



**DATAGROUP**

DATAGROUP Magazin | Ausgabe Nr. 03 | 2022

# IT'S

Expedition  
Zukunft



# Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die Zukunft hat Menschen schon immer bewegt. Das Bedürfnis, genau zu wissen, was einen erwartet, treibt Menschen seit Jahrhunderten zu Wahrsagern, erklärt die Faszination von Prophezeiungen und füllt Tausende Bücher. Wie viele letztendlich richtig lagen, lassen wir dahingestellt. Denn die Zukunft zu greifen, ist extrem schwierig. Zukunft ist kein festgelegtes Szenario, sondern eines, das sich in ständigem Wandel befindet, immer abhängig von Entscheidungen, die im Hier und Heute von jedem Einzelnen von uns getroffen werden.

Mit diesem Magazin wagen wir uns mit einem ersten kleinen Schritt auf Expedition in die Zukunft zu gehen. Denn auch bei DATAGROUP ist die Frage nach der Zukunft und deren Gestaltung sehr präsent. Als IT-Dienstleister sind wir in einer Branche aktiv, die sich so stark verändert, wie kaum eine andere – und die große Auswirkungen auf unsere Gesellschaft hat. Auch wir fragen uns daher regelmäßig: Welche Trends werden die IT in Zukunft prägen?

Darüber hinaus gab es 2022 einen historischen Wechsel bei DATAGROUP: Der Gründer und langjährige Vorstandsvorsitzende Max H.-H. Schaber wechselte im März in den Aufsichtsrat und übergab die Führung des Unternehmens an seinen langjährigen Vorstandskollegen Andreas Baresel. Wie das neue Vorstandstrio die Zukunft sieht und wie es DATAGROUP in diese führen will, darüber erfahren Sie mehr in diesem Magazin.

Viel Freude beim Lesen!



Sara Gebhardt  
Unternehmenskommunikation

# Inhalt



05



08



34



42

## Expedition Zukunft

- 05 **Zukunftsprognosen:** Der Blick in die Glaskugel?
- 08 **Zukunftspotenzial** mit KI  
Dr. Pero Mičić im Interview
- 12 **Automatisierung** im Service Desk
- 16 **CORBOX**
- 20 IT-Transformation **und** IT-Solutions
- 21 **One** DATAGROUP – in ganz Deutschland
- 22 DATAGROUP **wächst**
- 24 **Kundenzufriedenheit** bei DATAGROUP
- 26 Saubere **IT-Lösung**  
Referenz
- 34 **Expedition Cloud**
- 38 Die Daten **im Blick**  
Referenz
- 42 New world. New skills. **New work.**  
Michael Timmermann im Interview
- 45 Die **Zukunft des Recruitings** bei DATAGROUP
- 50 Wie sieht die **Zukunft** aus?  
Kinder malen ihre Idee der Welt von morgen

## Führung

- 14 Aufbruch ins **Neuland**
- 28 **Zukunft** voraus!  
Interview mit Andreas Baresel,  
Dr. Sabine Laukemann und Oliver Thome

## Mitarbeiter

- 32 18 Jahre **Karriere** bei DATAGROUP  
Porträt Kai-Ole Kirsten und Jan-Hendrik  
Wöltjen
- 40 **IT's us.**
- 44 Aus der Rente **zurück an den Arbeitsplatz**  
Porträt Barbara Omokpia
- 48 Durchstarten als **Berufseinsteiger**  
Portrait Janek Ziehmman

- 55 Impressum



# Zukunftsprognosen: Der Blick in die Glaskugel?

## Über die Dynamik von Technologie und Fortschritt

Mitte des 19. Jahrhunderts blickten Stadtplaner\*innen in New York sorgenvoll in die Zukunft. Immer mehr Menschen lebten in der Stadt und immer mehr von ihnen verwendeten Pferde zum Transport. Wenn das so weiter ginge, so die Befürchtung, würde die Stadt bald in Pferdemit versinken. So weit kam es nicht, die Erfindung des Autos löste das Problem. Einige Jahrzehnte später blicken Stadtplaner\*innen wieder sorgenvoll auf die zunehmende Zahl an Autos, die zahlreiche Probleme auslösen – Parkplatzknappheit, volle Straßen und natürlich Umweltverschmutzung.

Zukunftsprognosen sind ein notorisch schwieriges Geschäft, denn die Menschen nehmen als Basis aktuell vorhandenes Wissen und projizieren es in die Zukunft. Neue Erfindungen und Entwicklungen, die noch gar nicht eingetroffen sind, sind schwer in solche Kalkulationen mit aufzunehmen. Und das Tempo der Entwicklung steigt. Zwischen dem ersten Flug der Gebrüder Wright 1903 und der Mondlandung 1969 lagen nur 66 Jahre, aber beeindruckende technologische Fortschritte.

Zum Vergleich: In den 1690er Jahren entstanden die ersten Dampfmaschinen, die erste Eisenbahn fuhr hingegen erst 1825 – das sind über 100 Jahre Unterschied.

Es ist daher verständlich, dass Zukunftsprognosen oft daneben liegen. In Erinnerung bleiben den Menschen vor allem die spektakulären Fehlprognosen. Doch wie immer kann man aus der Geschichte einiges über die Zukunft lernen.

»Bei Fehlprognosen gibt es zwei Richtungen: Übertriebener Optimismus oder übertriebener Pessimismus.«

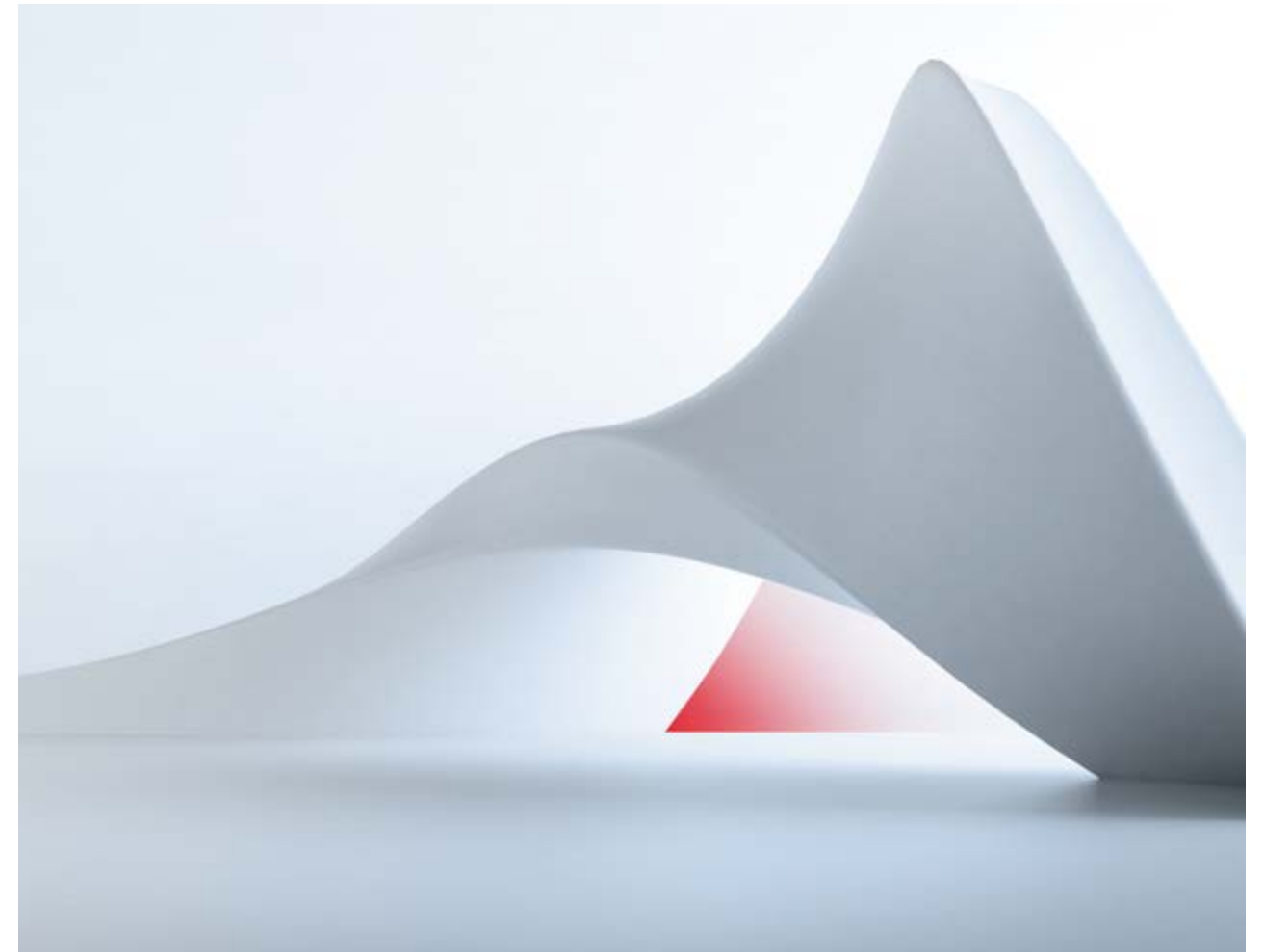
## Neue Technologien werden gerne totgesagt

Bei Fehlprognosen gibt es zwei Richtungen: Übertriebener Optimismus oder übertriebener Pessimismus. Letzteres zeigt sich insbesondere dann, wenn neue Technologien komplett unterschätzt werden und das teilweise von den Menschen, die bedeutend involviert sind. So sagte beispielsweise Gottlieb Daimler: »Die weltweite Nachfrage nach Kraftfahrzeugen wird eine Million nicht überschreiten – allein schon aus Mangel an verfügbaren Chauffeuren.« Allein in seiner Heimatstadt Stuttgart waren 2019 über 300.000 Autos zugelassen. Der Mangel an Chauffeuren trat nie in Erscheinung – stattdessen wurde jeder sein eigener Chauffeur.

Berühmt geworden ist auch die Prognose von Thomas Watson von IBM, der 1943 prophezeite: »Ich denke, dass es weltweit einen Markt für vielleicht fünf Computer gibt.« Es kam anders. Zu der Zeit jedoch waren Computer riesige Maschinen, die ganze Hallen an Platz benötigten, also nicht gerade etwas, das sich Millionen von Menschen in die eigene Wohnung stellen würden.

## Anwendungsgebiete sind nicht von Beginn an vorhersehbar

Das Internet war eine weitere Technologie, an der sich die Geister schieden. Während es für die einen die Zukunft darstellte, waren andere skeptischer. So sagte Ron Sommer, der ehemalige Chef der Telekom 1990 »Das Internet ist eine Spielerei für Computerfreaks, wir sehen darin keine Zukunft.« Heute spielt das Internet hingegen eine zentrale Rolle, die Anwendungsgebiete haben sich immer mehr erweitert und die Technologie, die als Plattform für Wissenschaftler begann, durchzieht immer mehr Aspekte unseres täglichen Lebens. Ob es sich um das Internet, den Computer oder das Automobil handelt – als die Technologien das erste Mal auftraten, war den meisten Menschen nicht bewusst, wofür sie verwendet werden konnten. Erst nach und nach wurden immer mehr Einsatzgebiete erobert, bis sie schließlich dominant wurden.



## Der Fortschritt wird überschätzt

Nicht jede neue Technologie wird unterschätzt. Oft stellen sich Zukunftsprognosen auch als sehr optimistisch heraus. Wer erinnert sich nicht an den Hype um Produkte wie 3D-Kino für daheim oder Smart Glasses? Letztendlich haben sich diese Technologien aber nicht durchsetzen können. Andere Technologien, wie etwa das Hoverboard aus »Zurück in die Zukunft« wurden in komplett anderer Form umgesetzt als ursprünglich gedacht (oder erhofft). Bei anderen wiederum stellt sich im Laufe der Entwicklung heraus, dass die Herausforderungen größer sind als gedacht und sie nicht so schnell umgesetzt werden können wie geplant. Fusionstechnologie oder auch Kolonien auf anderen Planeten gehören zu den Technologien bzw. Entwicklungen, die ursprünglich viel früher erwartet wurden, bei denen die Fortschritte aber langsamer kommen.

Letztendlich wird es immer Technologien geben, die wider Erwarten zum großen Erfolg werden und solche, die trotz großer Hoffnungen entweder scheitern oder einfach länger dauern als geplant. Ohne Risiken einzugehen und Neues auszuprobieren, kann es keinen Fortschritt geben. Was man aber aus der Geschichte lernen kann ist, dass man Prognosen mit Vorsicht genießen sollte. ■



# Zukunftspotenzial mit KI

Dr. Pero Mičić im Interview



»In Zukunft wird KI insbesondere im Bereich Automobilität einen großen Mehrwert in Hinblick auf das autonome Fahren stiften.«

**Herr Dr. Mičić, Sie sind Experte für Zukunftsmanagement. Was kommt auf uns Menschen in Zukunft besonders in Hinblick auf neue Technologien zu?**

Technologien entwickeln sich heutzutage so rasant wie noch nie. Einige dieser Technologien bringen dabei große Potenziale mit, welche unser Leben und damit auch die Gesellschaft weitreichend verändern können, dazu zählen das autonome Fahren oder große Fortschritte im Gesundheitssektor. Im Wesentlichen lässt sich sagen, dass menschliche Attribute wie kognitive oder physische Fähigkeiten von der Künstlichen Intelligenz nach und nach erlernt werden können. Salopp gesagt, alles, was der Mensch beherrscht, kann bzw. wird KI besser können – heute beschränken sich diese Technologien allerdings noch auf bestimmte Gebiete wie z. B. die Bilderkennung. Durch das selbsterlernende Verhalten entwickelt sich die Künstliche Intelligenz kontinuierlich weiter, bis es schließlich die möglichen Kompetenzen des Menschen übertrifft – bis KI zu einer wahrzunehmenden Konkurrenz für uns wird, werden allerdings noch einige Jahrzehnte vergehen.

**Welche Chancen bzw. Risiken birgt diese Entwicklung in Ihren Augen?**

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich Künstliche Intelligenz sehr stark auf unser Leben auswirken wird. Neben positiven Effekten wird dieser Wandel auch einige Risiken und Herausforderungen mit sich bringen. Künstliche Intelligenz wird uns eine steigende Lebensqualität trotz verschiedener Krisen ermöglichen, sofern wir diese technologischen Fortschritte nicht selbst hemmen oder gar zerstören. Dazu

zählt insbesondere die Wende in Bezug auf den Klimawandel, welchen wir in meinen Augen mithilfe der modernen Technologien in den Griff bekommen werden. Auch auf dem Arbeitsmarkt kann die Künstliche Intelligenz einen positiven Einfluss stiften, durch den Einsatz von Robotern können unter anderem neue Jobprofile entstehen, da einige Unternehmen die Nutzung von KI in Zukunft noch weiter ausbauen werden. Die Angst vor fehlenden oder sinkenden Arbeitsplätzen ist unter Berücksichtigung dieser Aspekte demnach unbegründet.

