt. Sogar Experten tun sich teilweise schwer, da es bislang noch kein Standard-Sicherheitskonzept gibt und zum Teil die nötigen Technologien fehlen. Denn die IT-Sicherheit von Industrie-4.0-Geräten wurde auch von ihren Herstellern und Anbietern bislang stark vernachlässigt.

Die gute Nachricht lautet, dass sich die Sicherheit der Produktionsstraßen Schritt für Schritt erhöhen lässt. So können Fertiger etwa mit grundlegenden Sicherheitsschulungen für ihre Mitarbeiter beginnen, um deren Bewusstsein zu erhöhen und menschliche Fehler zu reduzieren. Als wohl wichtigster Punkt gilt hier, nicht bedenkenlos auf alle Anhänge und Links in E-Mails zu klicken.

Auch eine vernünftige Segmentierung des Netzwerks kann einen großen Effekt erzielen. Mit ihr wird eine Verbreitung von Schadsoftware über die Grenzen (Segmente) hinweg erheblich erschwert bzw. im besten Fall verhindert. Schließlich gibt es auch in der echten Fertigungshalle Sicherheits- und Brandschutztüren.

In die gleiche Richtung wirken strenge Zugangskontrollen für Industrie-4.0-Geräte. Dann kann ein infiziertes Gerät keine unerlaubten Vorgänge auf Maschinen und Servern auslösen. Umgekehrt bietet sich ein Whitelisting auf den Maschinen an. Das bedeutet, dass diese nur ganz bestimmte Abläufe durchführen können und alles andere

verboten ist. Damit lassen sich zum Beispiel auch veraltete Betriebssysteme wie Windows XP indirekt absichern. Doch mittelfristig sollten diese natürlich durch aktuelle und vom Hersteller unterstützte Versionen ausgetauscht werden.

Ergänzend ist ein Berechtigungskonzept für den Zugriff durch Mitarbeiter einzuführen, denn nicht alle Kollegen müssen alle Systeme und Funktionen nutzen können. Damit werden nicht nur die häufig unterschätzen absichtlichen Sabotage-Aktionen durch frustrierte Mitarbeiter verhindert, sondern auch unbeabsichtigte Fehlbedienung. Aber auch externe Partner sollten berücksichtigt werden. So können zum Beispiel viele Hersteller von Produktionsmaschinen für die Fernwartung direkt auf diese zugreifen. Die Anbindung erfolgt hier zum Teil direkt über das Internet, so dass die Schnittstelle auch jedem anderen zur Verfügung steht.

Von zentraler Bedeutung ist eine umfassende Überwachung der Vorgänge im Unternehmensnetz. Nur dann lassen sich verdächtige Aktivitäten oder neuartige Angriffe schnell erkennen. Für die Abwehr und Reaktion sollten dann festgelegte Prozesse existieren, um den Schaden möglichst gering zu halten.

Diese Einzelmaßnahmen können zwar die Sicherheit zum Teil deutlich erhöhen, doch optimalen Schutz bietet nur ein umfassendes Konzept, das alle Beteiligten, Systeme und Prozesse einschließt. Dazu müssen Geschäftsführung, IT-Abteilung und Produktion eng zusammenarbeiten, um sämtliche Punkte zu berücksichtigen und individuell angepasste Lösungen zu entwickeln. Hier können erfahrene Berater und Dienstleister helfen, die hochkomplexen Fragestellungen bei der Sicherheit für Industrie-4.0-Anlagen in den Griff zu bekommen.

Einzelmaßnahmen können zwar die Sicherheit zum Teil deutlich erhöhen, doch optimalen Schutz bietet nur ein umfassendes Konzept, das alle Beteiligten, Systeme und Prozesse einschließt.

[1] Heise.de (16.08.2017): https://www.heise.de/newsticker/meldung/NotPetya-Maersk-erwartet-bis-zu-300-Millionen-Dollar-Verlust-3804688.html

KONICA MINOLTA

Die über 80-jährige Erfolgsgeschichte der **Konica Minolta IT Solutions GmbH** basiert auf Professionalität, hoher Kompetenz und Leistungsfähigkeit. Fast 400 Mitarbeiter setzen sich täglich für die Belange von über 4.000 Kunden aus den Bereichen Industrie, Handel, Dienstleistungen sowie dem öffentlichen Sektor ein. Mit effektiven Infrastruktur-, IT-Sicherheits- und Softwarelösungen marktführender Partner sowie professionellen Managed Services und Consulting optimieren sie deren Geschäftsprozesse. Dabei sind sie immer bestrebt, eine einfache und kosteneffiziente Lösung für die Kunden zu suchen, um komplexe Aufgaben zu bewältigen. Seit 2013 ist das Unternehmen Tochter der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH.
www.konicaminolta.de/it

Der digitale Wandel beweist seinen Status im Umgang mit der neuen

DSGVO – Respektvoller Umgang oder Panikmache

Wie Nachhaltigkeit, Transparenz und Verbindlichkeit in der Praxis gelebt werden können

Steffen Schaar, Mitglied der Geschäftsleitung von The Quality Group GmbH

Am 25.05.2018 tritt die neue EU-Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO) in Kraft. Hunderte von Beiträgen sind darüber bereits verfasst worden. Alle reden darüber, manche haben schon gehandelt, andere lassen es auf sich zukommen. Selten ist das Druckmittel der Bußgeldandrohung so früh und klar formuliert worden und betrifft Unternehmen und Privatpersonen gleichermaßen.

Zwischen respektvollem Umgang und damit verbundenem Handeln auf der einen und gefühlter Panikmache auf der anderen Seite liegt hier nur ein schmaler Grat.

Ist es neu, dass in Zeiten von Big-Data, Schad-Software (Spam- und Ransom-Software) und digitalem Strategieanspruch verstärkter Schutz den Daten und Informationen gehören sollte? Nein, wir wissen dies schon länger. „Aber", versuchen sich viele zu beruhigen, „es hat ja bisher immer die anderen getroffen."

Es geht um Daten(eigentum), Persönlichkeitsrechte und Pflichten, es geht um GMV – gesunden Menschenverstand. Es gibt Datenschutz-(DS)-Beauftragte,

Compliance-Officer, Digital Officer, Organisations- und Informationsabteilungen, die in den Unternehmen für geregelte, rechts- und revisionskonforme, ja compliancegesicherte Prozesse sorgen sollen. Und es sind Menschen mit Engagement, Kompetenz und vor allem einer Anstands- und Wertekultur. Warum also dieser Hype, diese Flut von Berichten, Drohszenarien und Empfehlungen wie bei einer Unwetter- oder Erdbebenwarnung?
"Digitalisierung wird verschoben" – titelte eine Schlagzeile zu einer Studie im Jahr 2017, laut der über 50% der Unternehmen wegen Erfolges keine Zeit für digitale Strategien haben. Sind hier Parallelen zur DSGVO zu erwarten? Muss nicht sein, darf nicht sein, denn „Wissen sind Daten im Handlungskontext angewendet." So die Theorie. Aus meiner Erfahrung gebe ich eine persönliche Weisheit dazu: „Gestern haben wir Daten verwaltet, heute managen wir Informationen mit digitalen Methoden, morgen werden wir digitales Wissen für gute Strategien Compliance-konform & revisionssicher anwenden und DSGVO-gerecht abgelegen müssen." Das wird gelingen, wenn wir es angehen, nicht jammern oder wegdiskutieren. Und so stelle ich mich brav in die Schlange der Ratgeber und gebe meine Herangehensweise an dieses Thema als Diskussionsgrundlage zum (praktischen) Besten:

Es geht um Daten(eigentum), Persönlichkeitsrechte und Pflichten, es geht um GMV – gesunden Menschenverstand.

