



VON IDG

## Commerzbank auf Cloud-Kurs

COO Jörg Hessenmüller richtet die IT neu aus – Seite 16

## CIOs werben für Sustainability

Konzerne wollen mit nachhaltiger IT punkten – Seite 36

VORWERK

# Mit SAP zum digitalen Vertrieb

CIO Axel Scarponi  
modernisiert den  
Direktvertrieb – Seite 10

# IT hält Sie raus aus dem Knast

**Nach dem fünften Bier** sollte man niemanden zitieren – schon gar nicht, wenn das Zitat vertraulich fiel. Der folgende Thekenspruch muss aber trotzdem raus, weil kein anderer den Fortschritt bei Vorwerk besser illustriert: „CRM brauchen wir nicht“, sprach vor rund 20 Jahren ein hochrangiger IT-Mitarbeiter der Staubsauger-Firma: „Unsere Verkäufer kommen aus dem Knast – und die gehen auch wieder in den Knast.“

Mindestens drei Dinge haben sich seitdem geändert: Die Staubsauger-Firma ist keine Staubsauger-Firma mehr, sondern verkauft neben Kobold auch Thermomix und Kosmetika. Zweitens: Neben E-Shops und Ladenlokalen ist der Direktvertrieb jetzt einer von drei Verkaufskanälen, den **CIO Axel Scarponi** mit viel IT betreibt, auch wenn er gar nicht mehr von Customer Relationship Management spricht (siehe Seite 10). Und drittens: Die 577.000 (!) Verkäufer sind überwiegend Verkäuferinnen, also Frauen – die bekanntlich viel seltener einsitzen als Männer.

In 20 Jahren kann viel passieren: In den **Sana Kliniken** digitalisieren Chirurgen inzwischen Gewebeproben, die Spezialisten andernorts analysieren (Seite 22). Die **Commerzbank** hat jetzt eine Cloud-Strategie (Seite 16). Und die CIOs von **Bayer, Daimler und Siemens** reden über „Sustainability“ (Seite 36). Verrückte Welt. Es kommt noch so weit, dass in fünf Jahren niemand mehr über „Agilität“ spricht, wie **Evonik**-CIO Bettina Uhlich im neuen CIO-Jahrbuch wettet (Seite 20).

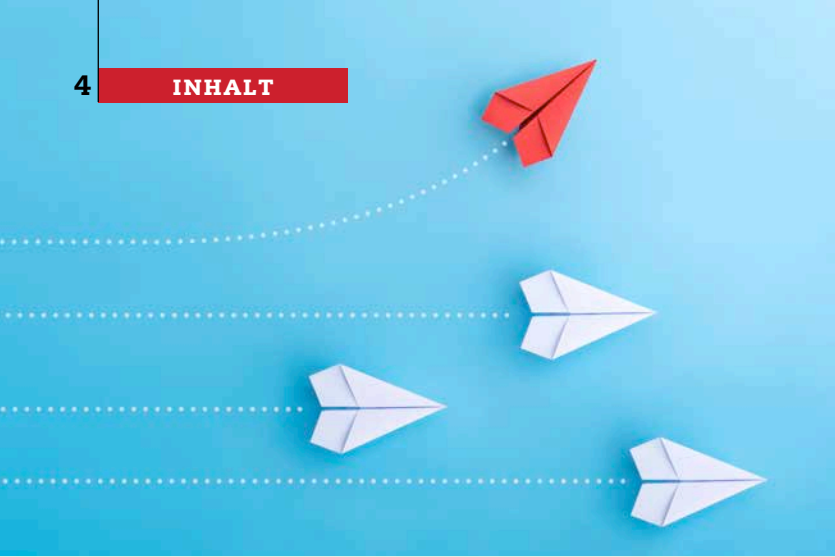
Apropos Wetten: Am **16. September** findet wieder unsere Veranstaltung „Best Bets“ statt, bei der wir auch unser zwanzigjähriges Bestehen feiern (siehe Seite 42). Wir werden wieder entspannt und vertraut über die Zukunft plaudern. Sollte dabei ein gutes Zitat rausflutschen, dann wieder nur anonymisiert und 20 Jahre später.

Bis zum nächsten Geburtstag,



Horst.Ellermann@cio.de  
Herausgeber

*Jhr Horst Ellermann*



## 10 | Digitaler Vertrieb

Produkte wie der Thermomix und der direkte Vertrieb gehören zu den Erfolgsgeheimnissen von Vorwerk. CIO Axel Scarponi arbeitet an der Digitalisierung und vertraut auf SAP.

## 20 | Agile Transformation

CIO Bettina Uhlich treibt die agile Transformation des Chemiekonzerns Evonik voran. Die IT ist dabei der Wegbereiter für den ganzen Konzern.