**Wo kommt Künstliche Intelligenz bereits zum Einsatz? In welchen Bereichen stiftet KI schon heute den größten Mehrwert?**

Viele Menschen kommen schon heute regelmäßig mit Künstlicher Intelligenz in Kontakt, so etwa bei der Nutzung verschiedener Social Media-Plattformen – diese basieren auf unterschiedlichen Algorithmen, welche den Usern ein bestmögliches Nutzererlebnis ermöglichen. In Zukunft wird KI insbesondere im Bereich Automobilität einen großen Mehrwert in Hinblick auf das autonome Fahren stiften. Auch bei der Automatisierung von Routineaufgaben sind die modernen Technologien auf dem Vormarsch. Mögliche Einsatzmöglichkeiten dieser sind im Bereich IT-Services, in der Buchhaltung oder in der Medizin. Dabei lässt sich sagen, dass generell jede/r Wissensarbeiter\*in mithilfe dieser technologischen Fortschritte nicht zwingend ersetzt, sondern in der Produktivität gefördert werden soll.



#### Was kann Künstliche Intelligenz und wo liegen die Grenzen dieser – ggf. sogar Gefahren?

Künstliche Intelligenz greift schon heute tief in das Leben vieler Menschen ein. Bis zur allumfassenden Super-KI dauert es zwar noch eine Weile – allerdings verringert das die Leistung aktueller Technologien nicht. Diese setzen ihren Fokus insbesondere auf diverse menschliche Fähigkeiten wie die Wahrnehmung, das Lernen und die Beratung – oftmals werden Replicas zur Vermenschlichung eingesetzt, wodurch ganzheitliche Persönlichkeiten mit Gesichtern und Stimmen imitiert werden können. Ziel dieses Prozesses: Das noch vorhandene Misstrauen der Menschen minimieren.

Derzeit unterliegen die Grenzen der Leistungsfähigkeit der Künstlichen Intelligenz in meinen Augen den großen drei G's: Gesetze, Geld und Gewohnheiten. Sollten wir es schaffen, unsere alten Gewohnheiten aus der Vergangenheit abzulegen, steht uns eine digitale Revolution in der Beratungsbranche durch KI-Berater, KI-Coachs und KI-Therapeuten bevor. Auch in der Medizin werden durch KI große Durchbrüche erwartet, so unterstützen Algorithmen ärztliches Wissen und die daraus resultierenden Entscheidungen in Hinblick auf die Behandlungswege schon heute.

Neben großartigen Chancen und Möglichkeiten gibt es selbstverständlich auch einige Gefahren, denn wie heißt es so schön: Wo Licht ist, ist auch Schatten. Zu diesen zählt die Nutzung der KI als Waffe – sei es militärisch oder zu anderen kriminellen Zwecken, beispielsweise als Crime as a Ser-

vice. Darüber hinaus besteht das große Risiko, dass sich die Künstliche Intelligenz selbstständig macht und so eines Tages zu einer Bedrohung für unsere Menschheit wird.

Kurz gesagt: Die Technologien bringen das Potenzial mit, der »bessere« Mensch zu werden.

#### Wie müssen sich Unternehmen aufstellen, um mit der Entwicklung am besten Schritt halten zu können bzw. am meisten von ihr zu profitieren?

Diese Frage ist Gegenstand vieler Unternehmensberatungen. Eine positive Grundeinstellung sowie die Freude an einer technologischen Zukunft, welche bessere Leistungen bietet, spielt für die erfolgreiche Implementierung und Nutzung der Künstlichen Intelligenz in Organisationen eine große Rolle. Von KI kann auf verschiedene Weisen profitiert werden – je nach Branche unterscheiden sich die damit einhergehenden Vorteile stark. Branchenübergreifend lässt sich etwa eine Umsatzsteigerung, Motivations- und Produktionssteigerung sowie die Fehlerreduzierung feststellen. Zur Implementierung und dem anschließenden Einsatz sollte insbesondere folgende Frage beantwortet werden können: »Wo und wie können wir neue Technologien einsetzen, um Prozesse, Produkte und Dienstleistungen künftig zu verbessern«. Ergänzend dazu können auch verschiedene Zeithorizonte festgelegt werden.

»Mit Blick auf die Zukunft bleiben den Menschen insbesondere die Aufgaben erhalten, welche KI und Robotic nicht erlernen können. Das werden vor allem Berufsbilder sein, in denen »ein echter Mensch« weiterhin benötigt wird.«

#### Wie sieht es mit der Arbeitswelt aus – inwiefern wird sich diese aus Ihrer Sicht durch Künstliche Intelligenz verändern? Wie ordnen Sie die Rolle der KI ein und welche Rolle kommt dabei noch dem Menschen zu?

Die Arbeitswelt, wie wir sie heute kennen, wird sich fundamental verändern. Was meiner Ansicht nach viele Vorteile mitbringt – zwar müssen wir viel Neues erlernen und dabei so gut es geht Altes loslassen – allerdings birgt das ein großes Potenzial für die Menschheit. Man sagt, dass etwa zwei Drittel aller Schüler\*innen Berufe nachgehen werden, die es heute noch nicht gibt. Denn jede Technologie, die einen etablierten Arbeitsmarkt erobert oder sogar einen neuen schafft, sichert bestehende oder generiert neue Arbeitsplätze und dadurch auch neue Jobprofile.

Mit Blick auf die Zukunft bleiben den Menschen insbesondere die Aufgaben erhalten, welche KI und Robotic nicht erlernen können. Das werden vor allem Berufsbilder sein, in denen »ein echter Mensch« weiterhin benötigt wird. Es gilt also nicht nur den Fokus auf die Frage zu legen, wo moderne Technologien den Menschen ersetzen können, sondern gleichzeitig neue Rollen in der zukünftigen Arbeitswelt zu definieren und festzulegen.

#### Was würden Sie sich in Bezug auf die weitere Entwicklung und den Umgang mit KI wünschen?

Ich wünsche mir in Bezug auf die weiteren Entwicklungen und den Umgang mit neuen Technologien, dass uns bewusst wird, dass die Künstliche Intelligenz das mächtigste Werk-

zeug ist, welches wir jemals hatten. Denn mit diesem technologischen Fortschritt wird eine neue Phase des Internets eingeläutet, in welcher wir uns vornehmen sollten, die natürliche Angst mit einer weitaus berechtigteren Freude und Hoffnung zu ergänzen. Durch KI werden wir nicht nur leistungsfähiger und gesünder, sondern wir erschließen auch die Möglichkeit, viele menschliche Probleme lösen zu können. ■



Dr. Pero Mičić gilt international als führender Experte für Zukunftsmanagement.

Als Gründer und Vorstand der FutureManagementGroup AG berät er Unternehmen zu Zukunftsstrategien und ihrer Verwirklichung.

# Automatisierung im Service Desk

Vollautomatische Klassifizierung eingehender Tickets für eine effiziente Folgebearbeitung



Die automatische Klassifizierung von rund 30.000 Tickets pro Jahr bringt signifikante Aufwandseinsparungen und eine optimierte Servicequalität für den Service Desk.

## Herausforderung

Service Desks erhalten tagtäglich Hunderte E-Mails, Nachrichten, Kundenanfragen bzw. Tickets, welche von der verantwortlichen Person in der korrekten Abteilung zum richtigen Zeitpunkt verarbeitet werden müssen. Zudem ist es notwendig, das Service Desk-Personal für diese Aufgaben zu schulen und das nötige Know-how intern aufzubauen. Dabei ist die manuelle Klassifizierung der eingehenden Tickets sehr fehleranfällig, nimmt allein sehr viel Zeit in Anspruch und verzögert somit die eigentliche Bearbeitung in der zuständigen Abteilung. Dies kann insgesamt zu langen Bearbeitungszeiten und unzufriedenen Kunden führen.

Die automatische Ticketklassifizierung mit dem Almato Classifier, die auf Machine Learning (ML) basiert, kann hier Abhilfe schaffen. Ein entsprechend trainiertes KI-Modell kann Tickets schnell (24/7) und einfach klassifizieren und an die richtige Abteilung weiterleiten. Das spart Zeit sowie Kosten, steigert die Servicequalität und Verarbeitungsgeschwindigkeit.

## Lösung

Im Rahmen dieses Use Cases kommen Tickets in Form von E-Mails im Posteingang des Service Desks an. Die smarte ML-Lösung klassifiziert eingehende Tickets sofort nach den drei Merkmalen: Dringlichkeit, Auswirkung und Kategorie und

weist das Ticket direkt im Ticketsystem der entsprechenden Fachabteilung zu.

Vor Verwendung der KI-Lösung muss ein vorhandener Datenbestand bereits klassifizierter Tickets für das Modell-Training vorbereitet werden. Die Daten müssen für die weitere Verarbeitung in ein spezielles Format gebracht und können dann einfach trainiert werden. Im Rahmen des Trainings werden die Daten optimiert. Irrelevante Informationen werden beseitigt, Duplikate ausgeschlossen und ein Report liefert Informationen über die Qualität der Trainingsdaten.


Anschließend stellt die entwickelte KI-Lösung mittels automatischem Tuning (Training und Test mit verschiedenen Modellen und Einstellungen) fest, welches KI-Modell mit welcher Einstellung die höchste Genauigkeit aufweist. Im Anschluss wird auf dieser Basis automatisch das Modell mit der besten Accuracy ausgewählt und sofort eingesetzt. Die anderen Modelle werden verworfen.

Der ML-Service, der Almato Classifier, lässt sich hierbei besonders einfach in das Kundensystem integrieren, da er vollkommen unabhängig von der eingesetzten Ticketingsoftware ist. Die Einbindung des Almato Classifiers kann dabei über vier verschiedene Wege erfolgen. Einerseits können zuvor bereitgestellte REST-APIs von Entwickler\*innen direkt aus dem Ticketsystem verwendet werden. Andererseits kann die Einbindung über den Einsatz einer RPA-Lösung erfolgen, bspw. basierend auf der Almato RaaS-Plattform. Eine weitere Möglichkeit ist die Einbindung per BPMN-System, z. B. Camunda. Im vorgestellten Use Case wird mit einem Enterprise Service Bus der Posteingang überwacht und der Klassifizierungsservice aufgerufen. Mit dem daraus resultierenden Ergebnis wird dann automatisch ein Ticket im Ticketsystem erstellt und der verantwortlichen Bearbeitergruppe zugewiesen.

## Erfolg

Das Service Desk-Personal benötigt ein paar Minuten, um ein Ticket zu lesen, zu verstehen und, ggf. nach Recherche in einer Knowledge Base oder Rücksprache mit Kolleg\*innen, korrekt zu klassifizieren. Der hier vorgestellte ML-Service erledigt das in wenigen Millisekunden – 24h am Tag, ohne Pause. Dank des Textklassifizierungsservices wird die Bearbeitungszeit pro Ticket also signifikant gesenkt. Darüber hinaus können Tickets aufgrund der konstant korrekten Klassifizierung schneller und

effizienter in der richtigen Fachabteilung bearbeitet werden. Servicequalität und Kundenzufriedenheit steigen demzufolge und Mitarbeiter\*innen werden von der lästigen, fehleranfälligen und zeitraubenden Klassifizierungsaufgabe befreit.

Der Almato Classifier ist jedoch nicht nur für die Ticketklassifizierung relevant. Mithilfe des KI-Services kann jegliche Art von Eingangsdokument (z. B. Scans oder klassische E-Mails) klassifiziert und entsprechend weiterverarbeitet werden. Das Training der Engine dauert, solange ausreichend Trainingsdaten vorhanden sind, nur wenige Stunden. Für die anschließende Einbindung in die Systemlandschaft der Kunden werden bereits fertige REST-APIs bereitgestellt und die Integration für beispielsweise Microsoft Power Platform, UiPath, Automation Anywhere und die Almato RaaS-Lösung bereits vorbereitet. 

## Technologie

- Textklassifizierung
- Almato Classifier
- Machine Learning Service
- Software as a Service
- BPMN (Business Process Model and Notation)
- Hyperparameter-Tuning
- REST-APIs



# Aufbruch ins Neuland

»Die Zukunft kann man am Besten voraussagen, wenn man sie selbst gestaltet.«

Alan Kay



Andreas Baresel

»In der IT wird die Lücke zwischen den technologischen Möglichkeiten und den konkreten Bedarfen der anwendenden Unternehmen auch in Zukunft bestehen bleiben. Uns als IT-Dienstleister kommt die Aufgabe zu, diese Lücke mit intelligent vorgedachten CORBOX-Services, die den Anwender\*innen Einfachheit und bestmöglichen Nutzen bieten, zu schließen.«

**Andreas Baresel** ist seit Oktober 2018 Mitglied des Vorstands (CPO) von DATAGROUP und für die Ressorts Produktion und Portfoliomanagement verantwortlich. Er übernimmt im neuen Vorstand die Rolle des Vorstandsvorsitzenden von Max H.-H. Schaber.

Nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre hatte Andreas Baresel verschiedene leitende Positionen mit den Schwerpunkten Business Development und Portfolio-Entwicklung im Bereich IT-Consulting und Managed IT-Services inne.

Andreas Baresel kam 2012 mit dem Kauf der DATAGROUP Business Solutions GmbH (ehemals Consinto GmbH) ins Unternehmen und ist seit 2016 Geschäftsführer der DATAGROUP Business Solutions GmbH.



Oliver Thome

»DATAGROUP ist hervorragend aufgestellt, um von den künftigen Trends der IT, darunter Digitalisierung, Automatisierung und Security zu profitieren. Ich sehe uns ganz klar als den stärksten und besten Partner für sicheren IT-Betrieb des deutschen Mittelstands.«

**Oliver Thome** ist seit Oktober 2021 Mitglied des Vorstands von DATAGROUP und für die Ressorts Finanzen, Investor Relations und M&A verantwortlich.

Der Betriebswirt (VWA) hat bereits 15 Jahre Management-Erfahrung im IT-Sektor, sowohl im börsennotierten wie auch im inhabergeführten Mittelstand.

Bis zu seiner Tätigkeit bei DATAGROUP war er Geschäftsführer und CFO in Personalunion bei der Controlware Gruppe, einem Managed Service Provider aus Deutschland.



Dr. Sabine Laukemann

»IT durchdringt immer stärker unsere Lebenswelt und bildet immer stärker vernetzte Systeme. Umso wichtiger ist es, die menschliche Komponente nicht zu vernachlässigen, um IT für uns als soziale Menschen gut nutzbar zu machen.«

**Dr. Sabine Laukemann** ist ab April 2022 Vorständin bei DATAGROUP und für die Ressorts Personal, Organisation, Strategie und Recht verantwortlich.

Dr. Sabine Laukemann studierte Kommunikationswissenschaft und promovierte im Bereich M&A zum Thema Kommunikation im Unternehmenswandel. Nach Stationen in der Öffentlichkeitsarbeit kam sie früh in Berührung mit großen IT-Projekten.

Seit 2003 arbeitet sie in verschiedenen Verantwortungsbereichen bei DATAGROUP, zunächst als IT-Consultant und Leiterin Unternehmenskommunikation, dann als Geschäftsführerin einer Vorläufergesellschaft der heutigen DATAGROUP Consulting Services GmbH und schließlich seit 2018 als Generalbevollmächtigte Personal. Während ihrer Laufbahn im Unternehmen hat sie zahlreiche strategische Projekte entscheidend gestaltet, darunter den Börsengang 2006, den Aufbau des Investor Relations Bereichs, den Leitfaden für Unternehmenseingliederungen 100 Tage DATAGROUP sowie die Unternehmensstrategie 2020/2025.



