

COMPUTERWOCHE

Ausgabe 2021 – 7-8 22. Februar 2021 Nur im Abonnement erhältlich

VOICE OF DIGITAL

Wer baut ein Auto für Apple?

Niemand will sich als Auftragsfertiger hergeben

Seite 8

Nach IaaS und SaaS kommt jetzt PaaS

In der zweiten Cloud-Welle bauen die Anwender an ihren Plattformen

Seite 38

Konflikte managen per Video-Call

Personalführung remote überfordert viele Manager

Seite 40

Dynamik im IoT-Markt

Die Zurückhaltung ist vorbei: Industriebetriebe erkennen die Chancen des Internet of Things

Seite 12



Deutschland verliert mal wieder den Anschluss

Googeln Sie mal: „Deutschland wird abgehängt“. Sie werden danach schlecht schlafen. Bildung, Startup-Szene, Digitalisierung – alles im Eimer. Sogar der Markt für Schlachtschweine kippt.

Als der Ende Januar ausgeschiedene Siemens-Chef Joe Kaeser im Interview mit dem bayerischen Radiosender B5 orakelte, Deutschland sei in Sachen Digitalisierung hinter andere Industriestaaten zurückgefallen, gingen in unserer Redaktion die Diskussionen los. Wie kann er das gemeint haben? Hatte er digitale Verwaltung, Schulen und Universitäten im Sinn? Wohl kaum, da war Deutschland früher ja auch nicht gut. Die Medizin konnte er ebenfalls nicht meinen, sie hat in der Coronakrise gute Fortschritte gemacht. Die Wirtschaft also? Alle Unternehmen schlecht, außer Siemens?

Auch das wäre schwer nachvollziehbar. Nehmen wir als Beispiel unsere aktuelle Studie zum Thema Internet of Things (siehe Seite 12): Die Zahl der Firmen, die IoT-Projekte umgesetzt haben, ist auf 51 Prozent gestiegen. 13 Prozent der Betriebe haben schon sehr viele IoT-Anwendungsfälle umgesetzt, und die Erfolgsquote der Projekte hat sich im Vorjahresvergleich klar verbessert. 92 Prozent der Betriebe sind mit den Ergebnissen ihrer bisherigen IoT-Initiativen zufrieden. Überall Fortschritte gegenüber 2020 also.

Vielleicht meint Kaeser die künstliche Intelligenz (KI)? Tatsächlich bescheinigen einige Studien den Deutschen hier eine auffällige Zurückhaltung. Aber vermutlich liegt das vor allem daran, dass der umstrittene Begriff gemieden wird, um nicht die German Angst zu wecken. Die meisten Unternehmen investieren massiv in beispielsweise datenbasierte Entscheidungsprozesse, Prozessautomatisierung oder auch Chatbots. So schlimm sieht's also gar nicht aus in Digital Germany. Aber in einem Punkt hat Kaeser recht: Millionen Schüler auf dem Lande erleben gerade, was es heißt, keinen ordentlichen Internet-Anschluss zu haben. Hier hat es die Politik vermasselt. Aber richtig!

Herzlich,
Ihr



Heinrich Vaske, Editorial Director



Heinrich Vaske,
Editorial Director



Podcast KI:

Keine Angst vor Machine Learning, empfiehlt Adesso-Gründer Volker Gruhn. „Einfach Ausprobieren“ sei das richtige Motto: www.cowo.de/a/3550482

▶▶ 12

In den deutschen IoT-Markt kommt Bewegung

Die Aussicht auf effizientere Prozesse und Kostenvorteile lässt immer mehr Industriebetriebe mit dem Internet of Things (IoT) experimentieren. Eine Studie von IDG Research zeigt aber auch, dass sich nur wenige Unternehmen an neue IoT-basierende Geschäftsmodelle heranwagen.



Markt

- 6 Droht ein Impfchaos?**
Verschiedene Softwarehersteller haben Lösungen für die Koordination der Massenimpfungen herausgebracht. Derweil scheinen Länder und Gemeinden ihre eigenen Wege gehen zu wollen. Über die Zuständigkeiten herrscht Unklarheit.
- 8 Nissan will kein AppleCar bauen**
Werden die Autobauer zu Auftragsfertigern von Apple, Google und Co.? Nissan sagt Nein: man will nicht zu einem Foxconn der Autobranche mutieren.
- 10 T-Systems entdeckt Hyperscaler**
Partnerschaften mit den größten Anbietern Amazon Web Services, Microsoft und Google Cloud sollen die Telekom-Tochter zurück ins Cloud-Business führen.



