

Thema: CIO AWARD 2016

Autor: k.A.



»WIR LEBEN BIMODALE IT WIRKLICH«

Thomas Zapf, Head of Media Technology, CIO und Managing Director bei der Styria Media Group AG, hat die IT-Abteilung in wenigen Jahren von einem ungeliebten Outsourcing-Kandidaten in einen anerkannten internen Provider gewandelt.

Was war Ihre Motivation für die Teilnahme am CIO Award?

Es war mir wichtig, mir die Zeit zu nehmen, die vielen Dinge, die man im Haus bewegt, zu verschriftlichen. Ich bin außerdem sehr stolz über das, was wir, mein Team und ich, geleistet haben. Wir haben das Projektvolumen verzehnfacht und vieles erfolgreich umgesetzt. Der dritte Grund war eine externe Beurteilung und ein Vergleich, um zu sehen, ob wir mit unseren Themen auf dem richtigen Weg sind.

Wie haben Sie Ihren USP in der Einreichung definiert?

Der große USP ist einmal, dass wir die bimodale IT wirklich leben. Das heißt digitale und klassische IT in Kombination unter einer zentralen Führung, was eher selten ist, weil es sehr unterschiedliche Welten sind. Dazwischen haben wir ein shared Service aufgebaut, das beide Organisationen bedient. Wir managen auch das gesamte Projekt-Portfolio zentral, das heißt, wir verwalten agile und Wasserfall-Projekte in Kombination. Der

dritte Aspekt betrifft die allgemeine Entwicklung und Leistungen der Organisation. Wir haben sicherlich einen der hervorragendsten Newsrooms in ganz Europa. Da staunen auch alle deutschen Verlage. Ein weiterer USP ist, dass es eine klare Strategie gibt, auch einen Mehrjahresplan, und dass wir auch einen stark kommerziellen Fokus haben. Wir vergessen auch das Thema Sicherheit nicht, das im Medienbusiness wenig bis gar nicht vorhanden ist. Der interne Stellenwert der IT ist zudem ein viel größerer als er noch vor

Thema: CIO AWARD 2016

Autor: k.A.

Jahren war. Heute ist es so, dass die Leute gerne in die IT wechseln, früher war es weniger attraktiv.

Haben Sie voriges Jahr eingereicht?

Nein, aber vor zwei Jahren, da bin ich unter die Top 5 gekommen. Wir hatten letztes Jahr ein riesiges Neubauprojekt für 1.100 Mitarbeiter mit allen Hightech-Themen im Medienbereich. Damit waren die Ressourcen anderweitig gebunden.

Gibt es heute überhaupt Business-Projekte ohne IT-Beteiligung?

Bei uns ist wirklich jede Veränderung mit Technologie verknüpft und damit mit IT – oder wie wir sagen, mit Media Technology. Wir haben einen Media Technology Cluster mit zwei Komponenten: die klassische IT, die sehr stark prozessorientiert und innengerichtet ist, sowie alles, was die digitale Produktentwicklung betrifft, also alles, was produktnah und kundenorientiert nach außen geht.

Das spiegelt Ihre beiden Rollen als CIO und als Head of Media Technology wider.

Ich bin Geschäftsführer in drei Unternehmen: Styria IT Solutions in Österreich und Kroatien sowie in der Styria Digital Services in Österreich. In der Styria Media Group AG bin ich Prokurist. Dazu kommt der CIO-Titel im Sinne der Governance über den Gesamtkonzern. Da kommen einige Titel zusammen. Ich überlege mir gerade, wie man das entschlacken kann.

Das heißt, dass die IT sehr weit oben verankert ist?

Wir haben seit drei Jahren einen Technologiefokus, wir wollen Innovationskraft und Technologieexzellenz vorantreiben. Daher sind alle IT-Themen sehr hoch in der Konzernstrategie verankert.

Was war der Anlass für den Technologiefokus?

Wenn wir den Content betrachten, haben wir drei Assets: die Menschen, die den Content produzieren, den Content selbst und die Technologie, um den Content zu erzeugen und auszuspielen. Das heißt, ohne Technologie geht es nicht. Wir müssen in diesem Bereich immer schneller und effizienter werden sowie über die Technologie neue Geschäftsmodelle adressieren.

Wie sehen die neuen Geschäftsmodelle aus?

Unser Erfolgsgeheimnis im klassischen Kleinanzeigengeschäft sind Willhaben und Njuskalo in Kroatien, die wir digitalisiert haben. Hier bringen wir extrem hohe Reichweite zusammen. Dazu kommen sehr viele Special-Interest-Portale mit neuen Technologien, mit denen wir ebenfalls die digitale Verbreitung erhöhen.

Welche Technologien sind dafür notwendig?

Auf der Technologieseite ist es so, dass wir sehr viel in Infrastrukturthemen investiert haben, um den Layer auf eine einheitliche Basis zu bringen. Dazu kommen alle Systemlandschaftsthemen, um dort zu entschlacken und zentrale Services aufzubauen – egal ob das Content ist, Kundendatenbanken oder anderes. Das sind die Standardthemen,



Thomas Zapf (Mitte) ist CIO des Jahres in der Kategorie Enterprise.

die uns in den letzten Jahren intensiv beschäftigten. Man hat in der Vergangenheit Kleinlösungen zugelassen, daher war viel zu bereinigen und zu standardisieren. Wir sind damit noch nicht fertig.