# CORBOX – Rückenwind für Visionen

»Ich kann sagen, dass dies der größte Faktor ist – die Art und Weise, wie die Expedition ausgerüstet ist – die Art und Weise, in der jede Schwierigkeit vorhergesehen wird und Vorkehrungen getroffen werden, um sie zu bewältigen oder zu vermeiden. Der Sieg erwartet denjenigen, der alles richtig gemacht hat – Glück, wie die Leute es nennen.«

Roald Amundsen

Zwei Männer, eine Vision: Der erste Mensch am Südpol zu sein. Zwischen Roald Amundsen und Robert Scott entbrannte 1911 ein dramatisches Wettrennen unter widrigsten Bedingungen bei dem Vorstoß in Gebiete, in die sich noch nie ein Mensch zuvor gewagt hatte. Am Ende führte die akribische Vorbereitung und das bewährte Equipment von Amundsen zum Erfolg. Die Welt der IT befindet sich in ebenso stetem Wandel wie das Wetter der Arktis. In dieser wandelbaren Landschaft bildet CORBOX die Grundlage für den erfolgreichen Weg zum Ziel.

Keine Branche kann mehr ohne IT bestehen. Gleichzeitig wird IT immer komplexer, die Herausforderungen, gerade im Bereich Sicherheit immer größer. Unternehmen brauchen erfahrene Expert\*innen, um diese zu meistern. Doch wie kann

ein Unternehmen, insbesondere aus dem Mittelstand, diese interne Expertise aufbauen und die nötigen Fachkräfte binden, um die eigenen Visionen einer digitaleren Zukunft zu verwirklichen? Das geht nur, indem es auf einen erfahrenen IT-Dienstleister wie DATAGROUP setzt.

Der modulare Aufbau der CORBOX bietet Unternehmen die Möglichkeit, genau diejenigen IT-Services auszuwählen, die sie benötigen, um ihre internen Ressourcen zu ergänzen und zu entlasten. CORBOX ist die perfekte Grundlage, die die Digitalisierung von Unternehmen und Verwaltungen ermöglicht. Basierend auf jahrelanger Erfahrung, bewährter Vorgehensweisen und den besten IT-Expert\*innen ist sie die sichere Basis und das bewährte Equipment für Expeditionen in die wandelbare und herausfordernde Welt der Digitalisierung. ■

IT's that empowering.

# CORBOX: IT as a Service

On Premise oder in der Cloud? Kleiner Dienstweg oder großer IT-Dienstleister? Mobil oder im Büro? Zentrale IT-Services oder regional auf Augenhöhe? Mit der CORBOX bietet DATAGROUP ihren Kunden das Beste aus beiden Welten. Mit dem modularen Serviceportfolio deckt DATAGROUP die gesamte Bandbreite der Unternehmens-IT ab. Kunden wählen flexibel diejenigen Services aus, die sie und ihr Business am besten unterstützen. Maximale Flexibilität bei gleichzeitig höchster Qualität und partnerschaftlicher Zusammenarbeit sind der Kern unserer Arbeit, damit unsere Kunden sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und sicher sagen können: IT's that simple.

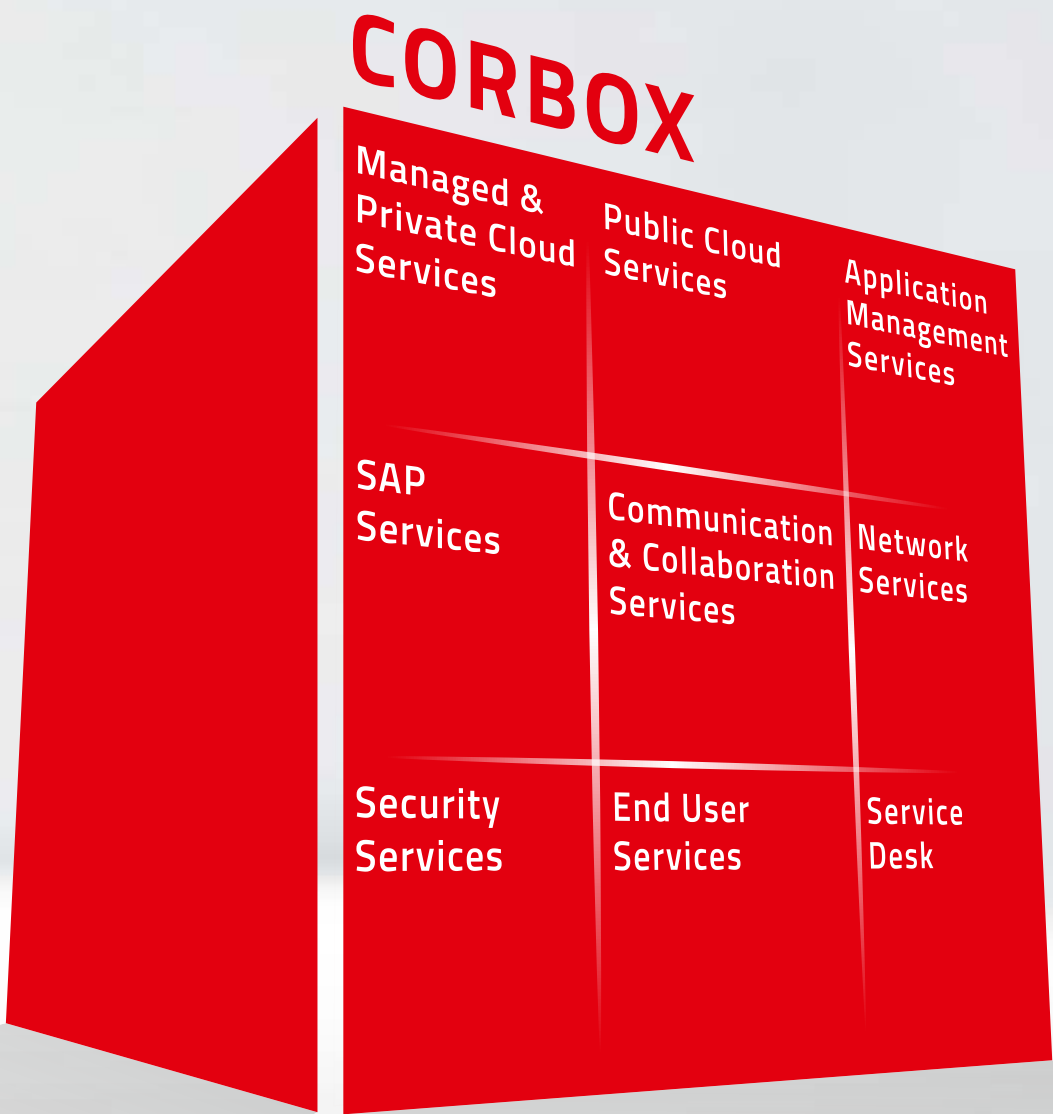
Was ist das Besondere an CORBOX? CORBOX bietet neun verschiedene Servicefamilien, die die gesamte Bandbreite der Unternehmens-IT vom Rechenzentrum bis Service Desk abdecken und deren Services sich flexibel je nach Bedarf des Kunden kombinieren lassen. Alle Serviceprozesse sind nach ISO 20000 standardisiert und qualitätsgesichert.

IT-Services werden zu Produkten mit genau definierten Qualitätsmerkmalen. Sie sind perfekt kompatibel, individuell kombinierbar und können dadurch sehr flexibel an den tatsächlichen Bedarf im Unternehmen angepasst werden. Damit wird die IT zum zuverlässigen und leistungsfähigen Produktionsmittel, das die Kunden befähigt, die digitale Transformation ihres Business voranzutreiben.

Mit CORBOX setzen Kunden auf maximale Flexibilität bei höchsten Leistungsstandards mit der Qualität von »Made in Germany«.

Dabei steht die CORBOX natürlich nie still, sondern wird kontinuierlich weiterentwickelt. Bestehende Services werden verbessert und neue Technologien in neue Services integriert. Ob Cloud-Angebote oder innovative Automatisierungslösungen wie Robots as a Service, CORBOX bleibt die zukunftsfähige Basis für die erfolgreiche Digitalisierung unserer Kunden.

IT's that simple bedeutet: Sie kümmern sich um Ihr Unternehmen. Wir kümmern uns um Ihre IT.



## Die Cloud als Grundlage – DATAGROUP als Cloud One-Stop-Shop

CORBOX fungiert auch als Cloud Enabling Plattform, indem DATAGROUP Public Cloud-Komponenten in das eigene Angebot integriert, durch zusätzliche Leistungen veredelt und mit den eigenen Cloud- und Outsourcing-Services modular kombiniert.

Denn die Cloud bildet die Grundlage bei der Realisierung von Digitalisierungsprojekten. Dabei stehen Kunden vor einer Vielzahl an Möglichkeiten, wenn es um die Wahl der richtigen Cloud geht: Private Cloud, Public Cloud, Multi Cloud oder doch lieber ein hybrides Modell?

Allein diese Fragestellung zeigt die Komplexität auf, der sich Unternehmen in Bezug auf die Cloud gegenübersehen. Der richtige Partner, der auf dem Weg in die Cloud unterstützt, ist dabei entscheidend für die erfolgreiche Realisierung.

DATAGROUP versteht sich als One-Stop-Shop für die Cloud und bietet die gesamte Klaviatur der Cloud-Möglichkeiten: von der Verwaltung sensibler Daten on Premise über die Private Cloud in einem der DATAGROUP-Rechenzentren in Deutschland bis hin zu Public Cloud Services und hybriden Modellen. Mit der Investition in Cloudeer gehört nun auch ein Cloud-Native Start-Up zur DATAGROUP-Familie. Die Multi Cloud-Expert\*innen beraten rund um Cloudifizierung und entwickeln eigene Softwarelösungen für die Cloud.

Die sorgfältige Analyse steht dabei bei DATAGROUP im Vordergrund. Aus ihr leitet sich ab, welches Cloud-Modell die Unternehmensziele des Kunden optimal unterstützt. Steht das Modell fest, unterstützt DATAGROUP über den gesamten Lebenszyklus hinweg: von der Migration der Anwendungen in die Cloud bis hin zur Orchestrierung. Durchgehend sorgt DATAGROUP dabei für die kontinuierliche Optimierung, damit die Anforderungen des Kunden an seine Cloud-Landschaft auch bei geänderten Bedingungen optimal erfüllt werden.





## IT-Transformation

DATAGROUP begleitet Unternehmen durch alle Phasen einer IT-Transformation mit dem Ziel, herausgelöste, zusammengeführte oder einfach organisch gewachsene IT-Landschaften schnell und verlustfrei in zukunftsorientierte IT-Umgebungen zu überführen. So stehen zum Beispiel viele Unternehmen vor der Herausforderung der Migration zu S/4HANA. Ein erfahrener Partner wie DATAGROUP unterstützt Unternehmen von der anfänglichen Analyse bis zum späteren IT-Betrieb und sorgt für eine erfolgreiche Migration und einen reibungslosen Betrieb.

### PROJEKTBEISPIEL: IT-CARVE-OUT UND IT-OUTSOURCING FÜR STARK DEUTSCHLAND

Für STARK Deutschland, einen führenden Baufachhandel, übernahm DATAGROUP den IT-Carve-Out aus dem ehemaligen Mutterkonzern und übernimmt im IT-Outsourcing Service Desk, Data Center, Mobile Device Management, End User Services und Network Services.

»DATAGROUP hat sich bei diesem Projekt als flexibler und zuverlässiger Partner erwiesen. Wir konnten gemeinsam trotz sehr anspruchsvoller Rahmenbedingungen (Stichwort Corona) ein erfolgreiches Projekt in der geforderten Zeit und in insgesamt guter Qualität abliefern.« Dirk Scheffler, CIO STARK Deutschland.

## IT-Solutions

IT-Lösungen sollen perfekt zum Unternehmen passen und mit den Anforderungen wachsen. Neben IT-Standardisierungsleistungen richtet DATAGROUP mit seinem Solutions-Geschäftsbereich den Fokus auf kundenindividuelle Projekte. Hierzu gehören beispielsweise die Entwicklung von Business-Apps oder die Digitalisierung von Instandhaltungsprozessen mit Hilfe des Internet of Things (IoT).

### PROJEKTBEISPIEL: INSTANDHALTUNGSLÖSUNG OPRA BEI MIELE BEREICHSÜBERGREIFEND IM EINSATZ

Mit Hilfe der SAP-basierten Instandhaltungslösung OPRA von DATAGROUP konnte Miele Instandhaltungsprozesse digitalisieren. Über prozessorientierte Benutzeroberflächen bietet die Anwendung auf beliebigen mobilen Endgeräten umfassende und kontextbezogene Informationen auf Knopfdruck.

»An OPRA hat uns im ausführlichen Vergleich mit Wettbewerbsprodukten insbesondere die Einbettung ohne Schnittstellen in SAP und die sehr schlüssige Benutzerführung gefallen.« Oliver Braun, Smart Maintenance bei Miele.

## One DATAGROUP – in ganz Deutschland

### LOKALE MARKTEINHEITEN UND ZENTRALE LIEFEREINHEITEN SORGEN MIT DEM DATAGROUP-PRODUKTIONSMODELL FÜR EINE OPTIMALE KOMBINATION AUS WIRTSCHAFTLICHKEIT UND KUNDENNÄHE.

Hochstandardisierte Prozesse und Services, die beständig verbessert werden, sind die eine Seite der Erfolgsmedaille. Nähe zu den Kunden die andere! DATAGROUP setzt dafür mit seinem Produktionsmodell auf eine optimale Kombination von lokaler und zentraler Produktion. Das bedeutet: Teile der Serviceproduktion – Service Desk, Data Center Operations, Application Management Services und SAP Services – sind in zentralen Liefereinheiten zusammengefasst. Das bringt Skalen- und Qualitätsvorteile durch Spezialisierung und eine bessere Auslastung von Expert\*innen und Systemen. Diese Entwicklung hin zu mehr Effizienz, besseren Organisationseinheiten und der Bündelung von Kompetenzen wird konsequent weitergetrieben.

Die Produktion der übrigen CORBOX-Leistungen, zum Beispiel End User Services oder Security Services, erfolgt an lokalen Standorten in allen wichtigen Wirtschaftsregionen Deutschlands. Auch das gesamte Service Management und die Verantwortung gegenüber dem Kunden, dass das Leistungsversprechen eingehalten wird, liegt bei den lokalen DATAGROUP-Markteinheiten vor Ort. Sie sind mit ihren Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern an der Spitze der zentrale Ansprechpartner auf Augenhöhe für Kunden.

Das kombinierte Produktionsmodell mit lokalen Markteinheiten und zentralisierten Liefereinheiten erlaubt es DATAGROUP alle CORBOX-Services effizient und in höchster Güte in Deutschland zu produzieren und gleichzeitig die Nähe zu den Kunden zu gewährleisten.