Die zwei wesentlichsten Säulen sind:
1. Der Datenschutzbeauftragte ist nicht mehr für die Umsetzung des Datenschutzes verantwortlich, sondern er wird deren Einhaltung kontrollieren. Er soll die Organisation, den Arbeitgeber bei der Einhaltung unterstützen, überwachen und mit Rat und Tat zur Verfügung stehen.

2. Die betrieblichen Prozesse des jetzigen (alten) Datenschutzes sind anzupassen:
a. neue Prozesse in der Kommunikation mit der Chef-Etage etablieren
b. Datenschutzhinweise, -vorlagen und -erklärungen anpassen
c. Einwilligungserklärungen überarbeiten und neu einholen
d. neue Richtlinien der Auftragsbearbeitung in Organisationsprozesse integrieren
e. in neue Pflichten (Datenschutz-Folgenabschätzung, Dokumentationspflichten, etc.) umzuwandeln.

Als Headline formuliert:
„Ein „Stiefkind“ mutiert zum vollwertigen Familien(Unternehmens)mitglied!“

Wie im normalen Leben geziemt sich auch hierbei mit dem notwendigen Respekt und einer angemessenen (individuellen) Unternehmenskultur mit dem neuen Partner „DSGVO“ umzugehen. Es ist in der Familie wie im Unternehmen. Ein neues Mitglied kostet Aufwand, braucht Wertschätzung, Achtung und Pflege. Der Mehrwert oder Nutzen (Vorteil) wird meistens erst sichtbar, wenn sich Situationen einstellen, die wir gern als Herausforderungen bezeichnen. Seien wir also positiv und gehen in die Offensive.

Die wichtigsten Themen, Anforderungen und Informationen zur DSGVO in kompakter Form:

- Stärkere Einbindung des Datenschutzbeauftragten, Verantwortlichkeiten festlegen
- Datenschutz-Folgenabschätzung/ Privacy Impact Assessment als Prozess etablieren
- Prozesse gestalten: Meldepflichten bei Datenpannen
- Weitere Prozesse gestalten: Betroffenenrechte, Informationspflichten etc.
- Alle Prozesse dokumentieren
- Auftragsdatenverarbeitungs-(ADV)-Verträge anpassen
- Verfahrensverzeichnis überprüfen
- Für Auftragsverarbeiter: Neues Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten erstellen
- Schulungsplanung aufstellen
- technische und organisatorische Maßnahmen (TOM) dokumentieren (lassen) und bewerten, Verantwortlichkeiten festlegen
- Wirksamkeit der TOM prüfen, Penetrationstests und Informationssicherheitsmanagement planen
- Ggf. technische Umsetzung der Betroffenenrechte planen - Auskunft, Datenübertragbarkeit etc.
- Formulare und Einwilligungen überprüfen
- Datenschutzerklärung anpassen, ggf. Webtracking anpassen

In Summe ergibt dies die Herausforderung, auf Daten, Informationen, Dokumente, Vereinbarungen und Verträge schnell, jederzeit und von jedem Ort aus zugreifen zu können. Dabei sind Organisationsabläufe und -prozesse so zu organisieren, dass ein effizientes Daten(schutz)-management für unternehmensweite Informationen abteilungsübergreifend erfasst und transparent gelebt werden kann.

Plakativ gesagt: „Nicht das Medium ist der Maßstab, sondern die Mitarbeiter sind es. Deren Handeln im Sinne transparenter Dokumentation, Ablage und Einhaltung von Organisationsprozessen lässt die EU-DSGVO ordnungsgemäß in den Unternehmen verankern“. Dann ist sie keine Bedrohung, sondern vielmehr Nutzen im Sinne von Daten(schutz), sorgfältigem Umgang mit sensiblen Personendaten, und auch in Bezug der Löschung von Daten.

Das Handeln im Sinne transparenter Ablage, Dokumentation und Einhaltung von Organisationsprozessen lässt die EU-DSGVO ordnungsgemäß in den Unternehmen verankern.

Wie können Sie also die EU-DSGVO praktisch und notwendigem Respekt umsetzen:

1. Interpretieren Sie für sich und ihre Organisation das Gesetz, definieren Ihre individuellen Anforderungen und erarbeiten eine kurzfristige Maßnahmenliste sowie langfristige Organisationsabläufe mit Terminen zur Kontrolle der Einhaltung und ggfs. auch einen KVP.

2. Nach den gesetzlichen Regelungen sind bestimmte personenbezogene Daten revisionssicher und mit Schutz vor Löschung und Manipulation zu verwahren. Eine wesentliche Neuerung in der EU-DSGVO ist das „Recht auf Vergessen werden". Daten müssen also gelöscht werden können, ebenso Links und Verweise. Eine unternehmensweite, abteilungsübergreifende Informations-(Daten)Management-Lösung im Sinne von EIM (Enterprise Information Management) ist eine langfristig, messbare Investition für eine zukunftsorientierte Lösung, die vor allem modular ausbaufähig auf die agilen Veränderungen Ihres Unternehmens bei der digitalen Strategie (Datenschutz ist ein wichtiger Teil davon!) ist.

3. Bei der Sicherstellung Ihrer Daten und Einhaltung ist es meistens ratsam auf bewährte Unterstützung zu bauen. Beratungsunternehmen und Lösungsanbieter haben sich auf das Thema EU-DSGVO gut vorbereitet und mit entsprechenden Checklisten und Lösungen positioniert. Eine gute Entscheidung ist es, wenn Beratung und Lösung aus einem Haus kommt, wie z. B. die TQG businessApp platform mit einer App als „Datenschutz-Dashboard". Hier haben Sie Verträge, Dokumente, Verfahrenskontrolle, Verantwortliche, Fälle und Nachweispflichten/ Reporting alles übersichtlich in einer App, konfigurier- und erweiterbar.

Die Verantwortung liegt jetzt, wie eingangs beschrieben, in der Organisation, nicht mehr nur beim DS-Beauftragten. Er überwacht und berät, die Organisation trägt die Maßnahmen des Managements in die Praxis, die Umsetzung und Einhaltung der EU-DSGVO. Mitarbeiter und Menschen mit Verantwortung stellen sich als Team den Herausforderungen! So wird es dauerhaft und ohne Panikmache gelingen die digitale Transformation so zu gestalten, dass wir eine der wertvollsten Ressourcen der Zukunft – Daten – mit höchstem Werteanspruch verbinden.

The Quality Group (TQG), erfolgreiches mittelständisches Beratungs- und Softwareunternehmen, setzt seit 30 Jahren Trends und Standards im Bereich strukturierter und übergreifender Lösungen - Enterprise Information Management (EIM) - und Legal Tech. Unsere Kernkompetenz bei der Optimierung von Prozessen im Vertragsmanagement, Aktenmanagement sowie Compliance Management und abteilungsübergreifenden strukturierten Informationsabläufen steigert messbar Ihren Erfolg! Mit unseren Produkten, wie beispielsweise der bewährten TQG businessApp platform LCM (LifeCycleManagement für EIM) helfen wir Unternehmen jeder Größenordnung und Branche, ihre Effizienz zu steigern. Darüber hinaus setzen die TQG Branchenlösungen Maßstäbe in den Branchen Telekommunikation, Automotive und Lotterie.
www.tqg.de

Blockchain – Innovationsmotor für die Zukunft

Olaf Stöwer, Softwarearchitekt bei der faizod GmbH

Die Begriffe Digitalisierung und Industrie 4.0 sind mittlerweile in der Gesellschaft angekommen. Auch eine ganz neue Technologie, die Blockchain, ist in aller Munde und im Begriff den Markt grundlegend aufzurollen. Experten sprechen gar von einer Revolution, vergleichbar mit der, die einst das Internet mit sich brachte. Speziell in der Finanzbranche wurde die Datenbanktechnologie bereits in Form des Bitcoin Netzwerks hoch gehypt, doch was steckt eigentlich dahinter?

