

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2017 – 34-35 21. August 2017 Nur im Abonnement erhältlich

VON IDG



IBM verklagt ihren Ex-CIO

Jeff Smith will beim Konkurrenten AWS anheuern.

Seite 11

Der große Cloud-Benchmark

Experton-Group-Analysten haben 140 Cloud-Anbieter bewertet.

Seite 14

Cultural Change geht von oben aus

Wie Stahlhändler Klöckner seine Mitarbeiter in die Digitalisierung mitnimmt.

Seite 38

Bühne frei für den Chief Digital Officer

Immer mehr deutsche Unternehmen setzen auf einen Chef-Digitalisierer.

Seite 26

Wie viel CDO braucht ein Unternehmen?

Wer soll das Heft der Digitalisierung in die Hand nehmen – CDO, CIO, CTO oder CEO? Eigentlich egal – wer sich im organisatorischen Kleinklein verstrickt, verliert den Anschluss.

Etwa 41 Jahre alt, meist männlich und ein abgeschlossenes betriebswirtschaftliches, naturwissenschaftliches oder technisches Studium – so sieht rein statistisch betrachtet der Steckbrief eines typischen Chief Digital Officer (CDO) in deutschen Unternehmen aus (siehe Seite 26). Jedes fünfte Dax-Unternehmen hat inzwischen einen Chef-Digitalisierer, weitere 20 Prozent haben eine vergleichbare Position in ihren Organisationen geschaffen. Man kann jetzt streiten, ob das zu viele oder zu wenige CDOs sind. Fakt ist jedoch, dass sich die Unternehmen darüber Gedanken machen, wie sie die notwendige Digitalisierung ihrer Prozesse und Geschäftsmodelle organisatorisch in den Griff bekommen. Ob es dafür nun einen CDO braucht oder nicht, darüber kann man geteilter Meinung sein. Während die einen argumentieren, jemand müsse die Digitalisierung im Unternehmen verantworten, sagen die anderen, das Thema betreffe so unterschiedliche Arbeitsfelder, dass eine zentrale Rolle im Management schlichtweg nicht passe.

Das muss aber letztlich kein Dilemma sein. Die Geschäftsmodelle, Organisationsformen und auch die Firmenkulturen sind so unterschiedlich und vielfältig, dass jedes Unternehmen seine eigene Ausprägung des oder der Digitalisierer(s) finden muss – das können nüchterne Analystentypen sein oder Digital-Prediger oder Technik-Freaks. Die Verantwortlichen in den Unternehmen sollten sich die Freiheit nehmen, ihre individuellen Eigenheiten zu berücksichtigen. Wer aus Unsicherheit versucht, sich eine Art standardisierte Digitalisierungs-Blaupause überzustülpen, wird scheitern. Wir neigen ja gerne dazu, erst einmal alles in einem Regelwerk festzurren zu wollen. Es geht aber auch anders: Einfach loslegen, ausprobieren, Fehler machen, korrigieren, neu justieren – das ist ja das Spannende an der Digitalisierung.

Herzlich,
Ihr

Martin Bayer, Deputy Editorial Director



*Martin Bayer,
Deputy Editorial Director*



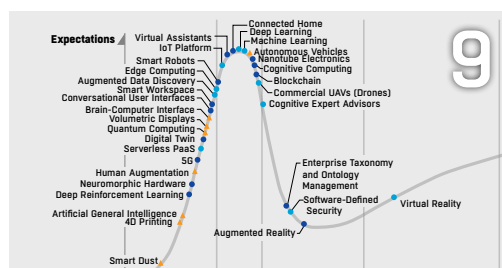
Der CDO ist tot, es lebe der CDO

Vielleicht braucht es statt des Chief Digital Officer einen Chief Disruption Officer. Was es mit dieser Rolle auf sich hat, erklärt Otto Schell, Chef-Disruptor bei GM: www.cowo.de/a/3329485

▶▶ 26

Chief Digital Officer – immer mehr deutsche Unternehmen setzen eine(n) Chefdigitalisierer(in) ein

Ob sie oder er nun den CDO-Titel trägt oder eine andere Rolle in der Organisation einnimmt, ist zweitrangig – Fakt ist: Immer mehr Unternehmen wollen die Herausforderungen der Digitalisierung auch organisatorisch in den Griff bekommen. Die Aufgaben, die ein CDO dabei schultern muss, sind nicht leicht. Neben dem technischen gilt es auch den kulturellen Wandel in den Unternehmen voranzutreiben und zu steuern.