# DATAGROUP wächst

Mehr Expertise und Spezialisierung

Eine der Wachstumssäulen von DATAGROUP ist die bewährte und erfolgreiche Akquisitionsstrategie des Unternehmens. Seit dem Börsengang 2006 konnte DATAGROUP 29 Unternehmen übernehmen und erfolgreich in den Gesamtkonzern eingliedern. Mit der Übernahme von IT-Unternehmen verfolgt DATAGROUP verschiedene Ziele: die Erweiterung des Portfolios, die Diversifizierung des Kundenportfolios, das Gewinnen qualifizierter Mitarbeiter\*innen sowie neuer Technologien und den Ausbau der regionalen Präsenz.

Akquisitionen bieten die Möglichkeit, schnell und vergleichsweise kostengünstig qualifizierte Mitarbeiter\*innen zu gewinnen. Der Fachkräftemangel, insbesondere in Ballungszentren, ist gerade in der IT enorm und der Wettbewerb hoch. Darüber hinaus wird mit der Übernahme neuer Unternehmen das Kundenportfolio weiter diversifiziert und die Grundlage dafür geschaffen, auch in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten erfolgreich für die Zukunft aufgestellt zu sein.

Die Profitabilität der Zielunternehmen spielt bei Akquisitionen zunächst eine nachgelagerte Rolle: DATAGROUP kauft sowohl Sanierungsfälle als auch profitable Unternehmen.

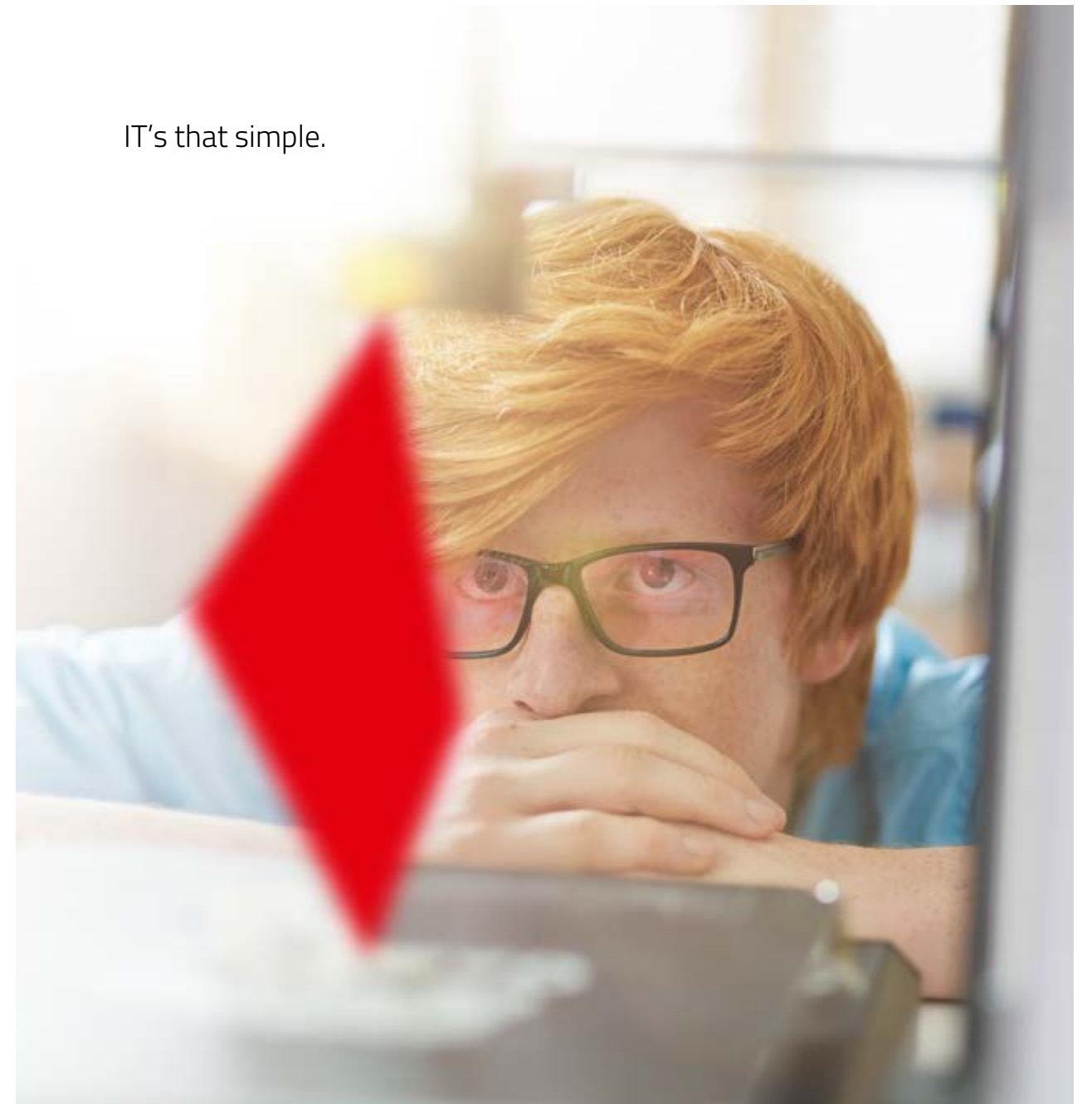
Entscheidend ist, dass die Neuzugänge das Potenzial mitbringen, nachhaltig im DATAGROUP-Konzern eine hohe Profitabilität zu erreichen. Kompetenz in der Neuausrichtung sanierungsbedürftiger Unternehmen hat DATAGROUP bereits mehrfach unter Beweis gestellt.

In den beiden Jahren 2021 und 2022 ergänzen drei neue Unternehmen die DATAGROUP-Familie: URANO, dna und Hövermann IT. Mit URANO verstärkt sich DATAGROUP um 300 Fachkräfte und baut seine Präsenz in den Regionen Rheinland-Pfalz und Hessen aus. Das Unternehmen ist seit mehr als 30 Jahren im Bereich der IT-Dienstleistungen aktiv und seit Jahren verlässlicher Partner für die Landesbehörden der Bundesländer.

Mit dna gewinnt DATAGROUP einen weiteren Experten im Bereich IT-Dienstleistungen für die Finanzbranche hinzu. Zusammen mit DATAGROUP BIT Düsseldorf und DATAGROUP BIT Hamburg bildet DATAGROUP damit ein schlagkräftiges Team aus Expert\*innen für den Banking und Insurance Bereich, das eine große Bandbreite an IT-Dienstleistungen anbietet, die genau auf die hohen Anforderungen dieser Branchen zugeschnitten sind.

Die Hövermann IT mit Sitz in Ibbenbüren (Nordrhein-Westfalen) fokussiert sich mit einem rund 55-köpfigen Team auf kleinere und mittlere Unternehmenskunden. Mit seinem Angebot an IT-Services, IT-Consulting und der SAP Business One Expertise ist Hövermann der größte Full-Service-Dienstleister seiner Region. Das Unternehmen ist seit Jahren zertifizierter Gold Partner bei SAP und Microsoft und verstärkt somit diese Kompetenzen der DATAGROUP. ■

IT's that simple.





# Kundenzufriedenheit

Bestnoten für Kundenzufriedenheit

## Ausgezeichnete IT-Services

Eine der Grundlagen des Erfolgs von DATAGROUP ist der hohe Qualitätsanspruch an die eigenen Leistungen – technisch wie auch menschlich. Kundenzufriedenheit ist ein zentrales Ziel der Arbeit von DATAGROUP. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeitet DATAGROUP proaktiv und partnerschaftlich Seite an Seite mit den Kunden und entwickelt das eigene Leistungsportfolio kontinuierlich weiter, um den sich wandelnden Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden.

Dass dies funktioniert, zeigen zahlreiche Auszeichnungen im vergangenen Jahr. Bei der Studie des Marktforschungsinstituts Whitelane und der Beratungsgesellschaft Navisco zum IT-Outsourcing in Deutschland erreicht DATAGROUP Platz 4 unter den Top 10 im Ranking der Kundenzufriedenheit. Kunden schätzen insbesondere die Flexibilität, das tiefgreifende Verständnis von Business Prozessen und die Transformationsleistungen von DATAGROUP.

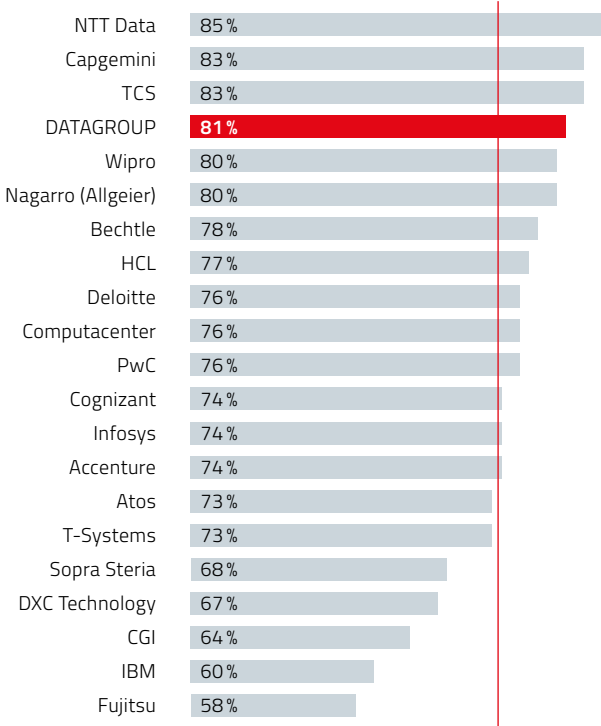
### WEITERE AUSZEICHNUNGEN

- Beste IT-Dienstleister 2021 brand eins und Statista
- Top 10 IT-Serviceunternehmen  
Lünendonk und Hossenfelder

## Engagement

Verantwortung für Mitarbeiter\*innen, Kund\*innen, Investor\*innen und die Gesellschaft – das sind Kernpfeiler der DATAGROUP-Strategie. Seit 2020 veröffentlicht DATAGROUP einen ESG Report. ESG steht für Environment, Social & Governance und stellt in einem Dokument die Unternehmensgrundsätze als Arbeitgeber, Dienstleister, börsennotiertes und verantwortungsvolles Unternehmen dar. Der Report kann auf der DATAGROUP-Website unter [datagroup.de/esg](https://www.datagroup.de/esg) gelesen oder heruntergeladen werden.

Neben den zentralen Grundpfeilern und Ansätzen fördert DATAGROUP als dezentral organisiertes Unternehmen das lokale Engagement der Mitarbeiter\*innen vor Ort. Ob durch Spenden oder den persönlichen Einsatz der Mitarbeiter\*innen werden auf diese Weise zahlreiche regionale Projekte unterstützt – von karitativen Vereinen über die Jugendförderung bis hin zu Sportvereinen und im letzten Jahr natürlich besonders für die Opfer der Flutkatastrophe in Deutschland.



Durchschnitt = 72 %

Allgemeine Kundenzufriedenheit  
Quelle: IT Outsourcing Studie Deutschland 2021  
von Whitelane Research und Navisco AG



# Saubere IT-Lösung

OPRA, die mobile Instandhaltungslösung ist bereichsübergreifend bei Miele im Einsatz



Vor drei Jahren fiel bei Miele die Entscheidung: In der Instandhaltung sollten künftig mobile Prozesse etabliert werden. Die meisten Werke des deutschen Traditionsunternehmens nutzen für die Instandhaltung das dafür vorgesehene SAP-Modul EAM. Die damit einhergehenden Prozesse sind manuell gesteuert und Informationen laufen über Papier. Die umfangreiche Suche nach einem System, dass SAP EAM sinnvoll um digitale Prozesse ergänzen kann, mündete Anfang 2018 in der Entscheidung für OPRA. Seit Anfang des Jahres 2019 ist die SAP-basierte Anwendung von DATAGROUP zur Instandhaltung mobiler und stationärer Anlagen und Geräte für alle Miele-Werke verfügbar. Über prozessorientierte Benutzeroberflächen bietet die Anwendung auf beliebigen mobilen Endgeräten umfassende und kontextbezogene Informationen auf Knopfdruck. OPRA ist vollständig in SAP integriert und erweitert das EAM-Modul um eine benutzerfreundliche Prozessgestaltung.

## SAP Add-on mit schlüssiger Benutzeroberführung

Oliver Braun aus der Abteilung »Smart Maintenance« der Miele & Cie. KG ist seit 33 Jahren im Werk Gerätefertigung am Standort Gütersloh tätig. »An OPRA hat uns im ausführlichen Vergleich mit Wettbewerbsprodukten insbesondere die Einbettung ohne Schnittstellen in SAP und die sehr schlüssige

Benutzeroberführung gefallen. Auch das Lizenzmodell in Verbindung mit SAP war interessant. Insgesamt bot DATAGROUP die wirtschaftlichste Alternative«, begründet er die Produktentscheidung.

DATAGROUP verwendet für ihre Instandhaltungslösung den Fiori Client SAP und greift damit das Konzept der neuen SAP-Benutzeroberflächen in ihrer Software auf – für Miele ein weiterer Pluspunkt. Fiori läuft auf jedem Browser, auf dem PC ebenso wie auf dem Tablet oder Smartphone. Die Instandhaltungssoftware greift zudem direkt auf SAP zu, ohne Schnittstellen oder eine Middleware dazwischen.

## Am Ort der Wertschöpfung alle Informationen gebündelt

Der praktische OPRA-Einsatz bei Miele startete an den deutschen Standorten Gütersloh, Bielefeld und Oelde; die internationalen Werke sollen sich kurz- bis mittelfristig peu à peu hinzuschalten. In Gütersloh befindet sich das Kompetenzzentrum Wäschepflege. Geschirrspüler und Staubsauger werden in Bielefeld gefertigt, Herde und Backöfen in Oelde. Allein in Gütersloh arbeiten rund 5.250 Menschen für Miele. Die Produktionsanlagen in diesen Werken werden nun mit OPRA gewartet, ebenso wie die technische Gebäudeausstattung. Über die OPRA-Applikationen auf ihren Mobilgeräten können



die Instandhalter\*innen ihre Aufträge selbst herausfiltern und die aufgewendete Arbeitszeit direkt zurückbuchen.

So wird der administrative Bereich enorm entlastet. In OPRA sind hinter jedem Auftrag Bedienungsanleitungen und alle weiteren Dokumente zum betreffenden Bauteil hinterlegt und können angezeigt werden. »Am Ort der Wertschöpfung hat jeder alle Informationen, die er braucht«, so Oliver Braun. Bei der Prüfung etwa eines Hubwagens muss niemand mehr einen Zettel mit den Stammdaten ausfüllen, einscannen und in SAP speichern. Direkt auf dem mobilen Gerät werden die einzelnen Punkte einer Checkliste abgehakt, am Ende erzeugt OPRA automatisch ein Prüfprotokoll als PDF und legt es im Dokumentenmanagementsystem von Miele ab.