Das Zauberwort ist Vertrauen. Vertrauen heißt, sich mit Sicherheit auf jemanden verlassen zu können. Genau diese 100%ige Verlässlichkeit ist in einer Zeit, bei der sich immer mehr Dinge im "IoT- dem Internet of Things" miteinander vernetzen, eines der wertvollsten Güter, die unsere Gesellschaft zu bieten hat. Genau hier setzt die Blockchain an: Sie ist eine neuartige Technologie zum Speichern von Daten und erlaubt das sichere Management von Informationen jeglicher Art. Ihren Ursprung hat die Blockchain nach der Finanzkrise 2008 in der Internetwährung BitCoin, bei der Geldwerte ohne eine zentrale Instanz, also eine Bank, überwiesen werden können. Nun findet sie unaufhaltsam ihren Weg auch in andere Branchen.

Der Definition nach ist die Blockchain eine unveränderbare, hochverfügbare und verteilte Datenbank, in der alle Daten, die in Sie geschrieben werden, revisionssicher sind und über eine Verschlüsselung vor fremden Zugriff abgeschirmt werden können. Elementare Grundeinheiten sind die Transaktionen, wobei zwei Parteien Informationen miteinander austauschen. Die Blockchain ist wie ein Hauptbuch, in dem alle Transaktionen eingetragen werden. Das fortlaufende Protokoll dokumentiert präzise und chronologisch jede Veränderung eines beliebigen Datenbestands und stellt sicher, dass alle Teilnehmer des Netzwerkes immer die gleiche Kopie der Blockchain besitzen. Nach einer bestimmten Zeit werden die Transaktionen zu Blöcken zusammengefasst und darüber eine Prüfsumme (digitaler Fingerabdruck) gebildet. Danach werden die Blöcke an die Kette (Blockchain=Blockkette) angehangen und über ein Peer-to-Peer Netzwerk verteilt. Manipulationen und Änderungen würden hier sofort erkannt werden und wird somit ausgeschlossen.

Experten sprechen gar von einer Revolution, vergleichbar mit der, die einst das Internet mit sich brachte.

Transparenz und Nachvollziehbarkeit sind zwei essentielle Eigenschaften der Datenbanktechnologie, jeder hat jederzeit im Netzwerk die Möglichkeit, die Daten in Echtzeit zu überprüfen und weiß so, was wann wo passiert. Alle Mitglieder des Netzwerks verifizieren sozusagen die Daten. Die dezentrale Natur der Blockchain, das heißt die Verteilung im Netzwerk, ist dahingehend auch von Vorteil, als dass bei einem Ausfall von einem oder mehreren Knoten alle anderen noch genug Kopien vorhalten, um den Verlust wieder auszugleichen. Bei einer zentralen Serverstruktur ist es meistens mit einigen Herausforderungen und Zeitverlust verbunden, die Daten wiederherzustellen.
Das Vertrauen, das durch eine Blockchain zwischen verschiedenen, sich eventuell unbekannten Parteien erzeugt wird, lässt sich auch hervorragend in digitalen Verträgen, so genannten Smart Contracts, umsetzen. Dies ist die wohl zukunftsträchtigste Blockchain Anwendung, die derzeit kontrovers diskutiert wird. Smart Contracts sind webbasierte Computerprotokolle, die Verträge abbilden und automatisiert abwickeln. Computeralgorithmen legen fest, welche Bedingungen zu welcher Entscheidung (wenn-dann) führen.

So wäre beispielsweise denkbar, dass in Zukunft autonom fahrende Elektro-Autos ihre eigenen Wallets (digitale Geldbörsen) besitzen und im Rahmen einer Leistungsverrechnung ihren Strom an dafür vorgesehenen Stellen, wie beim Warten an Ampelkreuzungen, selber aufladen und gleichzeitig bezahlen.

Ein ähnliches Prozedere wäre mit Zügen und bestimmten Streckenabschnitten oder Schiffen und Einfahrt in Häfen möglich. Hier sind zur Zeit unzählige Inter- und Transaktionen zwischen verschiedenen Logistikern notwendig. Eine prüfende und verwaltende Zwischeninstanz wird mit Einsatz einer Blockchain überflüssig, Medienbrüche werden durch die Verwendung einer gemeinsamen Datenbasis gemindert und zeitaufwendige Prozesse, wie die Verwaltung von Dokumenten beschleunigt und somit kosteneffektiver abgewickelt.

Des Weiteren kann im Bereich Asset-Management, das heißt beim Überwachen und Erhalten von materiellen oder immateriellen Vermögenswerten, die Einsparung von Kosten durch eine vollständige, durchgängige Dokumentation, z.B. über den Einsatz von verschiedenen Sensoren auf einfache Weise durch die Blockchain in der Industrie umgesetzt werden. Plagiate von Bauteilen können nicht mehr auf den Markt gelangen und sich verbreiten, kostenintensive Rückrufaktionen durch defekte Bauteile können vermieden werden. Vertrauen zieht sich nun von Anfang bis Ende durch die Lieferkette, weil beispielsweise alle im Rahmen der Fristwahrung gleichberechtigt auf demselben Stand sind und eine durchgängige Nachvollziehbarkeit - beispielsweise zum Standort - zu jedem Zeitpunkt möglich ist.

Auch im Bereich Verwaltung bei der Organisation von Dokumenten ist es möglich, eine Blockchain einzusetzen. Hierbei unterstützt die Technologie bei der für jeden transparenten und manipulationssicheren Ablage von unternehmensübergreifenden Dokumenten. Dies funktioniert beispielsweise in Verbindung mit Sharepoint, wobei nur berechtigte Teilnehmer des Netzwerkes Zugriff haben.

Die Blockchain Technologie steckt noch in den Kinderschuhen, birgt aber dennoch enormes Potenzial für alle wirtschaftlichen aber auch gesellschaftlichen Bereiche, angefangen von der Digitalisierung von Supply-Chain Prozessen bis hin zur digitalen Identität im Gesundheitswesen. Unternehmen sollten sich deshalb schon heute mit dem Thema Blockchain auseinandersetzen und abwägen, ob ein Einsatz in ihrem Unternehmen sinnvoll und zweckmäßig ist.

faizod.

Die **faizod GmbH & Co. KG** aus Dresden ist ein Lösungs- und Serviceanbieter rund um die Blockchain-Technologie und moderne Enterprise-Softwarelösungen. Professionalität, Effektivität und Innovation zählen seit jeher zu den Kernkompetenzen der faizod bei Softwareprojekten jeder Größe und Branche.
Als Lösungsanbieter übernehmen unsere Experten die Konzeption und Entwicklung der an Ihr Unternehmen angepassten Software.
Wir kümmern uns als Serviceanbieter ganzheitlich und kontinuierlich um die Beratung Ihrer Softwareprojekte.
Mit unseren Produkten schaffen wir Ihnen ein nachhaltiges Wachstum und bedeutenden Mehrwert.
Unsere Vision:
Softwareentwicklung auf einem Top-Level zu halten! Die faizod ist einer der Innovationsführer für die Blockchain-Technologie. Unsere Anwendungen und Services unterstützen Kunden weltweit und helfen, ihr Geschäft profitabel zu betreiben, sich kontinuierlich anzupassen und nachhaltig zu wachsen.
www. faizod.com

Im Dienst der Menschen

Ulrich Schmidt, Senior Business Consultant bei der id-netsolutions GmbH

Tradition und Innovation
Das Hospital zum Heiligen Geist ist die älteste Stiftung Hamburgs. Ihr voller Name lautet: Hospital zum Heiligen Geist mit Oberalten-Stift, Marien-Magdalenen-Kloster und Altendank. Am heutigen Standort in Poppenbüttel sind die ehemals vier Stiftungen vereint, die seit fast 800 Jahren im Dienste älterer, hilfebedürftiger und kranker Menschen stehen und ein Teil der Hamburgischen Geschichte sind. Als Mitglied des Diakonischen Werks Hamburg verbindet die Stiftung Tradition und christliche Werte mit der Zukunftsorientierung einer modern geführten Senioreneinrichtung.
Dies schätzen die etwa 1.200 Mieter und Bewohner ebenso wie die über 800 Mitarbeiter, die jeden Tag in der „Kleinen Stadt für Senioren“ arbeiten. Effiziente Strukturen, zeitgemäße Prinzipien der Fürsorge und Pflege und eine managementorientierte Führung kennzeichnen die von einem hauptamtlichen Vorstand geführte Stiftung. Das Hospital betreibt eine eigene, staatlich anerkannte Pflegeschule.