### AKTUELLES

- 06 NEWS | IT-Projekte**  
**Deutsche Bank:** IT-Modernisierung mit Oracle  
**B. Braun:** Datenintegration eröffnet Chancen  
**Alstom:** Neues Netz mit Managed Services  
**Meyer Werft:** Analytics hilft in Krisenzeiten  
**Siemens:** Automatisierte Abrechnungen  
**Stadt München:** Autonome Busse im Test

### STRATEGIE

- 10 TITEL | Thermomix, Kobold und IT – Vorwerk geht neue Wege**  
 CIO Axel Scarponi will den direkten Vertrieb mit IT-Unterstützung noch erfolgreicher machen. Kritische Anwendungen entwickelt Vorwerk auf Basis der SAP-Plattform in Eigenregie.
- 16 COMMERZBANK | Digitalisierung beginnt im Kopf der Mitarbeiter**  
 COO Jörg Hessenmüller sieht Cloud Computing als Enabler im digitalen Wandel und glaubt an das Potenzial der Blockchain.
- 20 EVONIK | Auf dem Weg zum agilen Unternehmen**  
 Mit ihrer neu aufgestellten IT-Organisation lebt Evonik-CIO Bettina Uhlich agile Methoden vor und inspiriert auch andere Konzernbereiche.
- 22 SANA KLINIKEN | Schnelles Netzwerk eröffnet neue Chancen**  
 Ein Gigabit-Netzwerk erlaubt den Datenaustausch in Echtzeit. CIO Bernd Christoph Meisheit sieht darin das Fundament für digitale Initiativen.

**CIO** 20  
 JAHRE

IT Leadership & Best Practice



## 26 | Digitale Champions

Der Wettbewerb „Digital Leader Award“ stand erneut im Zeichen der Pandemie. Die Sieger überzeugten die Jury mit Innovationskraft und klaren Strategien.

## 36 | Nachhaltige IT

Auch deutsche Konzerne wollen mit dem Thema Sustainability punkten. Die CIOs von Daimler, Siemens und Bayer berichten, wie sie zu mehr Nachhaltigkeit antreiben.



### IT-MARKT

- 26** DIGITAL LEADER AWARD | **Die besten deutschen Digitalprojekte**  
In fünf Wettbewerbskategorien kürte eine hochkarätige Jury die Gewinner des Digital Leader Awards 2021 und vergab drei Sonderpreise.
- 30** CUSTOMER EXPERIENCE | **Banken starten digitale Aufholjagd**  
Viele Finanzinstitute tun sich schwer mit der digitalen Transformation. Es hakt vor allem an den Kundenschnittstellen.

### MANAGEMENT

- 32** NEWS | **Menschen**  
Eon: **Weber** zum IT-Chef berufen  
FEV Group: **Stoll** leitet den IT-Bereich  
Rheinland-Pfalz: **Fedor Ruhose** jetzt Landes-CIO  
MAN Truck & Bus: **Wehner** ist neuer CIO  
Audi: **Kranz** steuert Digital Experience  
Haufe Group: **Plaul** zum CIO ernannt  
Miles & More: **Sommer** übernimmt IT-Leitung  
Markant: **Michaelis** führt die IT-Tochter
- 40** CIO DES JAHRES | **And the winner is ...**  
Am 25. November 2021 vergeben CIO-Magazin und COMPUTERWOCHE zum 19. Mal den renommierten Award im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung. Save the Date!
- 41** KARRIERE | **Otto setzt auf mehr Frauen im IT-Management**  
Otto-CIO Michael Müller-Wünsch engagiert sich für mehr Frauen in der IT. Eine Initiative ist die Event-Reihe „develop<HER>“.

### STANDARDS

- 42** SERVICES / IMPRESSUM



THERMOMIX, KOBOLD - UND IT

# VORWERK GEHT NEUE WEGE

Neben den Kobold-Staubsaugern und dem Thermomix ist der Direktvertrieb das Erfolgsgeheimnis von Vorwerk. Für CIO Axel Scarponi und sein Team ist dessen Digitalisierung eine Herkulesaufgabe.



**Vorwerk** ist wohl der Prototyp des deutschen Familienunternehmens – aber längst auch ein diversifizierter internationaler Konzern mit einem Jahresumsatz von über drei Milliarden Euro. Die beiden wichtigsten Produktlinien der 1883 in Wuppertal gegründeten Firma sind die Staubsauger der Kobold-Reihe und der Thermomix, ein internetfähiges Multitalent für die Küche, das mit seinen zwölf Funktionen leckere Gerichte schnell und einfach zubereitet.