Markt

- 6 **KI macht vielen Menschen Angst**
Neben der Hoffnung, dass künstliche Intelligenz Alltag und Arbeit leichter macht, hat eine Umfrage von PwC auch gezeigt, dass viele Menschen immer noch Angst vor der Technik haben.
- 8 **Surface-Rechner mit Pannen**
Eine Studie US-amerikanischer Verbraucherschützer hat ergeben, dass Microsofts Surface-Rechner überdurchschnittlich oft ausfallen. Der Konzern kann das aber nicht nachvollziehen.
- 9 **Megatrends im Gartner Hype Cycle**
In ihrem Hype Cycle for Emerging Technologies haben die Gartner-Analysten drei Megatrends ausgemacht: KI, die Durchdringung von Alltag und Arbeit mit IT und digitale Plattformen.



Technik

- 14 **Cloud – Motor der Digitalisierung**
Digitalisierung ist ohne Cloud nicht vorstellbar, sagen die Analysten der Experton Group. In ihrem aktuellen Benchmark haben sie 140 Anbieter in verschiedenen Kategorien bewertet.
- 18 **Mit RPA zu mehr Effizienz**
Robotic Process Automation (RPA) erfasst die Büros. RPA-Tools anspruchslose, repetitive Aufgaben der Knowledge Worker zu übertragen verspricht Vorteile, birgt aber auch Risiken.
- 20 **Next Generation Workplace**
Machine Learning spielt im Next Gen Digital Workplace eine wichtige Rolle. Vom Backend bis in die Applikationsschicht werden ML-Services gebraucht, um Workflows zu optimieren.



Praxis

- 32 Smart Cities sind im Kommen**
Deutschland erwacht aus seinem Smart-Cities-Dornröschenschlaf, hat eine Studie von eco und Arthur D. Little gezeigt. Bis 2022 sollen sich die Umsätze mit Smart-City-Lösungen hierzulande auf 43,8 Milliarden Euro mehr als verdoppeln.
- 34 Bessere Geschäfte mit Social Media**
Social Media bedeutet nicht nur Imagepflege und Community Building. Richtig eingesetzt, lässt sich mit Hilfe von Daten aus sozialen Netzen auch der Unternehmenserfolg steigern. Das Zauberwort dafür lautet „Social Media Intelligence“.



Job & Karriere

- 38 Cultural Change bei Klöckner**
Der Wandel ist Chefsache: Er muss von oben gelebt werden, sonst bleibt der Erfolg aus. Stahlhändler Klöckner zeigt, wie man Mitarbeiter auf die Reise in die Digitalisierung mitnimmt.
- 43 Gesuchte SAP-Experten**
SAP-Profis mit Erfahrung in den Modulen Logistics und Financials sind derzeit besonders gefragt, hat der aktuelle „Dekra Arbeitsmarkt-report“ ergeben.
- 44 Digitalexperten unter einem Dach**
400 Mitarbeiter aus 14 Nationen arbeiten in der Digital Factory der Deutschen Bank. Dort sollen sie digitale Produkte entwickeln, darunter ein virtuelles Schließfach.

- 47 Stellenmarkt**
- 49 Impressum**
- 50 IT in Zahlen**

Künstliche Intelligenz macht vielen Menschen Angst

Die Mehrheit der Deutschen glaubt, dass künstliche Intelligenz helfen wird, den Alltag besser zu meistern. Das hat eine Umfrage von PwC ergeben. Aber es gibt auch viele Menschen, denen KI Angst macht.



Von Martin Bayer, Deputy Editorial Director

Die Erwartungen an künstliche Intelligenz (KI) sind hoch. Das hat eine Umfrage von PwC unter mehr als 1000 Bundesbürgern über 18 Jahre im Juli dieses Jahres gezeigt. Rund die Hälfte der Befragten glaubt, dass es mit Hilfe von KI-Techniken gelingen könne, die Folgen des Klimawandels in den Griff zu bekommen und komplexe gesellschaftliche Probleme zu lösen. Auch in der Krebsforschung und beim Schutz vor Krank-