Als einer der größten Anbieter Hamburgs bietet das Hospital älteren Menschen im Hamburger Nordosten ein breites Angebot für alle Lebensphasen im Alter: von der ambulanten Versorgung zu Hause bis zu einem festen Wohnsitz in der „Kleinen Stadt für Senioren“ in Poppenbüttel, sei es in der eigenen Mietwohnung oder in der stationären Rundum-Pflege.

Den in der Stiftung lebenden Senioren steht eine vielfältige Infrastruktur mit Parkrestaurant, Physiotherapie mit Schwimmbad, Bibliothek, kulturellen Angeboten u.v.m. zur Verfügung.

Das umfassende Leistungsangebot der Einrichtung:
- Ambulante Pflege mit zwei Standorten
- Tages- und Kurzzeitpflege
- Hausnotruf und Menüservice
- Wohnen mit Service
- Rundum-Pflege (stationäre Langzeitpflege)

> "Die durch die Effizienz im Prozess gewonnene Zeit können wir für andere Aufgaben im Unternehmen bereitstellen."
>
> Michael Kröger, Projektverantwortlicher und Kaufmännischer Leiter

Von der Archivierung zum Dokumentenmanagement
Eigentlich selbstverständlich, dass sich ein solches innovatives Unternehmen bereits sehr früh um das Thema Dokumentenmanagement und Archivierung gekümmert hat. So wurde bereits 2007 ein entsprechendes System des Herstellers ELO Digital Office GmbH implementiert und später eine Microsoft SharePoint-Installation beigestellt. Sowohl im Bereich Vertragsmanagement, wie auch im Bereich Eingangsrechnungsmanagement war der erreichte Stand aus verschiedenen Gründen unbefriedigend. Auch der Aufwand bei Updateinstallationen erschien besonders hoch. Im November 2015 wurde daher ein neuer Anlauf geplant. Ziel war der Echtbetrieb eines "runderneuerten Systems" ab Februar 2016 – die Grundinstallation wurde dabei komplett neu aufgebaut und fristgerecht vom Kunden abgenommen.

Geschäftsprozess-Optimierung
Die vorhandene individuell für den Kunden erstellte Lösung eines anderen ELO-Partners wurde durch eine bewährte Standard-Softwarelösung für Eingangsrechnungsmanagement, docufied smartINVOICE, der id netsolutions GmbH abgelöst. Der gesamte Prozess wurde dabei neu definiert und optimiert.

Die Belegarchivierung erfolgt durch die ELO ECM Suite nach der Digitalisierung an mit Kodak Capture Pro Software ausgestatteten Scan-Arbeitsplätzen. Das "belegersetzende Scannen" wird hier realisiert.
Eine anschließende Belegerkennung

erfolgt mittels ELO DocXtractor INVOICE. Die notwendigen Stammdaten aus dem Rechnungswesen werden automatisiert von docufied smartINVOICE via Webservices importiert.

Quasi nebenbei entsteht bereits an dieser Stelle im Prozess ein Belegeingangsbuch, das einen ersten Überblick über die im Haus befindlichen Rechnungssummen bietet.

Die Belegprüfung erfolgt im Workflow (nutzt die Workflow-Engine der ELO ECM Suite) mit docufied smartINVOICE. Eine automatische Verteilung zur Prüfung erfolgt in der Mehrzahl der Fälle anhand der in der docufied Stammdatenbank hinterlegten Konfiguration. Dabei wird eine ELO Gruppe mit Hilfe der in der Verschlagwortung hinterlegten Indexinformationen ermittelt (z.B. Zuordnung von Lieferant zu Prüfer).

Ein Workflow-Cockpit bietet jederzeit die völlige Transparenz über den Prozess:

- Wo liegt der Beleg zur Prüfung?
- Welchen Stand hat die Bearbeitung?

Aber auch für die Prozess-Optimierung werden Kennzahlen bereitgestellt:

- Wie lange dauert der Prüfprozess?
- Wie viele Belege werden durchschnittlich bearbeitet?

Im Prüf- und Freigabeworkflow entstehen Buchungsdatensätze, die von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Buchhaltung via Datenbank an das System WILKEN ENTIRE übergeben werden. Durch die Verwendung von Pflichtfeldern und intern konfigurierten Regeln wird die Vollständigkeit der Daten sichergestellt.

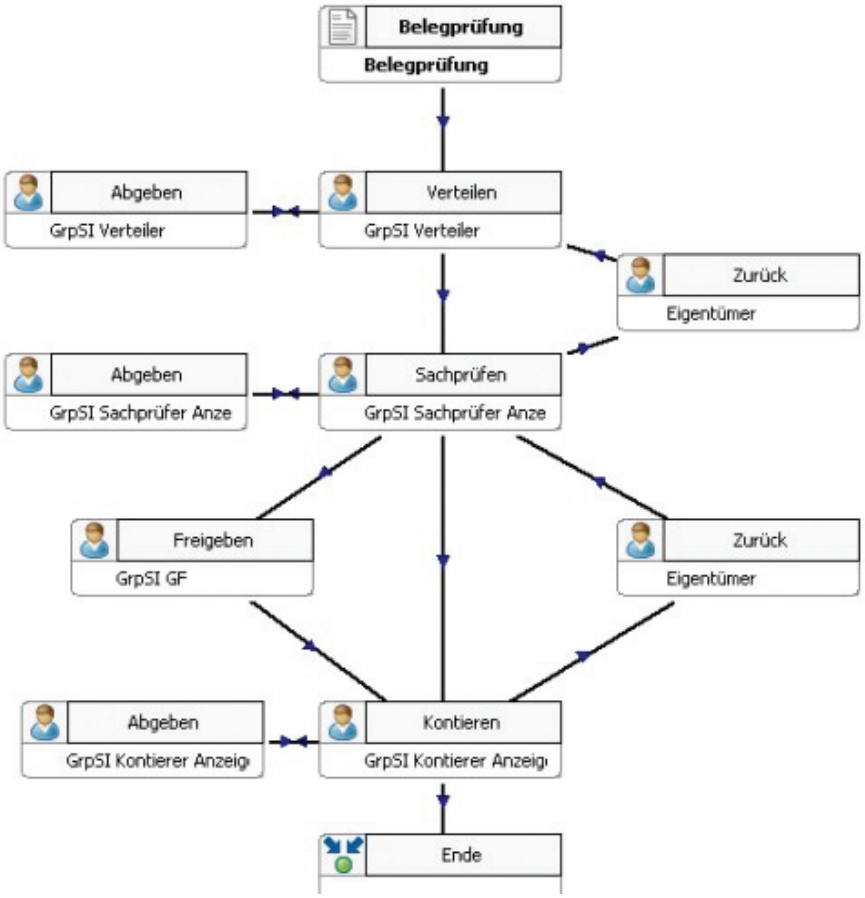


Abb. Vereinfachte Workflow-Darstellung

Nutzenbetrachtung
Monatlich werden ca. 1.000 Rechnungen und Gutschriften im elektronischen Workflow geprüft. Dabei sind 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingebunden. Wurden früher elektronische Eingangsrechnungen "abgeblockt", sind diese heute fester Bestandteil des Prozesses.
Digitale Belege ("Mitgeltende Dokumente") können per Drag & Drop in den docufied smartINVOICE Client gezogen mit Belegen verknüpft werden. Lieferscheine werden Rechnungen zu sortiert. Auch E-Mail-Korrespondenz zu einem Beleg wird so automatisch vorgangsorientiert abgelegt.