## Einheitliche Prozesse für »Production« und Cross Plant Services

Der Bereich Cross Plant Services ist eine eigene Abteilung mit eigenem Instandhaltungsteam. Auch dieses arbeitet mit der neuen Lösung in der ganzen Bandbreite an Einsatzmöglichkeiten: sei es in der Staplerwerkstatt, für die Wartung von Verladebrücken, für Sicherheitsprüfungen von Feuerschutztüren, Reparaturen sanitärer Einrichtungen u.v.m. Im Endausbaustadium sollen 400 mobile Geräte bei Miele mit dem OPRA-Client ausgegeben werden, an allen – auch – aus-

## Über Miele

Miele ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Hausgeräten. Hinzu kommen Geräte für den gewerblichen Einsatz sowie Reinigungs-, Desinfektions- und Sterilisationsgeräte für medizinische Einrichtungen und Labore. Das 1899 gegründete Unternehmen unterhält acht Produktionsstandorte in Deutschland, je ein Werk in Österreich, Tschechien, China, Rumänien und Polen sowie die zwei Werke der italienischen Medizintechnik-Tochter Steelco Group. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2021 rund 4,84 Milliarden Euro. In fast 100 Ländern/Regionen ist Miele vertreten. Weltweit beschäftigt der Konzern etwa 21.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, etwa 11.400 davon in Deutschland. Hauptsitz ist Gütersloh in Westfalen.

[www.miele.de](http://www.miele.de)

ländischen Standorten, die aktuell mit SAP arbeiten. Kleinere Werke ohne SAP werden folgen. Zusätzlich will Miele seine Produzenten\*innen, die traditionell in den Instandhaltungsprozess einbezogen sind, auch über OPRA einbinden.

In enger Zusammenarbeit wurde mittlerweile das Software Release 2.2.2 erfolgreich eingeführt. In das Upgrade auf das neue Release sind viele individuelle Wünsche seitens Miele eingeflossen.

»An OPRA hat uns im ausführlichen Vergleich mit Wettbewerbsprodukten insbesondere die Einbettung ohne Schnittstellen in SAP und die sehr schlüssige Benutzeroberführung gefallen. Auch das Lizenzmodell in Verbindung mit SAP war interessant.«

Oliver Braun, Abteilung Smart Maintenance ■



# Zukunft voraus!

Wie der DATAGROUP Vorstand die nahe Zukunft sieht

## Wie sieht die IT-Welt 2030 aus?

**Baresel:** Bis 2030 wird sich natürlich extrem vieles in der IT verändern, denn die Innovationsgeschwindigkeit wird sicher nicht abnehmen. Vor allem IT-Sicherheit mit all seinen Facetten wird ein alltägliches und zentrales Thema sein, das sich durch alle Bereiche zieht. Ich gehe davon aus, dass insbesondere die Bereiche Informationssicherheit und Datenschutz, also die Frage, wie die Speicherung und Nutzung personenbezogener und sensibler Daten effizient verwaltet wird, neu gedacht werden muss. Hier werden bekannte Services wie Identity Management, aber auch ganz neue Serviceansätze wie »Informationssicherheit as a Service« standardmäßig Bausteine in den Serviceportfolios unserer Kunden sein.

Außerdem werden sich 2030 Devices und Applikationen weiter entkoppelt haben, ähnlich wie man es heute von den B2C Services schon gewohnt ist. Heutzutage kann man diese alle schon Orts- und Device-übergreifend nutzen. Das wird zukünftig für Business Applikationen auch gefordert sein, so dass neben dem Identity Management auch das Access Management als leistungsfähiger Service verfügbar sein muss.

Ich denke auch, dass die cloudorientierte Bereitstellung von Services, das heißt die flexible nutzungsabhängige Buchung von Services über das Internet, der Normalfall sein wird und sich auf dem Cloudmarkt, neben den Hyperscalern, auch mittlere und kleine Anbieter etabliert haben und die Wertschöpfungskette sich wieder stärker differenziert hat. Hier wird es auch hochspezifische Applikationen und Lösungen as a Service geben, so dass fachliche Differenzierungsmerkmale wieder vor Skaleneffekten an Bedeutung gewinnen.

Ich denke zudem, dass die Lücke zwischen den technologischen Möglichkeiten und der technologischen Kompetenz in den anwendenden Unternehmen bestehen bleibt, so dass uns als IT-Dienstleister weiter die Aufgabe zukommt, diese mit intelligent vorgedachten Services, die dem Anwender den bestmöglichen Nutzen in seinem Business bieten, zu schließen.

**Thome:** Wesentliche Treiber werden Digitalisierung, Automatisierung und zunehmend auch der Bereich Security sein. In den kommenden Jahren werden die Themen Datensicherheit, -herkunft und -auswertung bis hin zur Prozessautoma-

tisierung zu einem grundlegenden Wandel in allen Industriebereichen führen. Gleichzeitig steigt mit der Digitalisierung auch die Bedeutung von Datensicherheit, da immer mehr Geräte in einem Netz arbeiten und Hackerangriffe immer häufiger auftreten.

Eine weitere Herausforderung wird nach wie vor der Fachkräftemangel in der IT sein. Ich sehe hier keine Anzeichen, dass sich dieser auflöst, im Gegenteil, es kommt zu immer mehr Spezialisierungen, die benötigt werden. Auch die Absicherung der IT-Landschaft ist eine große Aufgabe, die Gefahr eines Betriebsstillstandes durch IT-Angriffe steigt zunehmend.

In der Kombination bedeutet das, dass im Mittelstand immer mehr Aufgaben an IT-Dienstleister übergeben werden. Es wird eine größere Offenheit gegenüber dem Outsourcing von IT-Dienstleistungen geben, allein um diese Herausforderungen abzufangen und sich auf das eigentliche Kerngeschäft und nicht die IT konzentrieren zu können.

»In den kommenden Jahren werden die Themen Datensicherheit, -herkunft und -auswertung bis hin zur Prozessautomatisierung zu einem grundlegenden Wandel in allen Industriebereichen führen.«

Oliver Thome

**Laukemann:** IT wird unsere Lebenswelt noch stärker durchziehen, als das heute schon der Fall ist. Wir werden in allen Lebensbereichen IT-Tools und Anwendungen sehen, die sich immer stärker miteinander vernetzen und ein integriertes System bilden. Es wird kaum mehr Branchen oder Arbeitsbereiche geben, die ohne einen sehr hohen Anteil an IT-gestützten Geschäftsprozessen auskommen werden.

Umso wichtiger wird es, dass bei aller Technisierung die menschliche Komponente nicht aus den Augen verloren wird. Es geht darum, dass wir die Möglichkeiten schaffen, IT für uns als soziale Wesen gut nutzbar zu machen. Dieser Faktor Mensch wird für uns als Dienstleister, in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden aber auch insgesamt ein wesentlicher Wert sein, auf den wir weder verzichten können noch wollen, denn engagierte Mitarbeiter\*innen sind unser Differenzierungsmerkmal.



#### Wie sieht DATAGROUP 2030 denn dann aus?

**Baresel:** Wenn wir es gemeinsam schaffen, unseren erfolgreichen Weg fortzusetzen, wird DATAGROUP 2030 ein Milliardenunternehmen sein und das Ziel erreicht haben, der führende IT-Dienstleister in unserem Markt zu sein. Ich denke auch, dass unser Ansatz aus Dezentralität und gemeinsamer Kultur, Marke und Prozessen, also das Verbinden von Gegensätzen, ein wichtiger Bestandteil unseres Erfolgsmodells sein wird, das wir uns auch bei zunehmender Größe bewahren müssen.

Unsere Arbeitswelt hingegen wird deutlich anders aussehen. Ich denke, dass es normal werden wird, zahlreiche Arbeitsmodelle unter einem Dach zu vereinen, die es jedem ermöglichen, sein persönliches Lebensmodell zu realisieren – ob Teilzeit, Remote oder ganz neuartige Arbeitsweisen.

Nach wie vor wird sich unsere gemeinsame Mission jedoch nicht ändern: Wir sorgen, mit dann sicher noch viel mehr Menschen, bei DATAGROUP dafür, dass unsere Kunden in der weiterhin komplexen Welt der IT-Technologien entlastet werden und diese möglichst sorgenfrei für ihr Business nutzen können.

**Thome:** DATAGROUP ist aus meiner Sicht hervorragend aufgestellt, um die Herausforderungen zu meistern und von den Trends zu profitieren. Ich sehe uns als den starken und zuverlässigen Partner für IT-Transformation und sicheren IT-Betrieb für den deutschen Mittelstand. Wir bringen die Erfahrung und kontinuierliche Weiterentwicklung in den Bereichen Sicherheit, Performance und Business Enabling mit, die essenziell sind.

**Laukemann:** Wir werden der führende IT-Dienstleister für Unternehmen und Organisationen aus dem Mittelstand in Deutschland sein. Mit unserer außergewöhnlich hohen

Servicequalität werden wir für unsere Kunden Wegbegleiter durch verschiedene Lebensphasen sein. Wir werden sie dabei unterstützen, mit der Technisierung Schritt zu halten und sie vor allen Dingen für sich gut nutzbar zu machen.

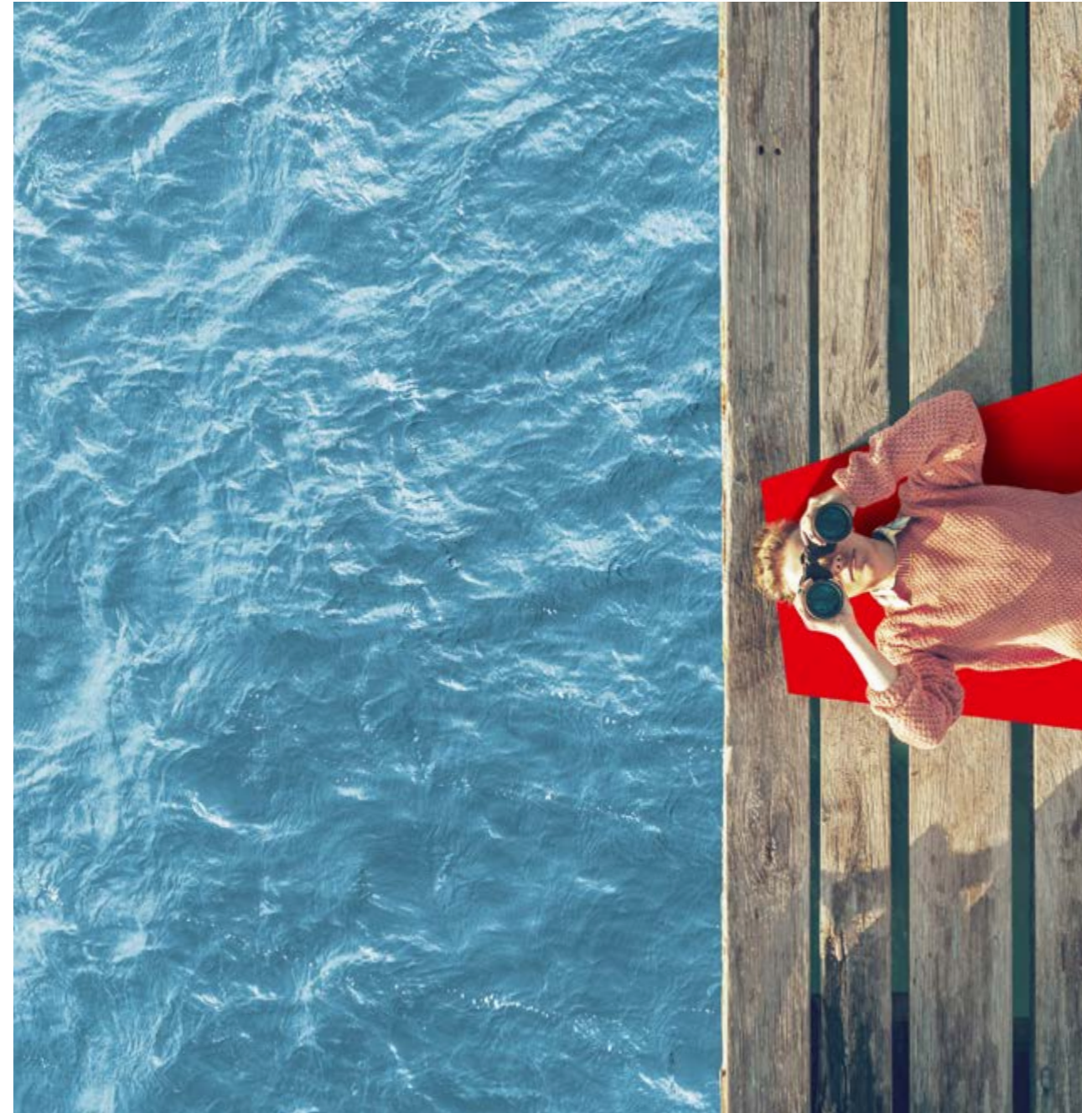
Unsere großartigen Mitarbeiter\*innen sind hierfür die absolute Grundlage. Deshalb werden wir die besten Talente auf dem Markt suchen und für diese ein attraktiver Arbeitgeber und beruflicher Lebenspartner sein.

#### Was würden Sie sich für die Zukunft von DATAGROUP wünschen?

**Baresel:** Ich hoffe, dass wir auf dem Weg noch viele Menschen und Unternehmen für DATAGROUP begeistern können. Außerdem, dass dieses Gemeinschaftsgefühl bei DATAGROUP erhalten bleibt, beziehungsweise sich weiter verstärkt: dass alle Mitarbeiter\*innen einer dezentral organisierten Gruppe sich als Teil der DATAGROUP-Familie verstehen und diese gemeinsam und mit viel Spaß erfolgreicher machen.

**Thome:** Ich wünsche mir für DATAGROUP, dass wir trotz unseres starken Wachstums unsere Unternehmenskultur bewahren und pflegen. Dass wir nicht nur für unsere Mitarbeiter\*innen, sondern auch für Unternehmer\*innen auf der Suche nach Unternehmensnachfolge ein hochattraktiver Partner bleiben. Also Menschen und Unternehmen für uns gewinnen können, die unser Werteverständnis teilen und Bestandteil von DATAGROUP sein möchten.

**Laukemann:** Dass uns genau das gelingt: Unsere heutigen und künftigen Mitarbeiter\*innen, Kund\*innen und Geschäftspartner\*innen für uns und unsere Vision zu begeistern. Aber auch, dass wir bei all dem Wachstum das bewahren und weiterentwickeln, was uns schon heute auszeichnet: den DATAGROUP-Spirit. 📌



Andreas Baresel, CEO



Oliver Thome, Vorstand



Dr. Sabine Laukemann, Vorstand

»Wir werden der führende IT-Dienstleister für Unternehmen und Organisationen aus dem Mittelstand in Deutschland sein.«

Dr. Sabine Laukemann



# 18 Jahre Karriere bei DATAGROUP

Von Berufseinsteigern zu Geschäftsführern: Kai-Ole Kirsten und Jan-Hendrik Wöltjen



18 Jahre in einem Unternehmen sind eine beachtliche Zeit. Zeit in der DATAGROUP sich kontinuierlich zu einem Powerhouse der deutschen IT-Dienstleister entwickelt hat. Diese Entwicklung miterlebt und gestaltet haben Jan-Hendrik Wöltjen und Kai-Ole Kirsten, die seit 2021 Geschäftsführer der DATAGROUP in Bremen sind.

Angefangen haben beide als Auszubildende bei messer-knecht, ein Traditionsunternehmen im Norden, das jedoch während ihrer Ausbildung immer mehr in Schieflage geriet – bis es von DATAGROUP akquiriert wurde. Seitdem haben beide Karriere bei DATAGROUP gemacht. »Wir haben beide den Sprung vom klassischen Systemhaus in die Service Provider-Welt erlebt. Es war sehr spannend, unser Kernportfolio CORBOX aufzubauen, in die Mannschaften zu tragen und die rasante Entwicklung des Unternehmens mitzuerleben und zu gestalten.«, so Jan-Hendrik.