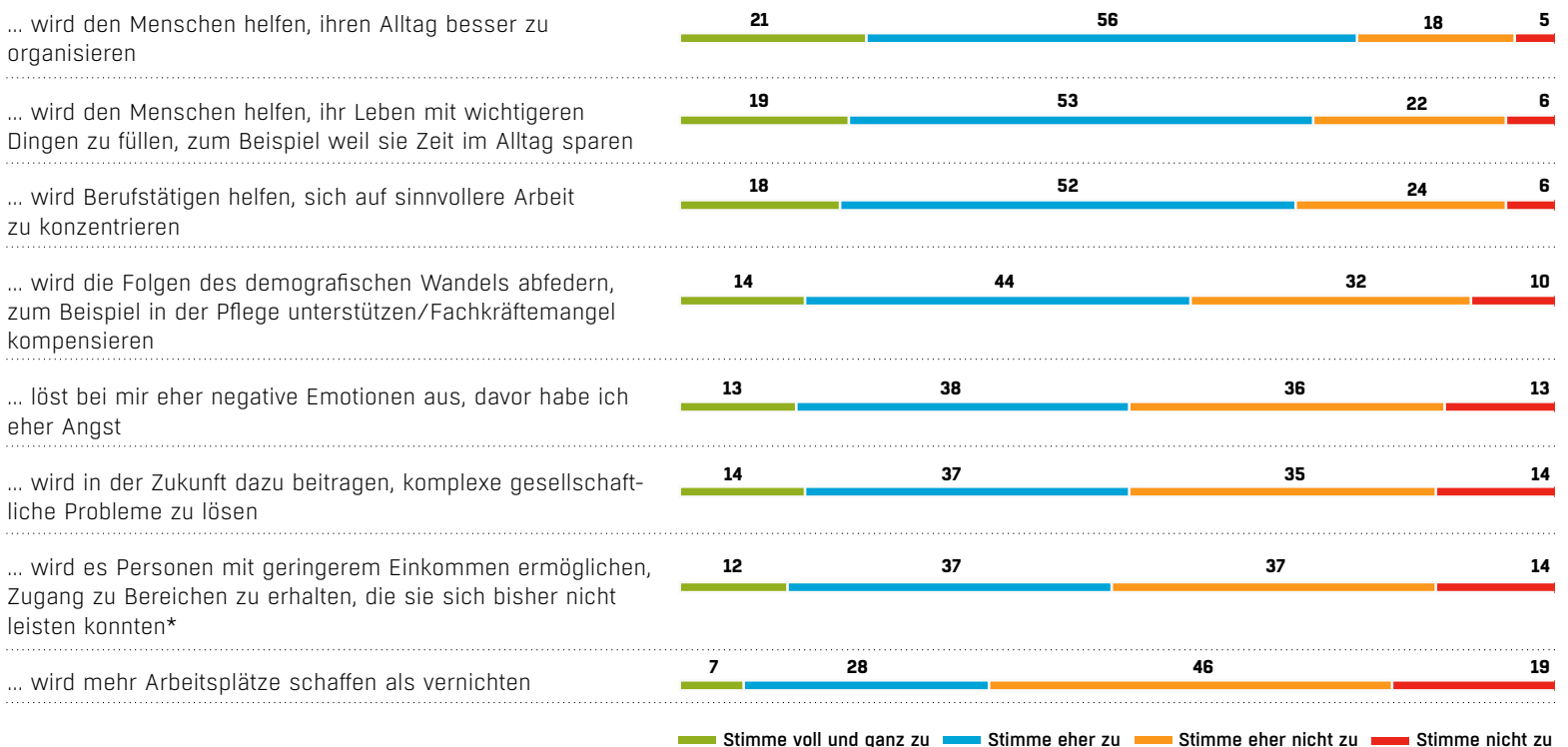
heiten könne KI helfen, sagen 43 Prozent. Insgesamt meinen fast neun von zehn Deutschen (88 Prozent), dass der Einsatz von KI-Anwendungen dabei helfen könnte, anstehende Herausforderungen zu meistern.

„Die Probleme, vor denen die Menschheit steht – von der Erderwärmung bis zum demografischen Wandel –, sind so gewaltig, dass wir alleine damit überfordert sein werden“, sagt Susanne Arnoldy, Partnerin und Technology Roadmap Leader bei PwC Deutschland. „Darum ist es ein gutes Signal, dass die meisten Deutschen die Fortschritte bei der künstlichen Intelligenz eben doch gutheißen.“

Künstliche Intelligenz – Einfluss auf Alltag und Arbeit

Die Deutschen versprechen sich von künstlicher Intelligenz (KI) Hilfe und Erleichterungen im Alltag sowie im Berufsleben. Gleichzeitig sprechen aber viele Menschen davon, dass ihnen die Technik auch Angst macht. Die Mehrheit glaubt nicht, dass durch KI mehr Arbeitsplätze geschaffen als vernichtet werden.

Künstliche Intelligenz ...



Angaben in Prozent; Basis: Alle Befragten, n = 1017 (Skalierte Abfrage, sortiert nach „Stimme voll und ganz zu“ + „Stimme eher zu“); *zum Beispiel juristische Dienstleistungen, Finanzberatung oder Nachhilfe für Schüler etc.; Quelle: PwC

US-Verbraucherschützer beanstanden Microsofts Surface-Geräte

Consumer Reports will auf Basis von Käferrückmeldungen herausgefunden haben, dass Microsofts Surface-Rechner mehr Pannen haben als Geräte anderer Hersteller. Der Konzern weist die Vorwürfe zurück und pocht auf Qualität.