Die Anforderungen der GoBD werden durch das gesamte Verfahren nicht nur hinsichtlich der Belegsicherung und –aufbewahrung vollständig erfüllt.

"Die durch die Effizienz im Prozess gewonnene Zeit können wir für andere Aufgaben im Unternehmen bereitstellen", so der Projektverantwortliche und Kaufmännischer Leiter, Herr Michael Kröger.

Ausblick
Nachdem inzwischen als erfolgreich abgeschlossen geltenden Projekt "Eingangsrechnungsmanagement", das in die Tagesroutine völlig integriert ist, strebt das Unternehmen nun den weiteren Ausbau der ECM Suite in anderen Handlungsfeldern an. Neben dem "Vertragsmanagement" stehen hier insbesondere die "Digitale Personalakte", und das "Bewerbermanagement" im Blickpunkt. Projektpartner ist die id-netsolutions GmbH (id-netsolutions) mit Sitz in Kayhude bei Hamburg.

id-NET SOLUTIONS
Partner für digitale Geschäftsprozesse

Das Beratungs- und Softwareunternehmen **id-netsolutions GmbH** ist spezialisiert auf dokumentenbasierte Geschäftsprozesse in Unternehmen aller Branchen. Die Kernkompetenzen liegen in der Beratung und erfolgreichen Umsetzung von Lösungen zu den Themen Invoice-, Dokumenten- und Workflow-Management. Seit 2001 ist id-netsolutions ELO Business-Partner, seit 2005 zertifiziertes Trainingscenter der ELO Digital Office GmbH und seit 2009 der KODAK Alaris Deutschland GmbH. Die Eigenentwicklung docufied smartINVOICE trägt seit 2013 das Gütesiegel „Software Made in Germany" des BITMi e.V. und ist ausgezeichnet mit BEST OF Innovationspreis IT bzw. BEST OF Industriepreis. Der Unternehmenssitz ist in Kayhude bei Hamburg, ein weiterer Standort ist Hagen.
www.id-netsolutions.de

«VOI» voice of information

Begleiter Ihres digitalen Wandels

- Größte fachliche Community im Umfeld von Enterprise Information Management (EIM)
- Interessenvertretung der Mitglieder gegenüber Behörden, Wirtschaftsorganisationen und den gesetzlichen Gremien
- Herausgeber vieler Publikationen zu Themen rund um die digitale Transformation mit EIM
- Veranstalter zahlreicher Webinare, Workshops, Fachtagungen, Kongresse und Foren
- Betreiber der eigenen Zertifizierungsstelle VOI-CERT
- Basis für wegweisende Facharbeit in zahlreichen eigenen Gremien und Gruppen

VOI - Verband Organisations- und Informationssysteme e.V.
Postfach 140 231, 53057 Bonn

www.voi.de

Die digitalen Marktplätze von heute

Im B2C-Bereich mit ebay, Uber und Co. bereits fest etabliert, werden plattformbasierte Geschäftsmodelle auch für B2B-Unternehmen zunehmend interessanter. Sie ermöglichen es, ihr Produkt- und Dienstleistungsspektrum auf digitaler Ebene zu erweitern sowie eine starke Vernetzung innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette. Die technologische Basis bildet dabei ein ganzheitliches Enterprise Information Management (EIM).

Jos Bischoff, Geschäftsführer der BCT Deutschland GmbH

Mit ihrem Jahresbericht „Best Global Brands 2016“ veröffentlichte die Markenberatung Interbrand eine Übersicht der weltweit wichtigsten Marken des Jahres 2016. Allein in der Top 10 werden sechs Unternehmen gelistet, die mit einem Plattformmodell arbeiten – darunter Apple, Google, IBM und amazon. Gerade im B2C-Bereich werden digitale Plattformen als disruptive Geschäftsmodelle entwickelt. Diese basieren teils auf bereits etablierten Produkten oder Dienstleistungen oder orientieren sich an smarten Trends der Digitalisierung. Sie bieten ein Forum, das den Austausch, die Interaktion und die Kommunikation zwischen zwei und mehr Beteiligten vereinfacht und fördert, in gewisser Weise sogar steuert. Ein System, das es bereits seit Jahrtausenden in Form von Basaren oder Wochenmärkten gibt. Doch heute ist das Internet der Standort des Marktplatzes, der jederzeit geöffnet hat. Hier treten auf digitaler Ebene Plattform-Anbieter und -Nutzer in Kontakt oder konkreter: Unternehmen mit (potenziellen) Kunden.

Grundsätzlich gilt es, zwei Plattformtypen zu unterscheiden: Auf der einen Seite gibt es die, die den gezielten produkt- und dienstleistungsbezogenen Austausch ermöglichen. Hierzu zählen Uber mit seinem online vermittelten Fahrdienst sowie amazon als größter Versandhändler für Bücher, Elektronikartikel und vielem mehr. Auf der anderen Seite sind Betriebssysteme wie Linux, Windows und Android softwarebezogene Entwicklungsplattformen; sie dienen der Erstellung und dem Austausch von Daten.

Beide Plattformtypen gewährleisten, dass eine bestimmte Zielgruppe zwischen unterschiedlichen Anbietern das für sich optimale Angebot wählen kann. Gleichzeitig können Anbieter – gerade im B2C-Bereich – nahezu jeden Internetnutzer

erreichen – und das weltweit. Die Plattform-Technologie ermöglicht es also Verkäufern wie Käufern, ein enormes Netzwerk zu nutzen. Daraus ergibt sich ein noch nie da gewesenes Austauschpotenzial.

EIM-basierte Plattformen im B2B-Bereich

Auch für den B2B-Sektor wird die Plattformisierung zunehmend relevanter, um Prozesse gezielt zu digitalisieren und miteinander zu verknüpfen. Viele Mitarbeiter profitieren bereits von Smart Devices und dem damit verbundenen gesteigerten Komfort durch Schnelligkeit, Transparenz und Vernetzung; Aspekte, die auch dem externen Service – also in Richtung Kunden, Lieferanten oder anderer Partner – zugutekommen. Beispielsweise kann ein Zulieferer im industriellen Bereich die Posten Auftragsbestätigung, Produktion und Versand automatisch miteinander verknüpfen. Als Geschäftsmodell gewährleisten digitale Plattformen darüber hinaus die Reduzierung von Transaktionskosten; gleichzeitig regen sie die Akteure der gesamten Wertschöpfungskette dazu an, gemeinsam neue Innovationen zu entwickeln.