CIO von Vorwerk ist Axel Scarponi, der 2013 die Nachfolge von Stefanie Kemp antrat – sie ist heute die Chefin von Oracle in Deutschland. Scarponi ist kein unbeschriebenes Blatt, er hat Stationen in großen Konzernen hinter sich, darunter Ford, Lidl und Daimler. Vorwerk ist das erste Familienunternehmen, für das er arbeitet – ein Betrieb mit durchaus eigenen Gesetzen, wie er feststellt. Schnell hat Scarponi gelernt, dass für Vorwerk vor allem der Vertriebsweg eine entscheidende Rolle spielt: Es ist der Direktvertrieb, dem das Unternehmen so ziemlich alles verdankt. „Hier liegt unsere DNA“, stellt der CIO klar. Die Art und Weise, wie verkauft werde, sei ein Alleinstellungsmerkmal.

Wer das weiß, kann erahnen, wie wichtig und diffizil die Digitalisierung dieses Direktvertriebs ist. Deshalb haben Scarponi und sein Team diese Aufgabe in den Mittelpunkt ihrer Arbeit gestellt. Die Anforderungen sind hoch, denn der Direktvertrieb sehe in jedem Land etwas anders aus, sagt Scarponi. In manchen Regionen gebe es über Jahre gewachsene, teils heterogene Verkaufsstrukturen, die sich für den Konzern über die Jahre hinweg als Geschäftsvorteil herausgestellt hätten, die in der IT aber Herausforderungen mit sich brächten.

Neben einer auf SAP R/3 basierenden zentral gesteuerten Systemlandschaft werden in einigen Ländern teils heute noch lokale Systeme – darunter lokale AS/400-Systeme – eingesetzt. Lösungen also, die den heutigen Standards nicht mehr entsprechen. „Neue digitale Produkte, ein intelligenter Umgang mit Daten, aber auch Cloud Computing, hohe Security-Standards und manche Trendthemen lassen sich in einer solchen Umgebung nicht abbilden“, sagt der CIO.

### Communities für den Vertrieb

Was ist nun das Besondere am Vorwerk-Vertrieb? Gehen die Berater noch immer von Haustür zu Haustür, um Staubsauger zu verkaufen? „Es gibt nur noch ein Land, in dem der klassische Door-to-Door-Vertrieb läuft, und das ist Italien“, sagt Scarponi. Das gelte auch nur für den Verkauf der Kobold-Sauger. Weltweit sind für Vorwerk rund 577.000 selbstständige Berater im Einsatz.

### LESEWERT

- **Warum** der digitale Vertrieb für Vorwerk erfolgskritisch ist
- **Welche** Herausforderungen damit in der IT entstehen
- **Wie** CIO Axel Scarponi die Migration auf S/4HANA angeht
- **Welche** Vorteile sich Vorwerk von einem Entwicklungszentrum in Madrid verspricht

Während die Staubsauger seit vielen Jahrzehnten eher von oft Vollzeit tätigen männlichen Beratern verkauft werden, funktioniert der Thermomix-Vertrieb anders und zudem von Land zu Land unterschiedlich. Generell sind es eher Frauen, die als begeisterte Kundinnen das Gerät weiterempfehlen und vertreiben, um etwas nebenbei dazuzuverdienen.

„Viele haben Spaß daran, hier entstehen echte Communities aus Kunden, Beratern und unseren Angestellten“, sagt Scarponi.

„Das ist wie in einer Familie. Die machen Partys, kochen zusammen, tauschen Rezepte aus. Dieser emotionale Teil des Geschäfts wird zunehmend digital unterstützt mit Lösungen, Algorithmen etc.“ Hinzu kommt: In vollkommen neuen Vertriebsregionen solche Communities aufzubauen und organisch zu wachsen, brauche Zeit. „Wir wollen diesen Prozess durch neue Technologien beschleunigen, um unsere Zukunftsmärkte China und die USA schneller zu erobern.“

**Axel Scarponi**  
CIO Vorwerk

*„Die Art und Weise, wie verkauft wird, ist für Vorwerk ein Alleinstellungsmerkmal“.*



Neben dem Direktvertrieb als Kern des Geschäfts setzt das Wuppertaler Familienunternehmen ergänzend auf zwei weitere Kanäle: eigene E-Shops sowie Ladenlokale in bevorzugter Innenstadtlage. Dabei stehen Berater im Mittelpunkt der Aktivitäten und dienen dem Kunden als zentrale Anlaufstellen. Seit Mai gibt es für deutsche Kunden auch digitale Plattformen für Thermomix-Beraterinnen. Über diese können Kunden eine Produktvorführung buchen, aber auch direkt digital bestellen, ohne vorab an einer Vorführung teilgenommen zu haben. Jeder Kunde, der digital bestellt, bekommt einen kostenfreien Willkommens-Service angeboten: eine persönliche, individuell zugeschnittene Produktvorführung nach dem Kauf in den eigenen vier Wänden.

„Es bleibt ein Direktvertrieb, aber ein modernisierter“ sagt Scarponi. Vorwerk wende sich einem ▶