Technik

- 18 Einfacher IoT-Zugang via PaaS**
Über die PaaS-Plattform Conrad Connect setzt der norwegische Energieversorger Fjordkraft ein IoT-Szenario um, das Kunden einen viel gezielteren und sparsameren Stromverbrauch ermöglicht.
- 20 Quanten-Computing – der Status quo**
Deutschland drängt beim Quanten-Computing an die Weltspitze. Während hierzulande viel Geld in die Forschung fließt, laden Microsoft und IBM Anwender zum Ausprobieren ein.
- 26 Virtuelle Hannover Messe**
Industriekonzerne wie Festo, Kuka und Huawei haben in einer Preview gezeigt, was sie auf der Hannover Messe Industrie (HMI) vorhaben.



Praxis

- 32 Interview mit msg-Chef Frohnhoff**
Von Low-Code-Software hält er nicht viel, von Frameworks und Containern eine Menge: Stephan Frohnhoff, seit gut einem Jahr Vorstandsvorsitzender der msg Systems AG, erklärt im CW-Gespräch seine Strategie.
- 36 So verteilt Fedex die Impfstoffe**
Der Logistikkonzern nutzt sein IoT-System „SenseAware ID“ und Microsofts cloudbasierte Machine-Learning-Lösung, um Corona-Impfstoffe an ihre Bestimmungsorte zu bringen.
- 38 Kein sorgenfreies Cloud-Leben**
Hybrid- und Multicloud-Umgebungen, Plattformen und Ökosysteme führen zu Komplexität. Wir nennen sieben Trends, die IT-Verantwortliche begleiten werden.



Job & Karriere

- 40 Arbeiten in Pandemie-Zeiten**
Personalführung ist in Zeiten von Home-Office und Videokonferenzen alles andere als trivial. Vor allem beim Konflikt-Management ist Sensibilität gefragt.
 - 42 Wie CIOs in Corona-Zeiten führen**
IT-Chefs wie Tobias Fausch, CIO von Baywa, rechnen fest damit, dass das Thema Digital Leadership die Führungskräfte auch die nächsten Jahre begleiten wird.
 - 44 Was macht ein IT-Notfallmanager?**
Fallen in der Firma IT-Systeme aus, rückt das Incident Management ins Blickfeld. Mario Lohner, Director Cloud bei der Allianz-Tochter Syncier, baute früher Teams für das IT-Notfallmanagement auf.
- 47 Stellenmarkt**
 - 49 Impressum**
 - 50 IT in Zahlen**

Dem Impfmanagement in Deutschland droht ein IT-Chaos

Während Bund, Länder und Kommunen oft unkoordiniert an Lösungen arbeiten, um das Impfstoff-Management in den Griff zu bekommen, bringen sich auch die großen Softwarehersteller mit Lösungen in Stellung. Ein Flickenteppich droht.



Von Martin Bayer,
Deputy Editorial Director

Das Management der bundesweiten Impfkampagne gegen das Coronavirus ist komplex. Die Logistik der Impfstoffe, die je nach Typ und Hersteller unterschiedlich gelagert und transportiert werden müssen, ist mit der Arbeit in den Impfzentren zu korrelieren. Hier geht es um die Registrierung der Menschen, die Vergabe der Impftermine nach den festgelegten Priorisierungen, aber auch die Begleitung der Geimpften nach Verabreichung der Vakzine, von der Beobachtung der Wirkung und Nebenwirkungen bis hin zur Ausstellung von Impfnachweisen.

Ohne IT lassen sich diese Aufgaben nicht stemmen. Tatsächlich sind bereits etliche Lösungen im Einsatz. Doch von einem koordinierten und abgestimmten Vorgehen der Behörden kann keine Rede sein. Vielmehr entstehen auf kommunaler und auf Länderebene jeweils Inselösungen, die ein effizientes Management der Impfprozesse erschweren. Ob und wie auf Basis dieses Flickenteppichs später ein einheitliches Datenbild über den Erfolg der gesamten Impfkampagne entstehen kann, ist unklar.

Beispiel Bayern: Der Freistaat hatte Anfang Dezember Accenture mit der Programmierung einer Software für das Impfmanagement beauftragt. Dabei hätte es bereits eine passende Lösung gegeben. Das Startup Innfactory aus Rosenheim hatte mit „Cotema“ eine Software für die Prozesse in den Impfzentren entwickelt – inklusive Terminvergabe, Priorisierung via Codes und Analyse-Tools. Zudem sollte die Lösung laufend weiterentwickelt werden. Innfactory-Co-Gründer Tobias Jonas hatte Funktionen für die Registrierung von Ärzten sowie die Kopplung von Terminen an die vorhandenen Impfkontingente angekündigt.

Angesichts des nahenden Starts der Impfkampagne Ende Dezember gaben einige Kommunen und Landkreise in Bayern bekannt, mit Cotema starten zu wollen, darunter die Stadt und der Landkreis Rosenheim wie auch die Landkreise München und Traunstein. Mit den Lösungen des Startups aus Oberbayern hatten die Behörden bereits gute Erfahrungen gemacht. Schon bei der Terminvergabe für Coronatests im Spätsommer und Herbst 2020 hatte Innfactory etliche Landkreise in Bayern mit IT-Lösungen unterstützt.