Um als B2B-Unternehmen von den neuen Netzwerkeffekten der digitalisierten Märkte zu profitieren, bedarf es einer konkreten Plattform-Strategie. Dazu zählt vor allem eine ganzheitliche Technologie. Ein Enterprise Information Management (EIM) bildet hier den infrastrukturellen Ausgangspunkt für digitale Geschäftsmodelle, indem es verschiedenste Plattformtypen ermöglicht und unterstützt. Übersichtliche Funktionen erleichtern es dem User, sein Ziel schnell und problemlos zu erreichen. Gleichzeitig kann ein EIM an den jeweiligen Bedarf der Zielgruppe variabel angepasst werden. Als Webportal ist es der zentrale, über Login-Daten zu erreichende Marktplatz für alle Beteiligten der gesamten Wertschöpfungskette. Hier werden Dokumente und Informationen strukturiert, schnell und sicher ausgetauscht. Auf spezifische Dienstleistungen des Unternehmens ausgerichtet, bieten auch Apps einen individuellen Zugang zur Plattform. Dieses Service-Tool kann über mobile Endgeräte zeit- und ortsunabhängig genutzt werden.

Um als B2B-Unternehmen von den neuen Netzwerkeffekten zu profitieren, bedarf es einer konkreten Plattform-Strategie. Ein EIM bildet hier den infrastrukturellen Ausgangspunkt für digitale Geschäftsmodelle, indem es verschiedenste Plattformtypen ermölicht und unterstützt.

Anbieter und Nutzer verändern den Markt

Auch als B2B-Unternehmen ist es wichtig, eine digitale Plattform an die Bedürfnisse der eigenen Zielgruppe anzupassen. Es sollte eine Wechselbeziehung zwischen Plattform-Anbieter und -Nutzer gewährleistet sein, um eine stetige Optimierung der bestehenden Technologie zu ermöglichen. Wenn Nutzer die Möglichkeit erhalten, die Anwendungen und Benutzerfreundlichkeit einer Plattform zu beeinflussen, sorgen sie dafür, dass sie auch für weitere Nutzer interessant wird.

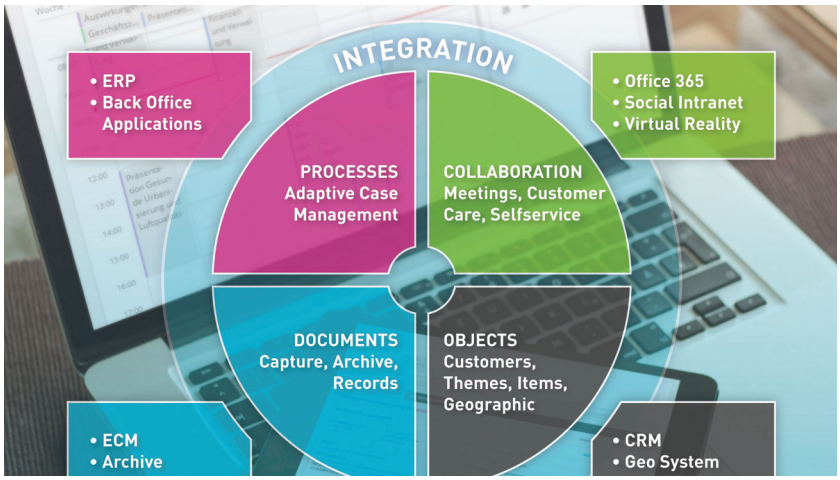


Abb.: Die Softwarekomponenten hinter der Plattform-Technologie

Auf diese Weise verändern plattformbasierte Geschäftsmodelle bestehende Marktstrukturen. Die sich entwickelnde Plattform-Ökonomie bietet Unternehmen die Chance, schneller auf den Wettbewerb am Markt zu reagieren sowie Lücken gewinnbringend zu besetzen. Speziell in Deutschland liegt laut Digitalverband Bitkom die Herausforderung allerdings darin, dass noch einem großen Teil der Unternehmen gar nicht bekannt ist, dass eine Entwicklung hin zur Plattform-Ökonomie stattfindet oder was sich hinter diesem Begriff verbirgt. Damit auch hierzulande digitale Plattformen als ganzheitliches Geschäftsmodell genutzt werden, bedarf es also noch einer gezielten Aufklärung.

BCT Enterprise Information Management

Wissen und Informationen im Unternehmen jederzeit verfügbar haben und optimal nutzen – dafür stehen die innovativen, branchenübergreifenden Softwarelösungen von BCT Deutschland. Mit seinen komponentenbasierten und modularen Produkten im Bereich Enterprise Information Management unterstützt BCT Softwareanbieter, IT-Dienstleister, Cloud-Service-Provider und andere Unternehmen dabei, ihr vorhandenes Produkt- und Dienstleistungsportfolio zu erweitern. Auf diese Weise können diese bestehende Geschäftsmodelle an den digitalen Wandel anpassen oder gänzlich neue entwickeln sowie Mehrwerte für ihre jeweiligen Kunden generieren.

BCT wurde 1985 in den Niederlanden gegründet; unter der Leitung von Geschäftsführer Jos Bischoff ist das Unternehmen als BCT Deutschland hierzulande seit 2010 in Aachen vertreten. Inklusive der weiteren Niederlassung in Belgien sind insgesamt rund 170 Mitarbeiter für BCT tätig. Derzeit arbeiten über 150.000 Anwender in einer Vielzahl internationaler Unternehmen und Organisationen aus Industrie und Handel, dem Gesundheitswesen sowie dem Dienstleistungs- und öffentlichen Sektor mit der EIM-Technologie des Softwareentwicklers.

Das Informationssicherheitsmanagementsystem von BCT ist ISO 27001:2013 zertifiziert. Seit 2014 ist BCT Deutschland am Campus Cluster Smart Logistik der RWTH Aachen immatrikuliert und engagiert sich in deutschlandweiten Fachverbänden wie Bitkom e.V. und eco – Verband der Internetwirtschaft e.V.

www.bctsoftware.com

LEGAL® EVOLUTION

EXPO & CONGRESS 2018

4 - 5 Dezember, 2018
Darmstadtium, Darmstadt

JURISTISCHES ARBEITEN OPTIMIEREN. LEGAL INNOVATION LIVE !

LEGAL® EVOLUTION ist die größte Kongressmesse für Legal Innovation in Kontinentaleuropa. **Rechtsanwälte** aus **Kanzleien** und **Unternehmen** kommen auf der Messe mit führenden IT-Ausstellern zusammen, um Lösungen zu **Dokumentautomatisierung**, **Vertragsmanagement** und **Prozessoptimierung** live kennenzulernen. **GEMEINSAM** wird der Fokus beim begleitenden **Kongress** auf praxisnahe Vorträge gerichtet, die zeigen, wie Anwälte von der **Digitalisierung des Rechts** profitieren und ihre **Wettbewerbsfähigkeit** erhalten.

JETZT TICKET SICHERN!
WWW.LEGAL-REVOLUTION.COM

Copyright: Lothar Keuch

The Quality Group - Lottery Solutions GmbH (TQG-LS)

Glück gehabt

TQG -LottterySuite - Standardsoftware: Finanzielle Sicherheit für die Lotterie Branche! Wie ein 6er im LOTTO!

Karsten Hagemeister, COO & Business Development bei der TQG-Lottery Solutions GmbH (TQG-LS)

In Bezug auf Lotto Spielen wird häufig von „Glück gehabt“ gesprochen. Der Erfolg der TQG im Bereich Lotterie Software begründet sich vor allem auf einer klaren Vision, dem festen Willen etwas zu verändern und dem unternehmerischen Geist etwas besser zu machen, als es üblicherweise geschieht.

Die TQG hat sich mit seinem Team erfahrener Lotterieexperten von einem reinen Technologieanbieter zu einem Beratungshaus und Lösungsanbieter entwickelt. Um diesem erweiterten Geschäftsansatz nach außen zu dokumentieren, werden die Geschäftsaktivitäten der TQG im Lotteriebereich in The Quality Group Lottery Solutions GmbH (TQG-LS) gebündelt.