Auch mit dem Surface Book sollen viele Käufer Probleme gehabt haben, berichten die Verbraucherschützer von Consumer Reports. Microsoft weist die Vorwürfe zurück. Allerdings kursieren derzeit interne Microsoft-Memos im Netz, wonach zu Beginn tatsächlich hohe Rücklaufquoten für die Geräte zu beobachten gewesen seien.

Die US-Verbraucherorganisation Consumer Reports hat in ihrem gleichnamigen Magazin vor Problemen mit Rechnern aus Microsofts Surface-Familie gewarnt. Eine aktuelle Untersuchung habe gezeigt, dass bei rund einem Viertel aller Geräte innerhalb der beiden ersten Jahre Pannen und Ausfälle aufgetreten seien. Deshalb haben die Verbraucherschützer den Rechnern die zuvor erteilte „Empfehlenswert“-Beurteilung entzogen. Konkret betroffen sind das Surface Laptop in den Versionen mit 128 und 156 GB Speicher sowie das Surface Book mit 128 GB und 512 GB Speicher. Die Studie der Verbraucherschützer zur Ausfallsicherheit und Zuverlässigkeit von Laptops und Tablets basiert auf Datensätzen zu 90.741 Geräten, die Anwender zwischen 2014 und Anfang 2017 gekauft hatten.

Consumer Reports nimmt auch in den eigenen Testlaboren die Systeme unter die Lupe. Dabei standen in der Vergangenheit auch diverse Microsoft-Geräte auf dem Prüfstand. Untersucht wurden dabei unter anderem Rechenleistung, Display-Qualität, Akkukapazität sowie ergonomische Faktoren. Dabei hätten die Rechner aus Microsofts Surface-Familie durchaus eine gute Figur gemacht, wie die Tester einräumen. In der Praxis hätten die Geräte jedoch das gute Bild nicht bestätigen können. Die Ausfall- und Pannenrate der Rechner sei höher gewesen als bei den meisten anderen Marken. Dies sei statistisch so signifikant ausgefallen, dass Microsoft die Consumer-Reports-Standards für empfehlenswerte Produkte nicht mehr erreiche, hieß es von Seiten der Verbraucherschützer. Gerade die Zuverlässigkeit und Ausfallsicherheit von Rechnern sei für viele Anwender ein maßgebliches Kaufkriterium, sagte Simon Slater, der die Tests bei Consumer Reports verantwortet.

Andere Marken schneiden demnach deutlich besser ab. Apple bescheinigt das Magazin eine Fehlerrate von zehn Prozent, Samsung und Acer erzielen 16 und 18 Prozent. Toshiba und Dell kommen mit 24 und 22 Prozent Fehlerrate schlechter weg, liegen aber vor Microsoft.

Microsoft kann Pannen nicht nachvollziehen

Microsoft zeigte sich irritiert von den Ergebnissen und verteidigte die Zuverlässigkeit seiner Surface-Geräte. Man sei sehr darauf bedacht, den Kunden eine großartige Erfahrung mit den Systemen zu geben, und man sei stolz auf die Surface-Geräte, hieß es in einem Blog-Beitrag von Panos Panay, Corporate Vice President für die Gerätesparte von Microsoft. Daher sei die Untersuchung von Consumer Reports auch enttäuschend für den Konzern. Man respektiere die Organisation, stimme aber mit den Ergebnissen der besagten Studie nicht überein. Microsoft prüft eigenen Angaben zufolge selbst die Fehler- und Rückläufferraten. Diese lägen für das Surface Pro 4 sowie das Surface Book deutlich unter 25 Prozent. Darüber hinaus würden laufend Qualitätsindikatoren erhoben. Den Wert für Incidents per Unit (IPU) habe man von Generation zu Generation verbessern können, sagt Panay. Aktuell liege die Rate unter einem Prozent. Allerdings schweigt sich der Microsoft-Manager darüber aus, wie hoch dieser Wert früher gelegen hatte. Panay verweist darüber hinaus auf die hohe Kundenzufriedenheit, die Microsoft bei Anwendern seiner Surface-Geräte festgestellt haben will. 98 Prozent der Surface-Pro-4- und Surface-Book-Nutzer hätten sich zufrieden über ihre Rechner geäußert. „Wir stehen hinter der Qualität und Zuverlässigkeit unserer Surface-Geräte“, bekräftigte Panay „es hat nie einen besseren Zeitpunkt gegeben, ein Surface zu kaufen.“ (ba)