AGILITÄT: ZEIT FÜR EIN BISSCHEN „IT-ZEN“

Wer sich zu sehr beeilt, macht einen Umweg“, schrieb der österreichische Literat Fritz von Herzmanovsky-Orlando.
Solch ein Gedanke scheint in unserer schnelllebigen von Quartalsergebnissen getriebenen Zeit überholt. In der IT halten die Hersteller, Berater und Branchenmedien das Tempo hoch und rufen im Stundentakt die Abfahrt neuer Trend-Züge aus. Die allgemein propagierte Erwartung an die IT: immer stärker und direkter die Geschäftsprozesse und Kunden-Services zu verbessern und Umsatzwachstum zu schaffen. Eigentlich dürfte in der Nacht kein CIO mehr ein Auge zu bekommen, weil am nächsten Morgen schon ein Fachbereich innerhalb von ein paar Stunden einen neuen Markt erobern möchte und dafür konkrete IT-Dienste benötigt. Flexibilität und Schnelligkeit sind Trumpf, genauso wie – seit einiger Zeit besonders in Mode – Agilität. Alles nur beschönigendes Marketing Wording für ein Dasein im Hamsterrad, zu dem die CIOs verurteilt sind? Reizvoller ist da vermutlich das von ostasiatischer Philosophie inspirierte Bild einer IT, die nach dem Vorbild des inneren „Chi“ immer im Fluss und bereit ist, dort ihre Energie zu bündeln, wo sie gebraucht wird. Das bedingt allerdings, dieses „wo“ zu identifizieren, die begrenzten Ressourcen strategisch einzusetzen und auch allenfalls zu entscheiden, ein Thema nicht anzugehen.

Möglicherweise ist gerade jetzt die richtige Zeit für ein bisschen „IT-Zen“ nach dem Motto: In der Ruhe liegt die Kraft. Für viele CIOs macht es angesichts der Vielzahl an Trend-Themen und -Anwendungen kaum Sinn, auf jeden Zug aufzuspringen und Investitionen mit der Gießkanne zu verteilen. Haas-CIO Bernd Kuntze sieht die Gefahr, dass „die IT sich selbst überholt.“ Diese Gefahr ortet Gartner-Geschäftsführer Manfred Troger allerdings auch für die Anbieter. Die müssen nämlich, nachdem die ganz großen technologischen Innovationen vorerst einmal anscheinend gemacht sind, permanent neue Anwendungen dafür suchen und präsentieren. Das Ergebnis: Cloud, Big Data, Social Media, Apps und so weiter.
Und das Business? Ist das tatsächlich der große Treiber? Einiges spricht dagegen, etwa, dass auch dort nicht unbegrenzte Ressourcen zur Verfügung stehen, um sich selbst und Geschäftsmodelle ständig neu zu erfinden. Und im Top-Management ist das Potenzial der IT für das Kerngeschäft noch längst nicht überall erkannt worden.
Andererseits sollte man die Herren Herzmanovsky-Orlando, Kuntze und Troger nicht als Vorwand für Untätigkeit heranziehen. „Prepare the Unknown“, muss die Devise heißen, meint A1-Technikvorstand Walter Goldenits.

Dieses Unbekannte besser einschätzbar zu machen, Erfahrungen und Sichtweisen von IT Executives und Experten zu präsentieren und Trends mit genügend Raum und Zeit zu hinterfragen, darauf beruht die Grundidee des CIO GUIDE. Dazu gibt es zwei erfreuliche Schritte vorwärts zu verbuchen:
Zum einen konnten wir Caron Carlson, Herausgeberin von „FierceCIO“, einem der wichtigsten Medien für IT Manager und eine der profiliertesten IT-Journalisten in den USA, als Korrespondentin gewinnen, die für uns beleuchtet, wie die CIOs im Mutterland des IT Business mit bestimmten Trends umgehen.
Zum anderen wird der CIO GUIDE ab 2013 als neuer Haupt-Medienpartner von Confare bei der Verleihung des CIO AWARD und beim CIO & IT-MANAGER SUMMIT, neben dem CIO-Kongress von L.S.Z. die wichtigste Best-Practice- und Trend-Plattform für Österreichs IT Executives, fungieren.
In diesem Sinne hoffe ich, dass die Lektüre des CIO GUIDE Ihnen eine Phase der Ruhe und Inspiration bietet, um die Herausforderungen, die das zweite Halbjahr 2012 für Sie bereithält, erfolgreich zu meistern. □

Foto: Tina Pairits/CIO GUIDE

Michael Dvorak,
Herausgeber & Chefredakteur

VERSCHIEDENE PERSPEKTIVEN
sind ganz besonders dann interessant, wenn es um Erfahrungen in der Praxis geht. Haben Sie ein spannendes Projekt oder eine neue Strategie implementiert und sind dazu bereit, Ihre Best Practices und Lessons Learned an Ihre Kollegen im CIO GUIDE weiterzugeben?
Wir freuen uns schon auf Ihre Anregungen unter info@cio-guide.at.