Seit 2001 ist die TQG im Bereich der Lotterieanbieter vor allem durch Softwareentwicklung erfolgreich tätig. 2012 stellt die TQG die erste Standardsoftware für die Vermarktung von Lotterieprodukten im Internet zur Verfügung. 2014 wird dann richtig Gas gegeben. In Hamburg fokussiert sich die TQG auf den internationalen staatlich konzessionierten Lotteriemarkt.

Die TQG-LS bietet einen Full-Service für staatliche Lotterien. Die TQG-LS versteht sich als Lösungspartner für die konzessionierten Lotterien und unterstützt die Lotterien bereits

Das Besondere: Die Standardsoftware lässt sich vollständig auf die Kundenbedürfnisse konfigurieren.

mit dem Design neuer Spiele, der Marktanalyse, der Gestaltung des Frontends bis hin zur technischen Realisierung, dem Betrieb und dem Service. Hierbei bestimmen die Themen Systemverfügbarkeit, Datenschutz und Performanz gekoppelt mit Innovationsgeist das Handeln der TQG-LS.

Mit dem Vertriebskonzept IPQ (Innovation · Performance · Quality) wird ein konsequentes Wachstum erzielt. Die Strategie, statt einer Individualsoftware eine Standardsoftware für den internationalen Lotteriemarkt zu liefern, ist neu und wird von den Lotterien sehr gut angenommen.

Die Idee und Entwicklung der TQG-LS Mitarbeiter war so logisch und genial zugleich und für die TQG-LS und deren Kunden ist die Software-Lösung vergleichbar mit „6 Richtigen".

Das Besondere: Die Standardsoftware, lässt sie sich vollständig auf die Kundenbedürfnisse konfigurieren.

Andere Anbieter von Lotteriesoftware benötigen lange Projektlaufzeiten und ein hohes Maß an Support. Die Projekte auf Basis der TQG-LotterySuite können innerhalb kurzer Zeit und trotzdem mit voller Kunden-Individualisierung unter höchsten Qualitätsansprüchen realisiert werden. So erhalten heute alle Lotterieunternehmen international die gleiche Software der TQG-LS und sind JEDEZEIT updatefähig. Kundenspezifische Anpassungen werden dabei flexibel berücksichtigt. Es werden laufend neue gewünschte Spiele implementiert sowie offene Schnittstellen zu lokalen Fremdsystemen geschaffen. Die gesetzlichen und landesspezifischen Anforderungen eines Kunden werden von der TQG-LS bei Auslieferung der LotterySuite mitgeliefert. Alle Erweiterungen und Änderungen der Software werden kundenspezifisch implementiert.

Die TQG-LS gewann mit dieser genialen und international einsetzbaren Software bisher Kunden in Deutschland, Europa und Latein Amerika.

Die TQG-LS ermöglicht den Lotterieunternehmen alle Vorteile einer Standardsoftware wie z.B. Wirtschaftlichkeit in Bezug auf Softwareservice und Folgekosten, hohe Qualität und „Reife" der Software bis hin zur ausführlichen technischen und fachlichen Dokumentation voll zu nutzen. Eine Lotterie kann mit Unterstützung der TQG-LS, bereits von wenigen Personen erfolgreich betrieben werden.

Der Kunde profitiert zudem von geringen Investitionen und schnelleren Einführungszeiten für seine neuen Produkte, die zum Großteil über den Produkt-Konfigurator erstellt werden können.

n - Länder ... n - Sprachen ... n - Schnittstellen ... n - Währungen mit einer konfigurierbaren Lotterie Software.

„6 Richtige" - Der Standard macht den Unterschied!

The Quality Group – Lottery Solutions GmbH (TQG-LS) ist Anbieter von innovativen und sehr effizienten IT-Lösungen für den weltweiten staatlich lizensierten Lotterie Markt.
TQG-LS ist gewachsen mit klassischen Internet Lösungen für Lotterien und autorisierten Lotterievermittlern. Mit der TQG-LotterySuite positioniert sich TQG-LS als Technologieanbieter von gesamtheitlichen End-to-End Lotterie-Spielesystemen. TQG-LS versteht sich als strategischer Partner der Lotterien, der die Geschäftsziele jedes einzelnen Kunden fördert.
www.tqg-lotterysolutions.com

Führen im digitalen

Digitalisierung hin oder her: Auch künftig werden Führungsk
Das sollten sich Führungskräfte immer wieder ins Bewusstse

Barbara Liebermeister, Leiterin des Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter

These 1: Persönlichkeit lässt sich nicht digitalisieren!

Menschen bleiben Menschen – daran ändern die innovativsten Informations- und Kommunikationstechnologien nichts. Deshalb erfordert die zunehmende Digitalisierung sogar mehr Sozialkompetenz und Empathie seitens der Führungskräfte in den Unternehmen – denn den Mitarbeitern fehlen in der von permanenter Veränderung und geringer Planbarkeit geprägten VUCA-Welt zunehmend der gewünschte Halt und die benötigte Orientierung.

These 2: Menschen könne Menschen geführt werde

Skype, iPhone und Co vereinfache Leben – kein Computerprogramm jedoch agile Führungspersönlichk schen in ihrem Umfeld Impuls- u Motivatoren sind.

These 5: Das Prinzip von Befehl und Gehorsam hat ausgedient!

Moderne Führungskräfte sind keine Alles-besser-Wisser – und Anweisungen wie „Tue dies, dann haben wir Erfolg" sind heutzutage nicht mehr zielführend. Führungskräfte und ihre Mitarbeiter müssen sich vielmehr auf Augenhöhe begegnen und gemeinsam im Prozess ermitteln, welche Lösungen zielführend sind.

These 6: Die Antwort auf rung lautet mehr emotion

Je mehr emotions- und seelenlose Unternehmen zum Einsatz komm müssen wir den persönlichen, em miteinander suchen und gestalten Bedeutung von emotionaler Intelli rungserfolg.

These 9: Führung heißt, Menschen erreichen und Sinn stiften!

Die „digital natives" der Generation Y lassen sich durch die Aussicht auf Prestige und Status im Job kaum beeindrucken und emotional binden. Vielmehr stehen für die Leistungsträger von morgen Sinnsuche und Selbstverwirklichung im Vordergrund. Ähnlich ist dies bei den Leistungsträger von heute, die oft „digital immigrants" sind. Auch sie wollen bei Vorhaben wissen „Warum?" und fragen sich „Was bedeutet das für mich?". Gefragt sind deshalb kreative Führungsmethoden, die die individuellen, persönlichen Bedürfnisse berücksichtigen.

These 10: Empathie schafft di zungen!

Sich in die Gefühlswelt des Gegen setzen, ist ein enorm wichtiges Fü Denn wenn die Mitarbeiter positiv sie sich wohl und gewertschätzt f bereit, sich zu engagieren – und s Voraussetzung auch für Innovatio

Zeitalter – 12 Thesen

räfte Menschen – und keine Maschinen und Algorithmen – führen.
ein rufen. Dann gelingt ihnen auch das Führen im digitalen Zeitalter.

n nur durch n!

n zwar häufig unser der Welt ersetzt eiten, die für die Men- nd Ideengeber sowie

These 3: Führungskraft – lieber Menschenkenner als Fachexperte!

Führungskräfte haben immer häufiger keinen Wissensvorsprung vor ihren Mitarbeitern. Also müssen sie sie deren Expertie (und Loyalität) vertrauen. Es wird zunehmend zu einer Kernaufgabe von Führung, Spezialisten beziehungsweise Mitarbeiter mit Spezialwissen in Teams einzubinden und deren individuelle Stärken zu fördern.

These 4: Kreativität ist nicht programmierbar!

Kreativität ist eine Voraussetzung für Innovation und eine der zentralen Fähigkeiten, die uns Menschen von Maschinen unterscheidet. „Teamspirit entwickeln", „Konflikte lösen" und „Identifikation mit dem Job schaffen" – bei diesen Aufgaben helfen nur agile Führungspersönlichkeiten und keine Nullen und Einsen.

die Technisie- ale Intelligenz!