Die Karriere der beiden verlief stets im Tandem, auch wenn beide unterschiedliche Schwerpunkte legten, die ihnen nun als Geschäftsführer zugutekommen. »Ich habe im Vertrieb angefangen und mich dann in Richtung Projektmanagement entwickelt.«, erzählt Kai-Ole. »Es war sehr spannend, die vielen Professionalisierungs- und Reifegrade in diesem Bereich mitzumachen und die unterschiedlichsten Kunden kennenzulernen und unterstützen zu können.«

Jan-Hendrik hingegen hat eine technische Ausbildung absolviert und zu Beginn vor allem viel im Bereich klassisches Systemhaus gearbeitet, bevor er sich dazu entschied, die Perspektive zu wechseln und zuerst in den Bereich Pre Sales einzusteigen und später die Leitung Consulting zu übernehmen. »Ich schätze an DATAGROUP besonders, dass man sich als Mitarbeiter\*in entwickeln kann, über die Grenzen des eigenen Fachbereichs hinaus, aber auch über regionale Grenzen hinweg. Wenn man Lust auf ein Thema hat, dann tut DATAGROUP alles dafür, Perspektiven für den/die Mitarbeiter\*in zu schaffen und ihn/sie zu fördern«, erklärt Jan-Hendrik.

Schließlich wurden beide Co-Geschäftsführer in Bremen. Obwohl sie im Laufe ihrer Karriere mehrere Schritte mitgemacht haben, war der Übergang jedes Mal spannend und von neuen Herausforderungen geprägt. »Dass wir als Geschäftsführer das Unternehmen und unsere Kunden so gut kennen, kommt uns eindeutig zugute. Wir haben teils jahrelange Kundenbeziehungen und auch innerhalb des Unternehmens sind wir sehr gut vernetzt«, erklärt Jan-Hendrik. Gleichzeitig sind die Verantwortung und der Fokus als Geschäftsführer natürlich ein anderer. »Mit jedem Karriereschritt übernimmt man mehr Verantwortung, muss aber gleichzeitig auch immer unternehmerischer denken, der Fokus wird also weiter. Das ist durchaus eine Herausforderung, wenn man so lange und mit so viel Herzblut dabei ist wie wir: Das Operative loszulassen und sich eher auf das Gesamtbild zu fokussieren.«, erklärt Kai-Ole.

Nach 18 Jahren im Unternehmen sind beide weiter von der Strategie überzeugt und freuen sich darauf, die Zukunft als Geschäftsführer mitzugestalten. »Wir sind in engem Austausch mit unseren Kunden in Bremen und schauen, wo sie und der Markt sich hin entwickeln«, so Jan-Hendrik. »Viele stehen vor der Herausforderung, die zu ihnen passende IT-Strategie zu entwickeln: Mache ich das noch selbst oder gehe ich mit DATAGROUP den Weg in die Cloud? Unsere Aufgabe als Geschäftsführer ist es, die Vorteile unseres CORBOX-Portfolios auf unseren Markt herunterzubrechen. IT ist nie ein Selbstzweck, es geht klar darum, dass unsere Kunden Vorteile gewinnen.«

Kai-Ole ergänzt: »Die Beratungsleistung wird immer wichtiger. Es ist entscheidend, proaktiv zu sein, individuell auf jeden einzelnen Kunden einzugehen, die Eigenheiten der jeweiligen Branchen zu verstehen und die Lösung entsprechend anzupassen. Partnerschaft auf Augenhöhe ist für uns kein Slogan, sondern etwas, das wir aktiv leben.« ■

»Dass wir als Geschäftsführer das Unternehmen und unsere Kunden so gut kennen, kommt uns eindeutig zugute. Wir haben teils jahrelange Kundenbeziehungen und auch innerhalb des Unternehmens sind wir sehr gut vernetzt.«

Jan-Hendrik Wöltjen

# Expedition Cloud

DATAGROUP auf dem CloudFest 2022 im Europa-Park Rust



Der Extremexpeditionist Michael Martin auf seiner Expedition in Queen Maud Land, Antarktis

Kaum eine Landschaft auf dieser Erde stellt den Menschen vor so große Herausforderungen wie die Polarregionen. Eisige Kälte, schneidende Winde, dazu die Einsamkeit und das Wissen: Der nächste Mensch, die nächste Hilfe, ist meilenweit entfernt. Es ist ein besonderer Schlag Mensch, der sich in solche Umgebungen wagt. Es erfordert Mut, Risikobereitschaft, die richtigen Partner und vor allem tadellose Vorbereitung und Expertise.

Der Weg in die Cloud zeigt für Unternehmen viele Parallelen mit einer Polarexpedition. Auch wenn die Cloud für viele längst zum Alltag gehört, bietet sie Unternehmen zahlreiche Chancen, die nur darauf warten, ergriffen zu werden. Gefährlich wird es, wenn der Weg zum Ziel und die damit verbundenen Herausforderungen unterschätzt werden. Unternehmen können dabei viel von Polarexpeditionen lernen:



## Auf das richtige Team kommt es an

Auf einer Expedition in einer der unwirtlichsten Gegenden der Erde muss sich jedes Teammitglied blind auf das andere verlassen können. Nicht nur das, jeder Einzelne muss die richtige Expertise mitbringen, die sich perfekt ergänzt, um die Herausforderungen auf dem Weg zu meistern.

Ähnlich ist es bei dem Weg in die Cloud. Es braucht den richtigen Mix aus Expert\*innen in den richtigen Rollen. Da die IT in ständigem Wandel ist, gilt es die richtige Expertise und die passenden Rollen regelmäßig zu hinterfragen und anzupassen.

»Sowohl in der Arktis als auch auf dem Weg in die Cloud gibt es ganz unterschiedliche Tools und Prozesse in verschiedensten Kombinationen, die Unternehmen einsetzen können, um ihr Ziel zu erreichen.«

## Die Ausrüstung: Optimale Tools und Methoden

Es ist unmöglich, die Herausforderungen der Arktis ohne die richtige Ausrüstung zu meistern. So setzte Robert Scott unter anderem auf Motorschlitten, die er in Frankreich und Norwegen testete und die in der Arktisumgebung versagten und über lange Strecken von den Expeditionsteilnehmern mitgezerrt werden mussten. Die Expedition endete in einer Katastrophe.

Sowohl in der Arktis als auch auf dem Weg in die Cloud gibt es ganz unterschiedliche Tools und Prozesse in verschiedensten Kombinationen, die Unternehmen einsetzen können, um ihr Ziel zu erreichen. Doch diese Tools und Methoden sollten ausführlich getestet und perfekt auf die speziellen Herausforderungen der Expedition abgestimmt sein. Dabei gilt es, zahlreiche Schritte vorzudenken, um mit den passenden Tools ans Ziel zu gelangen, denn jeder Abschnitt der Reise ist unterschiedlich. Agnostische Infrastrukturen und Coding Tools wie Terraform oder Helm für Container ermöglichen mit der richtigen Vorgehensweise die optimale Skalierung der eigenen Umgebung.



# Optimierung statt Kompromisse für einen sicheren Hafen

Die Arktis ist nicht nur der kälteste, sondern auch der windigste Kontinent der Erde. Die Winde können schnell Orkanstärke erreichen – insbesondere mit der Kälte eine gefährliche Kombination. Für den Erfolg einer Expedition ist daher ein sicherer Hafen wie das richtige Zelt wichtig, auf das sich die Teilnehmer\*innen verlassen können, in dem sie sich aufhalten, ausruhen und sich auf die kommenden Herausforderungen vorbereiten können. Kompromisse potenzieren sich in der harschen Umgebung, daher gilt es diesen sicheren Hafen möglichst perfekt für die Umgebung zu optimieren.

Im Kontext der Cloud sind der sichere Hafen die passenden Ideen, Produkte und Prozesse, und zwar solche, die sich wie ein modernes Arktiszelt bewährt haben. Dazu gehört zum Beispiel das Cloud Adoption Framework, das auch bei DATAGROUP zum Einsatz kommt. Dieses hat sich in zahlreichen Cloudmigrationen oder -transformationen stets aufs

Neue bewährt und integriert jahrelange Erfahrung und Best Practices. Doch das beste Framework ist nutzlos, wenn es nicht perfekt an die aktuell bestehende IT-Landschaft, Ziele und Herausforderungen angepasst wird. Diese Flexibilität, unterstützt durch die Erfahrung von Expert\*innen macht Ideen und Prozesse zu einer sicheren Basis für die Cloud Journey eines Unternehmens.

## Fokus auf das Wesentliche

Auf Expeditionen wird jedes Gramm Equipment hinterfragt, denn letztendlich müssen die Expeditionsteilnehmer\*innen alles durch die unwirtliche Landschaft transportieren. Daher ist es von größter Bedeutung, sich nur auf das zu fokussieren, was wirklich benötigt wird, wie zum Beispiel ein GPS-Gerät.

Ähnlich verhält es sich beim Weg in die Cloud: immer wieder versuchen Unternehmen, bestehende Strukturen einfach 1:1 in die Cloud zu übertragen. Letztendlich sind das aber viele Kilos an Equipment, die nutzlos mitgeschleppt werden und nicht dem übergreifenden Ziel des Unternehmens dienen. Stattdessen sollten sich Unternehmen vor jedem Weg in die

Cloud genauestens überlegen: Was sind meine Ziele und was brauche ich, um diese zu erreichen. Das bedeutet, sich von alten, nicht mehr benötigten Applikationen zu verabschieden oder Prozesse neu in der Cloud aufzubauen. Belohnt werden Unternehmen dann nicht nur mit Cloud-nativen Prozessen, sondern auch mit besserer Effizienz, reduzierten Kosten und zukunftsfähigen Technologien.

## Risikomanagement oder die Bedeutung eines Plan B

Egal wie gut die Vorbereitung, wie erfahren das Team und wie hervorragend das Equipment – eine Umgebung wie die Arktis birgt, immer auch Unerwartetes. Angesichts sich ändernder Landschaften und Voraussetzungen wäre es töricht, wenn nicht gar tödlich, starr an Plänen festzuhalten und Pfaden zu folgen, die nicht mehr begehbar sind. Erfolgreiche Pläne und Wege sind flexibel: Wenn ein Weg nicht passierbar ist, müssen Menschen nach einem alternativen Weg suchen, der sie dennoch an das vorgesehene Ziel bringt.

Genauso verhält es sich mit dem Weg in die Cloud: Das Ziel sollte fest vor Augen sein, doch der Weg dahin muss flexibel gestaltbar bleiben. In jedem Projekt kommt es trotz akribischer Vorbereitung zu unvorhersehbaren Entwicklungen, auf die Unternehmen eingehen müssen. Letztendlich sollte der Weg immer dem Ziel untergeordnet sein: Anstatt an Plänen festzuhalten, die aktuelle Entwicklungen nicht berücksichtigen, sollten Unternehmen flexibel ihre Prozesse und Vorgehensweisen anpassen, solange sie das Erreichen des übergreifenden Ziels unterstützen.

Der Weg in die Cloud und der Weg durch die Arktis haben zahlreiche Gemeinsamkeiten: eine herausfordernde, sich stetig wandelnde Umgebung, auf die es mit den richtigen Strategien zu reagieren gilt, um das Ziel zu erreichen. Erfahrene Expeditionspartner wie DATAGROUP, die die richtigen Prozesse, Vorgehensweisen und Tools kennen, sind daher essenziell für das Gelingen der Expedition Cloud. ■



Präsentation »Expedition Cloud« mit CEO Andreas Baresel, Cloud Spezialist Frederik Schmid und Extremexpeditionist Michael Martin

# Die Daten im Blick

Datenanalyse für LEAG in Vorbereitung auf eine SAP ILM-Implementierung



Die Datenmengen, die Unternehmen verwalten, steigen ständig. Es ist nicht immer leicht, dabei den Überblick zu behalten und die richtigen Prozesse zu implementieren, mit denen der Datenbestand aktuell und gesetzeskonform gehalten wird. Eine Lösung hierfür ist das von der SAP AG entwickelte Information Lifecycle Management, kurz ILM. Doch bevor man damit starten kann, sollte man erst einen Überblick über die eigenen Daten bekommen. Genau hier setzte DATAGROUP bei der LEAG an. In einem umfassenden Analyseprojekt wurde der Datenbestand untersucht und Empfehlungen abgeleitet, die in Zukunft ein effizienteres Arbeiten ermöglichen.

## Analyse des Datenbestandes als Grundlage für erfolgreiches Datenmanagement

Das Energieunternehmen LEAG verfügt über riesige Datenvolumina. Basis für die Ausschreibung einer Information Lifecycle Management-Implementierung in SAP waren die Anforderungen der Datenschutzgrundverordnung an einen datenschutzkonformen Einsatz von SAP-Systemen. DATAGROUP überzeugte das Unternehmen mit dem Lösungsansatz, eine umfassende Analyse und Clusterung der Daten vorzunehmen. Denn um eine erfolgreiche Implementierung eines ILM-Systems durchzuführen, ist es wichtig, das System und den Datenbestand genau zu kennen.

In einem rund vier Monate dauernden Projekt analysierte DATAGROUP die SAP-Datenbank und führte mit jedem Fachbereich Interviews über die vorhandenen Daten durch. Das Ziel war eine realistische Einschätzung der vorhandenen Daten und darauf bezogenen Prozesse, um auf dieser Basis passende Information Lifecycle-Prozesse aufzusetzen.

Das Ergebnis war aufschlussreich und bot eine wertvolle Grundlage, um das Datensystem vor der Einführung einer ILM-Lösung zu bereinigen und dadurch nicht nur die Effizienz zu steigern, sondern auch konkret Kosten zu sparen.

Es wurde unter anderem festgestellt, dass das SAP-System eine sehr große Menge an Daten enthält, was darin begründet



liegt, dass es historisch gewachsen ist. DATAGROUP erarbeitete auf Basis der Analyse neue, hilfreiche Konzepte und gab Empfehlungen zur Reorganisation des Systems:

- Implementierung eines Sperr- und Löschsystems zur Bereinigung des Datenbestandes
- Konsolidierung der bisherigen drei Archivsysteme auf ein Archivsystem
- Definieren von Daten-Lifecycles

## Vorteile der Bestandsanalyse und Datenbereinigung

- Kosteneinsparungen: Durch die Reduktion der Datenmenge im SAP-System kann die LEAG Speicherplatz sparen. Durch die Analyse von DATAGROUP wurde aufgezeigt, dass LEAG ihren Datenbestand halbieren und entsprechend Hostinggebühren einsparen könnte
- Kontrolle, ob die Forderungen der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) eingehalten wurden
- Erhöhung der Performance durch ein schlankes System
- Verbesserung der Datenqualität
- Einfacherer Umstieg auf SAP S/4HANA in der Zukunft durch kleinere Datenbanken

## Über LEAG

Die LEAG liefert Strom und Wärme für Millionen Haushalte, die Industrie und das öffentliche Leben – zuverlässig bei allen Wetterlagen, flexibel und bezahlbar. Dafür arbeiten ihre rund 7.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie machen die LEAG zum größten Energieunternehmen im Osten Deutschlands und zu einem der wichtigsten privatwirtschaftlichen Arbeitgeber und Ausbilder der Region Lausitz. Rund 3.300 Partnerfirmen begleiten sie mit Lieferungen und Leistungen im Umfeld von Bergbau und Energie.