Erst dezentral, dann zentral

Doch das Engagement des Innfactory-Gründers erhielt bald einen Dämpfer. Seit Januar ist das „Bayerische Impfmanagement gegen Corona“ (BayIMCO) von Accenture im Einsatz – zur Anmeldung, Terminplanung, Impfstoffbereitstellung, Impfdurchführung und zur Dokumentation in den Impfzentren. Das bayerische Gesundheitsministerium verpflichtete alle Landrats- und Gesundheitsämter im Freistaat, ihre Daten über das zentrale Portal zu melden und einzupflegen.

Damit vollzogen die Bayern eine überraschende Kehrtwende. Nachdem im vergangenen Jahr für die Coronatests eine dezentrale regionale Strategie verfolgt wurde und man die damit verbundenen Aufgaben den Ämtern vor Ort überlassen hatte, soll nun alles zentral über BayIMCO laufen. Startup-Gründer Jonas wundert sich. „Erst ermutigt man die Landratsämter, sich selbst zu helfen und etwas zu bauen, schafft dann aber nicht die Möglichkeit, die Dinge, die dort entstanden sind, zusammenzuführen oder zu integrieren“, sagte er im Regional Fernsehen Oberbayern.

Dazu kamen Probleme mit BayIMCO. Funktionen für die Terminvergabe standen erst in der letzten

► **Wie sich die Coronakrise auf die Digitalisierung von Unternehmen auswirkt, lesen Sie auf der Website der COMPUTERWOCHE unter:**

Das sind die Corona-Gewinner

www.cowo.de/3550534

Wie Corona beschleunigt und gleichzeitig bremst

www.cowo.de/3549943

Startup Innfactory entwickelt Software für Impfzentren

www.cowo.de/3650170



AppleCar: Nissan will sich nicht zum Auftragsfertiger degradieren lassen

Medienberichten zufolge hat es der japanische Autobauer Nissan abgelehnt, Autos für Apple zu bauen. Man könne darüber reden, Apple-Dienste zu den eigenen Fahrzeugen hinzuzufügen, aber nicht umgekehrt.



Von Heinrich Vaske,
Editorial Director

Apples Einstieg in den Automarkt gestaltet sich offenbar nicht so reibungslos, wie man es sich im Apple Park im kalifornischen Cupertino vorstellt. Nach Informationen der „Financial Times“ ist eine potenzielle Partnerschaft mit Nissan gescheitert. Apple wollte die Japaner demnach überzeugen, Autos mit Apple-Brand zu fertigen, doch für Nissan kommt der Bau eines Fahrzeugs ohne eigene Marke nicht in Frage.

Die US-amerikanische Medienseite „Ars Technica“ titelte süffisant: „Nissan will nicht das

neue Foxconn der Autoindustrie werden“. Dahinter steckt die Urangst von Nissan und anderen Autobauern, von Silicon-Valley-Unternehmen wie Apple, Google und auch Tesla überrannt und zu „Hardwarelieferanten“ degradiert zu werden. Der Inbegriff eines solchen Auftragsfertigers ist Foxconn aus Taiwan: Das Unternehmen stellt an verschiedenen Produktionsstätten in China Smartphones, Computer und andere Elektronikprodukte in großen Mengen für Apple und andere Hightech-Unternehmen her – zu geringen Löhnen und unter oft menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.

Nissans Chief Operating Officer Ashwani Gupta sagte der Financial Times, man orientiere sich an den Kundenwünschen. „Wenn wir eine Partnerschaft mit Apple eingehen, müssen sie ihre Services an unser Produkt anpassen, nicht umgekehrt.“ Immerhin ist Nissan ein stolzer Pionier der Elektromobilität: Den Nissan Leaf gab es schon vor mehr als zehn Jahren.

Apple setzt genauso wie Google und Tesla auf einen Paradigmenwechsel im Automarkt. Statt Fahrwerk, Pferdestärken und Verarbeitung zählen Software, Design und ein gutes Benutzererlebnis. Weitere Wettbewerbsfelder sind das autonome Fahren und eine zukunftsfähige Batterietechnik – Bereiche, in denen Apple ebenfalls die Herausforderung annehmen will.

Volkswagen auf dem langen, steinigen Weg zum „Softwarehaus“

Die klassischen Autobauer haben es schwer, diesen Trends zu folgen. Gerade erst Mitte Januar berichteten Medien von großen Softwareproblemen beim Volkswagen-Konzern. Fahrer des Golf 8 und des Elektrofahrzeug Golf ID.3 klagten über häufige Fehlermeldungen und ein unsicheres Fahrgefühl.

Volkswagen-Chef Herbert Diess hatte zuvor angekündigt, die Wolfsburger strebten bei der Software im Fahrzeug mittelfristig eine Spit-

