

AXEL SPRINGER, LUFTHANSA CARGO, E.ON, AUDI

IT wandert ins Produkt

Je mehr Informationstechnik in ihren Erzeugnissen steckt, desto mehr schleifen Unternehmen die Bastionen Business und IT.

Manager beider Seiten zeigen, wie sie die Trennung überwinden.

LESEWERT

- **Warum** ein Audi ein großes Mobile Device ist
- **Wie** IT in Produkten von Springer, E.ON und Lufthansa Cargo zum Wettbewerbsfaktor wird
- **Woran** sich das neue Miteinander von CIO und CEO zeigt
- **Warum** mit dem Einfluss des CIOs nicht immer das IT-Team wächst

„Selbst-Kannibalisierung“ klingt nicht nach Zukunftsmodell. Für Andreas Wiele aber ist sie genau das. Wie andere Verlags-Manager steht auch der Vorstand der Bild-Gruppe und Zeitschriften bei der Axel Springer AG vor der Herausforderung, den digitalen Wandel im Journalismus in ein tragfähiges Geschäftsmodell zu übersetzen. „Dabei dürfen wir auch keine Scheu haben, unsere eigenen Geschäftsmodelle zu hinterfragen“, sagte Wiele Ende Januar auf der 19. Handelsblatt-Jahrestagung „Strategisches IT-Management“ in München. Sprich: Weiterhin gibt es am Kiosk je nach Region für 60 bis 70 Cent die gedruckte Bild-Zeitung. Gleichzeitig arbeitet der Verlag mit Macht daran, neue Leser für die digitalen Ausgaben zu gewinnen und mit ihnen Geld zu verdienen. Auf 10,3 Millionen exklusive Online-Leser kommt man derzeit insgesamt. Bild verkauft mittlerweile jeden Tag mehr als 100 000 digitale Exemplare über Apps auf Smartphones und Tablets. Den Online-Auftritt Bild.de konsumieren die Leser bisher kostenlos; im Laufe des Jahres aber soll ein Teil der Inhalte unter dem Arbeitstitel „Bild Plus“ nur noch gegen Bezahlung abrufbar sein. Laut den Anfang März veröffentlichten Bilanzzahlen wuchs der Umsatz mit digitalen Medien bei Axel Springer im Vergleich zum Vorjahr um 22 Prozent und trägt mit mehr als 1,1 Milliarden Euro rund 37 Prozent zum Gesamtumsatz des Konzerns bei.

„Geschäftsentscheidend“

Die IT wird im Zuge dessen „geschäftsentcheidend und produktrelevant“, sagt Wiele. Die Entwicklung, die er schildert, vollzieht sich zurzeit branchenübergreifend. Informationstechnik dient Unternehmen nicht mehr nur dazu, die Kommunikation unter Mitarbei-

Andreas Wiele
Vorstand Bild-Gruppe,
Axel Springer

„Nur verzahnte Zusammenarbeit zwischen IT- und Business-Verantwortlichen bringt das richtige Produkt hervor.“



tern und zum Kunden sicherzustellen oder Fertigungsprozesse zu steuern. Sie ist selbst in zunehmendem Maße Teil von Endprodukten. Zuständig dafür, zumindest teilweise: der CIO. In einer Online-Umfrage auf CIO.de gab von 114 teilnehmenden Lesern mehr als jeder Dritte an, die Position von CIO und IT-Abteilung werde in der Folge stärker. Wurde in den vergangenen Jahren stets gefordert, der IT-Chef dürfe sich nicht bloß als Techniker begreifen, sondern müsse das Geschäft seines Unternehmens unterstützen, so erfährt diese Sicht jetzt einen neuen Dreh: Der CIO nähert sich dem Geschäft weiter an, indem er gerade durch sein Technikverständnis Produkte verbessern hilft.

Bei Springer hat die gestiegene Bedeutung der IT dazu geführt, dass CIO Daniel Keller, seit November in dieser Position, nicht mehr wie sein Vorgänger an den Finanzvorstand berichtet, sondern direkt an den Markenverantwortlichen Andreas Wiele. Mindestens alle 14 Tage tauschen sich beide beim Jour fixe aus. Wich- ▶