[www.leag.de](http://www.leag.de)

»DATAGROUP hat die LEAG überzeugt, da sie sehr praxisorientiert vorgegangen ist und uns beratend zur Seite gestanden hat. Dem Unternehmen ging es nicht um eine reine Umsetzung einer ILM-Lösung, sondern um die Optimierung unserer Systeme und Prozesse. Dank der Analyse haben wir einen guten Überblick über unseren Datenbestand und wertvolle Empfehlungen zur Verbesserung unserer Systeme erhalten.«

Jörg Görbing, LEAG Datenschutzbeauftragter

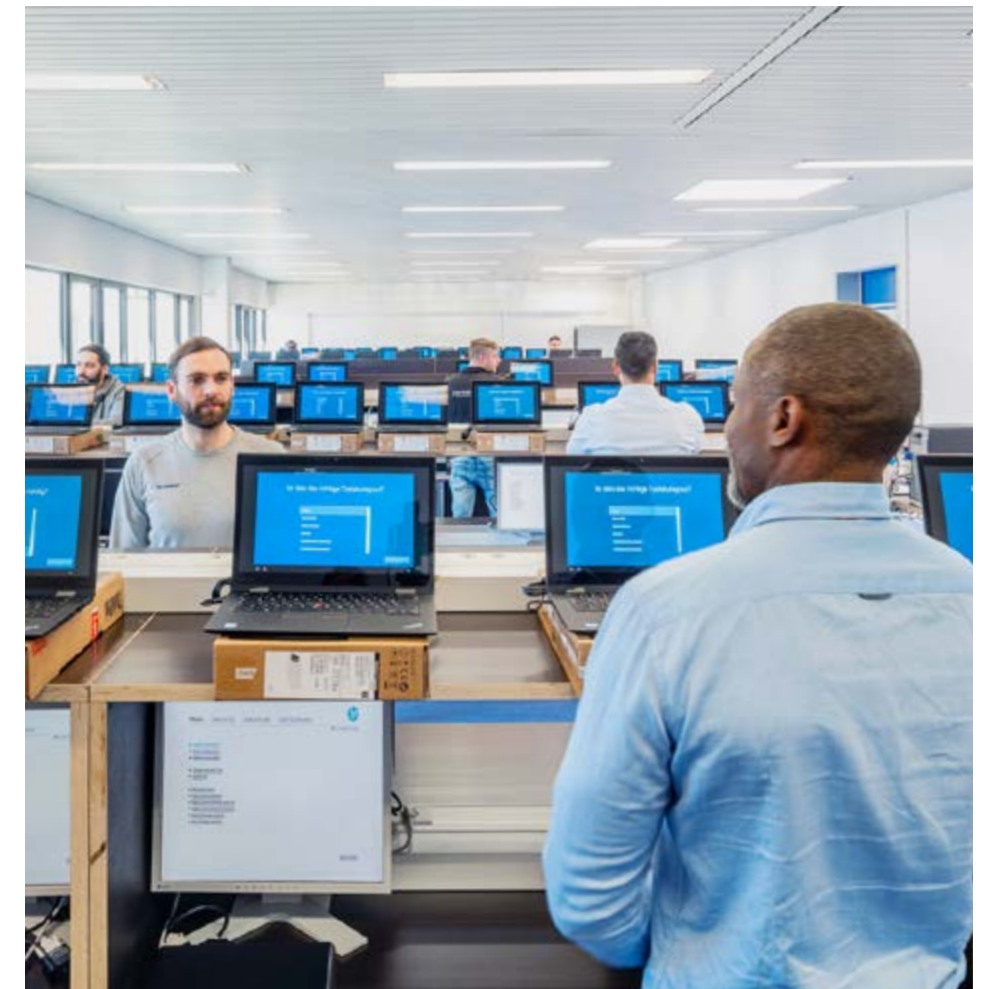


Gute Kommunikation findet nicht ausschließlich am Schreibtisch statt. Das positive Miteinander trägt entscheidend zu guten Arbeitsergebnissen bei.



## IT's us.

»Auf Augenhöhe« ist ein gelebter und ganz zentraler Wert unserer Unternehmenskultur. Intern verstehen wir darunter eine motivierende Atmosphäre aus Wertschätzung und Anerkennung, Verlässlichkeit und Verbindlichkeit, gute Kommunikation, Engagement, Fairness und Gleichberechtigung.





# New world. New skills. New work.

Michael Timmermann im Interview



Michael Timmermann ist Gründer und CEO der Timmermann Group mit Sitz in München. Mit seinem Ansatz »Beratung 2.0« berät Timmermann heute Unternehmen aller Größen in Bezug auf Change, Agilität, Strategie, Unternehmenskultur, Innovation, Digitalisierung und Führung.

## Wie hat sich die Arbeitswelt in den letzten zwei Jahren in Ihren Augen entwickelt? Was war der wichtigste Faktor darin?

Die Arbeitswelt hat in den letzten zwei Jahren aufgrund der Corona-Pandemie eine starke Veränderung durchlebt. Dies hat sich insbesondere auf zweifache Weise ausgewirkt: Eine Beschleunigung durch den plötzlichen Digitalisierungsschub, den das Mobile Arbeiten verlangt hat. Und gleichzeitig eine Ausbremsung mancher Kulturentwicklungen in Organisationen.

## Welche Chancen bzw. welche Risiken birgt diese Entwicklung in Ihren Augen?

Wer als Unternehmen zukunftsfähig bleiben möchte, sollte auf flexible Arbeitsweisen zurückgreifen, dazu zählen auch hybride Arbeitsmodelle. Der Druck seitens der Arbeitnehmer\*innen, den Fokus vermehrt auf die Bedürfnisse und Wünsche der Arbeitenden zu legen spielt dabei auch eine entscheidende Rolle. Wir beobachten, dass durch eine deutliche Verschärfung des Wars for Talent immer mehr gefordert wird, auch höhere Vergütung bei weniger Arbeitszeit an flexiblen Arbeitsorten. Bei der Schaffung neuer Arbeitswelten sollte die Belegschaft angemessen einbezogen werden. Z. B. bei der Verbesserung der räumlichen Arbeitsumgebung. All das ist Aufwand für die Organisationen, aber sie können es auch als Chance nutzen die Organisation entscheidend weiterzuentwickeln.

## Homeoffice gehört inzwischen zum Alltag vieler Arbeitnehmer. Wie lässt sich auch in solchen Modellen Unternehmenskultur leben?

Unternehmenskultur ist im Wesentlichen »the way we do things around here«. Das heißt, Kultur wird immer gelebt. Es ist die Frage, wie förderlich sie ist. Eine Herausforderung im

virtuellen Arbeiten ist die Empfindung der Unternehmens- und Teamzugehörigkeit aufrecht zu erhalten. Dafür sind Absprachen zum gemeinsamen Arbeiten im Büro wichtig, damit an diesen festgelegten Tagen das Team auch wirklich zusammenkommt und echter Kontakt entsteht. Die Zeit im Büro sollte für Aufgaben genutzt werden, bei denen das Team vom Zusammensein besonders profitiert, z. B. Arbeiten an einer komplexen Teamaufgabe.

Aber auch im virtuellen Setting lässt sich Kultur gestalten, z. B. indem bei Besprechungen bewusst einige wenige Minuten am Anfang oder Ende für die persönliche Ebene genutzt werden. Z. B. mit einer Frage wie: »Was war ein Highlight für Dich diese Woche«?

## Was gilt es für Arbeitnehmende zu beachten, um trotz Homeoffice die Trennung von Berufs- und Privatleben sicherzustellen?

Manche Menschen brauchen eine stärkere Trennung als andere. Jedenfalls verschwimmen die Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben im mobilen Arbeiten immer mehr. Für die Trennung gilt daher oft: kleine Hebel – große Wirkung. Z. B. können gut kommunizierte persönliche Regeln helfen, wie »Wenn meine Arbeitszimmertür geschlossen ist, darf ich nur gestört werden, wenn sich jemand weh getan hat«.

## Was würden Sie Unternehmen raten, die zu einem Arbeitsmodell von vor der Pandemie zurückwollen?

Unternehmen sollten genauer hinschauen und für sich entscheiden, ob sie als Organisation bereit sind, den Preis dafür zu zahlen, dass Mitarbeiter\*innen noch schwieriger zu gewinnen und zu halten sind und dass die Effizienz der Arbeit unter dem Strich meist leidet. Das können sich viele Menschen kaum vorstellen. Aber wer z. B. einen Urlaubstag ein-



reichen muss, weil Handwerker ins Haus kommen, wird erst einen Tag später erreichbar sein.

## Wie unterstützen Sie Unternehmen bei den aktuellen Herausforderungen?

Wir begleiten unsere Klienten umfassend bei der Umsetzung von New Work und den damit verbundenen Arbeitsplätzen der Zukunft. Angefangen bei der physischen Arbeitsumgebung, also der Gestaltung der Räumlichkeiten bis hin zur Einführung und Weiterentwicklung von neuen Einstellungen der Führungskräfte und Belegschaft. Also z. B. mit Change-Kommunikation, Agile Coaching und Agile Backbone-Beratung, Weiterbildung, Change- und Lern-Software und anderen Change-Maßnahmen.

## Wo geht Ihrer Meinung nach die Reise im Kontext New Work hin?

Die Geschwindigkeit der Entwicklungen und des Wandels wird hoch bleiben, da wir als Menschheit hier einen großen

Nachholbedarf und große Chancen haben. Dabei sehe ich die neuen Arbeitsweisen- und Modelle als entscheidende Performance-Hebel vieler Organisationen. Entscheidend für den Erfolg wird sein, wie sehr sich die Menschen auf einen echten Lernprozess als Lerngemeinschaft einlassen. Wie Führungskräfte zu Vorbildern im Lernen werden, statt zu glauben schon Vorbilder zu sein, weil sie denken, das Zielverhalten bereits vorzuleben. ■

# Aus der Rente zurück an den Arbeitsplatz

Mitarbeiterportrait Barbara Omokpia

»Ich weiß nicht, ob ich noch bis 80 arbeiten werde, aber aktuell ist es genau das Richtige für mich. Jedes Projekt, jeder Kunde ist anders und neu. Das macht Spaß und hält mich fit.«



Es gibt viele Menschen, die den Renteneintritt kaum erwarten können. Was also bewegt jemanden dazu, aus dem Ruhestand zurückzukommen? Genau dafür hat sich Barbara Omokpia entschieden, Senior Consultant EDI bei der DATAGROUP-Tochter Mercoline in Berlin.

»Als ich in die IT einstieg, hieß sie noch EDV und wir haben mit Großrechnern, Terminals und Programmiersprachen gearbeitet, die heute keiner mehr kennt.«, erklärt Barbara. »Heute lernt keiner mehr Assembler und auch COBOL-Entwickler\*innen sind eher rar gesät.«

Während ihrer IT-Karriere hat Barbara die raketenhafte Entwicklung der Branche live miterlebt, ab 2004 in der EDI-Abteilung von Mercoline. 2015 schließlich hatte sie das Renteneintrittsalter erreicht. Bei den meisten Menschen ist damit die berufliche Laufbahn zu Ende. Doch nicht für Barbara.

»Mir ist daheim die Decke auf den Kopf gefallen.«, sagt sie. »Mir hat die Arbeit gefehlt, mir haben meine Kolleg\*innen gefehlt, ich wusste nicht so richtig, was ich mit der vielen Freizeit anfangen soll.«

Als sie hörte, dass Mercoline von DATAGROUP übernommen wurde, nutzte sie die Gelegenheit, bei ihrer alten Firma vorstellig zu werden, mit dem Ziel, sie auch wieder zu ihrer neuen zu machen. Ein ungewöhnlicher Schritt, der zunächst

skeptisch aufgenommen wurde. Barbara und Mercoline entschieden sich zunächst für einen Einjahresvertrag um auszuprobieren, wie die Rückkehr für beide ist. Nach wenigen Tagen zurück im alten Beruf waren beide sich einig: Es war, als wäre Barbara nur wenige Wochen und nicht dreieinhalb Jahre weg gewesen.

»Ich bin jetzt 71 und fühle mich zehn Jahre jünger.«, erklärt sie. »Ich weiß nicht, ob ich noch bis 80 arbeiten werde, aber aktuell ist es genau das Richtige für mich. Jedes Projekt, jeder Kunde ist anders und neu. Das macht Spaß und hält mich fit. Auch in der Corona-Pandemie hat mir die Arbeit sehr geholfen, denn die sozialen Kontakte waren ja sehr eingeschränkt und so hatte ich im Homeoffice noch den regelmäßigen Austausch mit den Kolleg\*innen.«

Das Gemeinschaftsgefühl und die tolle Atmosphäre im Team waren einer der zentralen Punkte, die sie dazu bewegt haben, wieder bei Mercoline einzusteigen. »Das zeichnet für mich die Arbeit hier aus und ist auch einer der wichtigsten Gründe, warum mir die Arbeit so viel Spaß macht.«

Profitiert haben beide davon, die Firma und Barbara: ihre langjährige Erfahrung, ihre guten Kontakte zu den Kunden und ihre tiefgreifenden Kenntnisse über die Prozesse bereichern das Team und die gute Arbeitsumgebung und die unterschiedlichen Aufgaben bieten Barbara die Abwechslung, die sie in der klassischen Rente vermisst hat. ■



## Die Zukunft des Recruitings bei DATAGROUP

Neue Wege bei der Gewinnung neuer Mitarbeiter\*innen

Seit einigen Jahren beschäftigt der IT-Fachkräftemangel Arbeitgeber in ganz Deutschland. Die verschiedenen Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie haben einen zusätzlichen Digitalisierungsschub ausgelöst, wodurch die gesamte Marktsituation nochmals verschärft wurde – der »War of Talents« wird also auch weiterhin im IT-Sektor präsent sein. Um Expert\*innen zu gewinnen, reicht daher das klassische Recruiting oft nicht mehr aus und kreative Ideen werden benötigt.

Als deutschlandweit tätiger und kontinuierlich wachsender IT-Dienstleister ist DATAGROUP immer auf der Suche nach neuen Kolleg\*innen. Dabei scheuen wir auch neue Bewerbungsverfahren nicht, denn das verfolgte Ziel steht fest: Diejenigen für uns gewinnen, die derzeit rar am Arbeitsmarkt sind – Talente aus dem Bereich IT. Doch wie weckt man die Aufmerksamkeit potenzieller Bewerber\*innen?

Um die richtigen Kandidat\*innen auf dem durchaus schwierigen Arbeitsmarkt zu finden, haben wir uns zunächst die Frage gestellt: Wo und auf welchem Wege finden wir diese Menschen? Eine Arbeitsgruppe aus Recruiter\*innen analysierte nach ausführlicher Recherche, welche Qualifikationsprofile wir heute haben und in Zukunft bei DATAGROUP benötigen werden. Das Ergebnis: Sieben identifizierte Job-Profile, darunter ausschließlich Fachkräfte mit einer ganzen Bandbreite an IT-Skills. Um die definierten Personas noch besser verstehen und ansprechen zu können, differenzierten wir diese in Hinblick auf ihre unterschiedlichen Interessen und Prioritäten.