Ist Digitalisierung ohne vorhergehende Standardisierung überhaupt möglich?

Thema: CIO AWARD 2016

Autor: k.A.

results & relations
PR FOR TECHNOLOGY

Die Komplexität steigt, die Schnittstellenthemen werden ebenfalls intensiver. Wir können die Reichweite nur erhöhen, wenn wir fremde Geschäftsmodelle auf unseren Assets zulassen. Da sind wir gerade am Nachdenken, wie wir das besser gestalten können. Wir brauchen offene Schnittstellenarchitekturen nach außen, damit wir unsere Schätze auch außerhalb anbieten können. Auch geht es darum, die Kunden von draußen im Styria-Universum weiterreichen zu können. Wir wissen schon viel über Abokunden und die Endgeräte. Jetzt geht es darum, mehr über die Person, die davor sitzt, zu erfahren. Das Problem haben ja alle außer Facebook und Google. Wir wollen uns also in Richtung Big Data entwickeln, derzeit haben wir Big Data light im Einsatz, wenn man so will.

Wie groß ist das IT-Team?

Im Bereich klassische IT plus Digital Service sind wir rund 105, mit allen Beteiligungen über 200.

Wie haben Sie die IT-Abteilung positioniert?

Vor meiner Zeit war die IT ein voller Outsourcing-Kandidat. Als ich an Bord kam, haben wir die Sache gedreht und eine sehr stark verunsicherte Mannschaft wieder motiviert, was aber sehr lange gedauert hat. Die Mannschaft hatte erst nach einem halben bis ganzen Jahr Vertrauen, weil sie davon ausgegangen ist, dass sie von einem IT-Dienstleister geschluckt wird. Heute sind wir ein anerkannter interner Provider.

Betreiben Sie alles selbst?

Wir haben ein intelligentes Sourcing-Modell. Gewisse Teile kaufen wir zu. Alles, was einen Mehrwert bringt oder wir günstiger machen können, betreiben wir selber.

Haben Sie ein eigenes Rechenzentrum?

Wir haben ein Datacenter-Konzept namens 2+1. Wir haben das Hauptrechenzentrum outgesourct, weil wir es selbst nicht in dieser Qualität und zu diesem Preis machen könnten. Die Kundendaten liegen bankensicher. Alle Betriebsteile, die wir von Kroatien aus betreiben, haben wir in einem eigenen Rechenzentrum. Durch die Abhängigkeiten von den Leitungsprovidern haben wir aus strategischer Überlegungen heraus dort ein eigenes Rechenzentrum neu gebaut.

Daher 2+1: ein internes Data Center, ein externes und einen redundanten Block dazu. Wir haben zudem im Neubau ein Mini-Rechenzentrum, um die Inhouse-Kommunikation am Leben zu erhalten, falls alle Leitungen von außen abgeschnitten sind.

Fahren Sie eine SaaS-Strategie?

Derzeit sehr wenig. Die hybriden Ansätze werden wir nächstes Jahr intensivieren. Wir machen viele Applikationen selber, die aber schon so vorbereitet sind, dass wir sie in die Cloud schieben können.

Gegen Cloud gibt es also keine strikten Vorbehalte?

Nein. Auf der Strategieagenda für das nächste Jahr steht Hybrid Cloud. Wir sehen uns an, was wir hinausgeben und was nicht, indem wir immer wieder Business Cases durchrechnen. Bei SAP-Cloud haben uns die Leitungskosten den Business Case zerstört. Das wird sich aber irgendwann lösen.

Was macht aus Ihrer Sicht einen guten, modernen CIO aus?

Er muss gut kommunizieren können, er muss das Business wirklich verstehen und unterstützen können, damit er von den Geschäftsverantwortlichen auf Augenhöhe gesehen wird. Er muss soziale Fähigkeiten und Durchsetzungsvermögen mitbringen. Dazu braucht es eine gewisse Härte und Hartnäckigkeit. Am Ende des Tages muss man die Dinge, die man verspricht, auch umsetzen. Mich zeichnet zudem aus, dass ich eine kaufmännische Brille habe. Es scheitern viele daran, dass sie keine Budgets aufstellen können, ohne die man nichts bewegen kann. Ich habe auch viel Projektmanagement-Erfahrung aus der Automobil-Industrie und dem Anlagenbau mitgebracht. |WF



Thomas Zapf hat bei der Styria Media Group AG gleich mehrere Rollen: Head of Media Technology, CIO und Managing Director. Er hilft seinem Unternehmen, sich in der Medienbranche zu behaupten, die enorm von Internet, Social Media und Mobility verändert wurde. Das macht ihn zum CIO des Jahres 2016 in der Kategorie Enterprise.

Thomas Zapf, Head of Media Technology und CIO der Styria Media Group