Technik in den t, umso bewusster otionalen Umgang . Deshalb steigt die genz für den Füh-

These 7: Führung muss Orientierung, Halt und Sicherheit geben!

Je diffuser, instabiler und von Veränderung geprägter das Unternehmensumfeld ist, desto stärker sehnen sich die Mitarbeiter nach Orientierung, Halt und Sicherheit. Dieses Bedürfnis können letztlich nur ihre Führungskräfte befriedigen, wenn sonst alles im Umfeld „schwankt". Das setzt einen vertrauensvollen und wertschätzenden Umgang miteinander voraus.

These 8: Führung ist Beziehung – Leader aus Fleisch und Blut sind gefordert!

Sich als Chef Zeit nehmen, sich zusammensetzen und Probleme und Verbesserungsvorschläge gemeinsam erörtern, ist allemal besser als eine emotionslose E-Mail zu senden – denn hierbei ist die Führungskraft (und der Mitarbeiter) nicht als Mensch erfahrbar. Körpersprache und Tonalität, Mimik und Gestik gehen verloren. Missverstände sind somit vorprogrammiert, die sich negativ auf die Beziehung auswirken.

e Erfolgsvorausset-

übers hineinzuver- hrungsinstrument. gestimmt sind, weil ühlen, sind sie auch mit ist die wichtigste n erfüllt.

These 11: Führungskräfte müssen zu einer „Marke" werden!

Führungskräfte sollten sich ihrer Werte, Überzeugungen und Stärken bewusst sein und diese kommunizieren, damit sie für ihre Mitarbeiter zu einer unverwechselbaren „Marke" werden. Denn nur wer authentisch ist und erkennbar zu seinen Werten und Überzeugungen steht, gewinnt das Vertrauen von Menschen – also auch das der Mitarbeiter.

These 12: Ohne Vernetzung läuft nichts!

1000 Facebook-Freunde kann jeder haben (... und notfalls kaufen). Sich offline zu vernetzen, ist aufwendiger, jedoch erfolgsentscheidend. Kontakte und Beziehungen können zwar online angebahnt werden, doch Vertrauen setzt persönliche Begegnung voraus. Professionelles Netzwerken erfordert das Beste aus beiden Welten.

#betheChange

Digitale Transformation ist für mich die Operationalisierung einer Vision

Lieber Herr Schaar,

zunächst...
vielen Dank für Ihre Anfrage und Ihr Interesse. Gemeinschaftlich verbindet uns die Vision, Informationen eines Unternehmens in Prozessen zugänglich zu machen und transparent bereitzustellen. EIM als Thema, Akronym, Leitmotiv und Vision treibt uns seit Jahren. Influencer und Experten kommentieren täglich und kreieren Trends und News. Uns (Sie und mich) verbindet die substanzielle Bewertung von Informationen und das Streben nach Nutzen.

Das von Ihnen angesprochene Interview mit Dr. Ulrich Kamppfmeyer trägt ebenfalls diese Idee. Und ich verleugne nicht, dass Uli mich sehr früh geprägt hat – in dem er am klarsten das E(nterprise) bei EIM herausgestellt hat. Weg von Silos, Abteilungsdenke hin zu echten fachlichen Fragen und Prozessen und Lösungen. Organisationsweit. Somit ist die Vision immer noch die gleiche wie vor vielen Jahren. Anders geworden ist lediglich die technische Machbarkeit durch den Einfluss von Cloud und Mobile als Sub-Trend der Digitalisierung. Beides sorgt für eine „zentralisierte“ Bereitstellung von Daten und Informationen und verstärkt die von den Anwendern gewünschte Anforderung an die Verfügbarkeit unter dem Aspekt Ort und Zeit. Künstliche Intelligenz als Unterstützer oder Filter für die Big Data Mengen zieht in den Arbeitsalltag ein und besetzt ebenso unsere Wohnzimmer. Spielerisch werden Hemmschwellen durch „Sirilexa und Cortana“ abgebaut – und damit entstehen neue Ideen und Wünsche bzgl. des Arbeitsalltags jedes einzelnen. Clever – aber auch bedrohlich!?

Ich glaube, dass alles was automatisiert werden kann, auch automatisiert werden wird. Und aus dieser Überzeugung heraus spare ich mir das Be- und Verhindern von Innovationen. Wichtiger ist aus der menschlichen Perspektive, den verantwortungsvollen Umgang mit Technologie und den angemessenen Einsatz in relevanten Lebensbereichen zu unterstützen. Wir befinden uns somit mitten in einer digitalen Evolution, die uns aus Trendsicht als disruptive Revolution/Innovation verkauft wird.

Mittelfristig wird die Informationskomplexität und die -menge dafür sorgen, dass wir Menschen in Kombination mit IT ohne DeepLearning Ansätze nichts mehr beherrschen werden können. Die zukünftige Vision ist sehr klar und mir fallen besonders im medizinischen Umfeld zahlreiche tolle Anwendungsfälle ein. Vorher werden wir aber im Umfeld der Kundenkommunikation mit neuen Kanälen wie ChatBots, Video-Technologie und natürlicher Sprache unsere Erfahrungen machen und damit den ersten Schritt des KI-Reifegrad-Modells hinter uns bringen.

Mehr denn je sind die Erfolge dieser Initiativen und Projekte abhängig von uns Menschen. Der Art, wie wir diese begleiten. Der Art, wie wir die Digitale Transformation an weitere Menschen heranführen. Es geht nicht darum, das beste Produkt zu bauen oder als erster den Trend umgesetzt zu haben, sondern vielmehr die Chance des Einwirkens auf die Veränderungsbereitschaft erfolgreich genutzt zu haben. Das Change Management in den Vorhaben der Digitalen Transformation ist Key. Bei der Digitalen Transformation sind Kultur- und Strukturwandel entscheidend, denn ohne motivierte Mitarbeiter kann der Wandel eines Unternehmens nicht funktionieren.

Digitale Transformation muss kein Abenteuer sein – eine Strategie und eine gute Planung sichern den Erfolg. Basis ist unser „Berater-Dreisprung: Wo stehe ich, wo will ich hin und wie komme ich dahin? Und wie immer ist Veränderung einer Frage der richtigen Fragen. Und so sollten alle Themen des EIM aus einer ganzheitlichen Sicht angegangen werden. Ich freue mich auf die Weiterführung des Dialogs.

Mit verbundenen und digitalen Grüßen,
Ihr André Vogt

PS: Wovon die ChatBots träumen, vermag ich nicht zu prognostizieren. Aber ich kann zusagen, dass nachts eingesetzte ChatBots zumindest die menschlichen Kollegen im Kundenservice gut schlafen und träumen lassen. Man muss nur das Positive sehen wollen.

Weitere Informationen erhalten Sie von André Vogt, Cenit AG unter a.vogt@cenit.de.

FINDE ICH EINEN PARTNER FÜR DIE DIGITALE TRANSFORMATION, DER GLEICHZEITIG VORDENKER, MARKTKENNER, EXPERTE, PROZESSMOTOR, PROBLEMLÖSER UND UMSETZER IST?

WARUM NICHT?

CENIT IST IHR PARTNER FÜR DIE ERFOLGREICHE DIGITALE TRANSFORMATION.

Wir bieten Lösungen und Beratungsdienstleistungen für:

- 360-Grad-Kundenkommunikation
- Planung, Reporting, Predictive Analytics
- Akten- und Vorgangsverarbeitung

CENIT BEGLEITET UND UNTERSTÜTZT SIE IM GESAMTEN DIGITALISIERUNGSPROZESS
www.cenit.com/eim

cenit