Das Online-Game mit sechs Levels bis zur Bewerbung

Großflächenplakat mit verschiedenen IT-Charakteren. Hier: »Service Desk Titan«



Eine Gemeinsamkeit, die sich quer durch alle Qualifikationsprofile zog, war der Faible für Spiele, sei es im Online-Gaming-Bereich oder klassische Brettspiele. Diese Erkenntnis bewegte uns, ein eigenes Online-Rätselspiel aufzubauen. Als alternativen Weg zur schriftlichen Bewerbung, die natürlich weiterhin möglich ist, erwarten potenzielle Kandidat\*innen unter [enter.datagroup.de](http://datagroup.de) sieben knifflige Rätsel. Wer es schafft, alle sieben Rätsel zu lösen, dem ist ein Bewerbungsgespräch bei DATAGROUP sicher. Die Rätsel sind dabei auf die Fähigkeiten ausgelegt, die für IT-Expert\*innen wichtig sind: Logik, Out-of-the-box-Denken, ein Interesse an Herausforderungen und natürlich die Bereitschaft, sich ausdauernd mit schwierigen Problemen auseinanderzusetzen.

Die Komplexität der Rätsel ist mit Absicht so gewählt, dass diese eine kleine Herausforderung darstellt. Von allen, die sich an den Rätseln versuchen, schaffen nur rund 12 % alle Level. Doch das sind genau die Menschen, die die richtigen Fähigkeiten mitbringen – egal welchen beruflichen Hintergrund sie ursprünglich haben.

Eine weitere Gemeinsamkeit, welche die Personas-Analyse ergab, war der Umgang und das Ausleben von zwischenmenschlichen Werten innerhalb einer Organisation. Ein Punkt, welcher in beiden Bewerbungsverfahren nur schwer zu vermitteln ist. Daher hat sich DATAGROUP für dieses besondere Anliegen ein weiteres Format überlegt, welches den Namen »Night Out«



Zielgerichtete Werbemaßnahmen



Die Levels

trägt. Damit beschreiben wir unsere Kneipenabende, bei denen wir ein Lokal anmieten und Interessierten dadurch die Chance ermöglichen, in ungezwungener Atmosphäre die Teams kennenzulernen, in denen eine Stelle zu besetzen ist. Unterlagen sind dabei nicht notwendig, es geht rein um die Person an sich und den gemeinsamen Austausch, bisher fanden solche Kennenlernen aufgrund der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie lediglich in Mainz und Ulm statt.

Arbeitgeber, die heute nach neuen Mitarbeiter\*innen suchen, können mittlerweile auf eine Vielzahl von Bewerbungsverfahren zurückgreifen. Vor allem neue Methoden als Ergänzung zum klassischen Recruiting helfen Unternehmen, sich von der

Masse abzuheben und sich damit zu differenzieren. Hierfür braucht es lediglich die Bereitschaft, neue Dinge auszuprobieren. Dies zahlt sich allerdings aus, denn man findet nicht nur besser die passenden Kandidat\*innen, sondern fällt auch bei der richtigen Zielgruppe auf und bleibt damit im besten Falle zusätzlich in Erinnerung. 📌



# Durchstarten als Berufseinsteiger

Mitarbeiterportrait Janek Ziehm



Die offene Kommunikation und kollegiale Zusammenarbeit zogen sich durch während seiner Tätigkeit als Werkstudent. Von Anfang an wurde Janek klar signalisiert, dass DATAGROUP ihn gerne übernehmen würde und ihm die unterschiedlichen Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt. »Wenn man im Projektmanagement startet, ist immer die Frage im Hinterkopf: Was ist, wenn das Projekt vorbei ist?«, so Janek. »Die Frage kam bei mir gar nicht erst auf, weil DATAGROUP immer deutlich gezeigt hat: Das sind deine Möglichkeiten, auch in Zukunft. Das ist auch der Vorteil darin, dass ich nicht in einer bestimmten Branche gestartet bin, sondern bei einem IT-Dienstleister. Es gibt so viele unterschiedliche Aufgaben und Projekte in einer unglaublichen Vielfalt an Branchen und ich lerne einfach sehr viel.«

An den meisten Universitäten gibt es Karrieretage, an denen Unternehmen sich vorstellen. Janek ist während seines Studiums der Wirtschaftsinformatik in Rostock dabei öfter DATAGROUP aufgefallen, das Unternehmen, das mit einer Popcornmaschine die Student\*innen versorgte. Während in den ersten Semestern die berufliche Zukunft noch eher abstrakt schien, ging es gegen Ende darum, Einblick in den beruflichen Alltag zu gewinnen. Doch dann kam Corona und die Frage: Was ist aktuell überhaupt möglich? Janek sprach mit DATAGROUP und gemeinsam loteten sie schnell aus, was er sich vorstellte und was DATAGROUP anbieten konnte. Der Lebenslauf war im Bewerbungsprozess zwar auch ein Thema, aber nur kurz, denn primär ging es darum, die richtige Position für ihn zu finden.

Janek startete als Werkstudent im Projekt- und Prozessmanagement im Bereich ITSM bei DATAGROUP und begleitete schnell sein erstes großes Projekt: Die ISO 20000-Rezertifizierung. »Was ich besonders gut fand, war dass ich als Werkstudent nicht einfach nur mitgelaufen bin und irgendwie da war. Bei DATAGROUP war die Wertschätzung eine ganz andere. Ich wurde von Anfang an integriert und konnte eigenständig Aufgaben übernehmen.«, erklärt Janek. »In den ersten Wochen hat unser Geschäftsführer Bernhard Zeitler regelmäßig persönlich bei mir vorbeigeschaut und gefragt, wie alles läuft.«

Der Übergang vom Werkstudenten zum Projektleiter verlief aufgrund der Gegebenheiten auch eher unspektakulär. »Wenn man schon als Student Teil des Teams ist, voll integriert mit eigenen Aufgaben, dann ist der Wechsel zum klassischen Berufseinstieg ziemlich ruhig.«, erklärt Janek. »Ich freue mich, dass ich das, was ich bereits als Werkstudent so geschätzt habe – die familiäre Atmosphäre, Eigenständigkeit und gemeinsam an einem Strang ziehen – als Kollege weiter erleben darf.« ■

»Wenn man schon als Student Teil des Teams ist, voll integriert mit eigenen Aufgaben, dann ist der Wechsel zum klassischen Berufseinstieg ziemlich ruhig.«

## IT's the Future.

»Wir sind Partner bei der Digitalisierung und machen Unternehmen fit für die Zukunft.«

# Wie sieht die Zukunft aus?

Kinder unserer Mitarbeiter\*innen malen ihre Idee der Welt von morgen

Die Fantasie gehört zu den Hauptcharakteristika von Kindern – auf irgendeine Weise kommt diese jeden Tag zum Tragen. Ganz egal wie die Realität aussieht, Kinder haben ihre eigene Wahrnehmung. Doch wie stellen sich die Kleinen das Leben in der Zukunft vor? Die uns zugesendeten Kinderzeichnungen reichen von fliegenden Fortbewegungsmitteln bis hin zu Gedankenlese-Maschinen.

Ob diese Impulse eines Tages tatsächlich eintreten – wir bleiben gespannt! 🍷

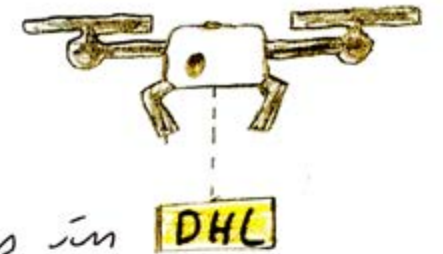


Tino, 5 Jahre



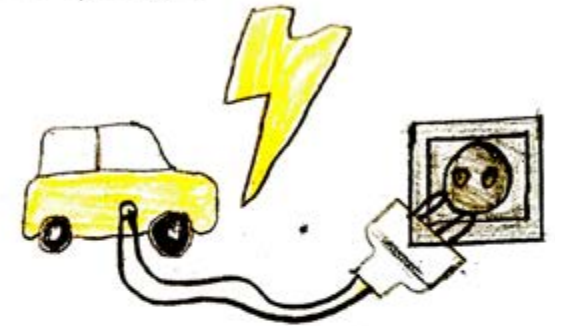
Julia, 8 Jahre

Hallo,  
Ich bin der Sebastian.  
Ich bin zwölf Jahre alt.  
Und ich wohne in Walddorf.



Ich denke das es in der Zukunft Drohnen gibt die das Paket liefern.

Ich denke das es in der Zukunft nur noch Elektro - Autos gibt und keine Diesel oder Otto - motoren mehr gibt.



Ich denke das die Zukunft mehr Hochhäuser und weniger Einfamilienhäuser geben wird.



Ich denke das die Umwelt in der Zukunft besser aussehen wird als jetzt.



Ich denke das es in der Zukunft Züge, Autos oder Straßenbahn ohne Bus und Bahnfahrer geben wird.

Liebe Grüße  
Sebastian



Sebastian, 12 Jahre

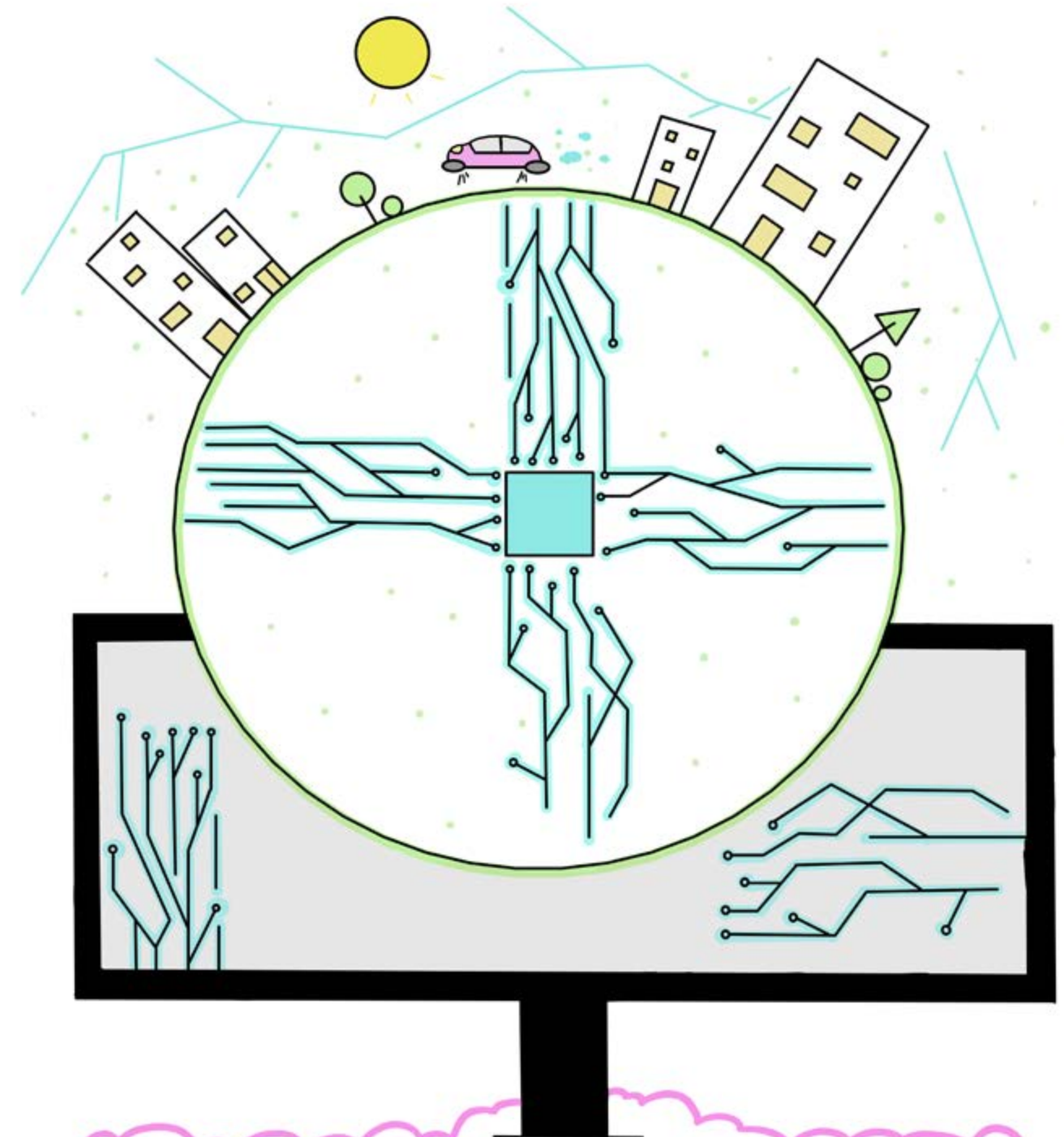




Peer, 7 Jahre



Elias, 6 Jahre



Für die Zukunft stelle ich mir eine digitale Welt mit einfacher Kommunikation und Verbindungen über die ganze Welt vor. Durch weit entwickelte Technik könnte es z.B. fliegende Autos oder sogar völlig neue Fortbewegungsmittel geben. Die Digitalisierung könnte aber auch den Klimawandel verlangsamen und irgendwann vielleicht sogar stoppen, indem man beispielsweise viel von zu Hause erledigen kann, und das Auto nicht mehr so oft benötigt, wie bei Online Einkäufen oder auch Home office. Zudem könnte man Schulen digital ausstatten und mit iPads Papier sparen und so die Umwelt schützen!

Laura, 15 Jahre



»Ich stelle mir vor, dass es eine Maschine gibt, die meine Gedanken liest und mir dann immer genau den richtigen Lego-stein, den ich gerade brauche mit einem Greifarm raussucht.«



Vincent, 7 Jahre

## Impressum

**HERAUSGEBER**  
DATAGROUP SE  
Wilhelm-Schickard-Straße 7  
72124 Pliezhausen  
T +49 7127 970-000  
F +49 7127 970-033  
kontakt@datagroup.de

**datagroup.de**

**REDAKTIONSTEAM**  
Sarah Berger-Niemann  
Sara Gebhardt  
Joëlle Robineau  
Tanja Hagedorn

**KONZEPTION, GESTALTUNG**  
Apollo 11 GmbH, Reutlingen

**FOTOGRAFIE**  
Apollo 11 (S. 45 – 47)  
GettyImages (S. 20)  
DATAGROUP (S. 32, S. 35,  
S. 36, S. 44, S. 48)  
Michael Martin (S. 34 – 35)  
Klaus Mellenthin (S. 14, S. 30,  
S. 40, S. 41)  
Heike Rost (S. 11)  
Alle weiteren Bilder Adobe Stock

**DRUCK**  
Offizin Scheufele Druck und  
Medien GmbH & Co. KG, Stuttgart

Erschienen 2022  
Angaben ohne Gewähr  
Alle Rechte vorbehalten

Wir denken anders.  
Wir arbeiten anders.  
Wir finden bessere Lösungen.