



Dr. Dietmar Neugebauer (rechts) beim Interview mit Roland M. Dürre, Vorsitzender des Vorstands der Interface AG

„Da findet eine Evolution statt, die kaum vorhersehbar ist...“

Die Informationstechnologie entwickelt sich schneller als je zuvor. Dr. Dietmar Neugebauer, Vorstandsvorsitzender der DOAG, und Wolfgang Taschner, Chefredakteur der DOAG News, sprachen darüber mit Roland M. Dürre, Vorsitzender des Vorstands der Interface AG.

Sie haben die Interface AG gegründet. Was ist deren Geschäftsmodell?

Dürre: Gestartet im Jahr 1984 als Produkt-Unternehmen, sind wir mit der professionellen Textverarbeitungs-Software HIT/CLOU innerhalb weniger Jahre zum europäischen Marktführer auf UNIX-Systemen aller Hersteller geworden. Um die Jahrtausend-Wende haben wir uns zum IT-basierten und Branchen-neutralen Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen gewandelt. HIT war das UNIX-Textsystem, CLOU die ergänzende 4GL-Maschine für Textgenerierung. Schon in den ersten CLOU-Versionen gab es die Möglichkeit, SQL-Skripte einzubetten, sodass der Textautomat aus der zugewiesenen Datenbank qualifiziert lesen und bei Bedarf auch in sie schreiben konnte. In vielen Einsätzen war dies die Oracle-Datenbank.

Neben der Interface AG gibt es unter dem Dach der IF-Group noch weitere Unternehmen. Was machen diese?

Dürre: Unsere Tochter-Unternehmen sind spezialisiert auf Dienstleistungen im Umfeld besonderer Hersteller-Technologien wie Microsoft oder allgemeiner IT-Technologien wie Virtualisierung. Ein Unternehmen fällt aus der Rolle – es ist die IF-Localization, die Übersetzungen in alle Sprachen organisiert und interkulturelle Anpassungen durchführt.

In welchem Rahmen setzen Sie bei Ihren Kunden Produkte der Firma Oracle ein?

Dürre: Fast alle unsere Kunden setzen in den geschäftskritischen Prozessen die Oracle-Datenbanken ein. Diese Datenbanken sind die Basis für IT aller Art.

In welchem Bereich sehen Sie die Stärken der Oracle-Produkte, wo die Schwächen?

Dürre: Mein Eindruck ist, dass die Oracle-Produkte in der Regel immer sehr gut im Wettbewerb abschneiden. Bedauerlich ist aus meiner Sicht eher, dass es gerade im Middleware-Bereich keine Übersicht über die Vielfalt der

Produkte gibt. Da wäre noch viel Platz nach oben für Oracle drin.

Wie beurteilen Sie generell die Produkt-Strategie von Oracle?

Dürre: Es steht mir nicht zu, die Produkt-Strategie von Oracle zu bewerten. Zumal ich gar nicht in der Lage bin, die Vielfalt ganz zu überschauen. Vielleicht wäre da eine Produkt-Landkarte sinnvoll, die alle Produkte und ihre Möglichkeiten beschreibt.



Roland M. Dürre

Würden Sie Ihren Kunden empfehlen, ein Komplettsystem von der Hardware bis zu den Applikationen von einem einzigen Hersteller wie Oracle einzusetzen?

Dürre: Warum sollte ich nicht? Ich bin schließlich ein alter Fan von Sun-Systemen. Aber im Ernst, eine integrierte und abgestimmte Architektur hat viele Vorteile, die sich wahrscheinlich auch rechnen. Eine Abhängigkeit vom Hersteller besteht ja immer, ganz gleich ob der Anbieter Microsoft, IBM, SAP oder Oracle heißt.

Was hat Sie damals an Sun so beeindruckt?

Dürre: Wir waren ja eine UNIX-Firma und ich war mir damals sicher, dass Windows keine Chance im professionellen Bereich hat. Sun war damals neu auf dem Markt und in der grafischen Oberfläche der Sun-Work-

stations sah ich eine große Zukunft. Zudem waren mir die damaligen Sun-Mitarbeiter auf ihren Veranstaltungen sehr sympathisch.

Was ist Ihnen durch den Kopf gegangen, als Oracle Sun übernommen hat?

Dürre: Einerseits war ich entsetzt, andererseits hatte ich die Hoffnung, dass diese Akquisition eine große Chance ist. Die große Performance der Oracle Engineered Systems ist ein gutes Beispiel dafür.

Die InterFace AG setzt stark auf soziale Medien. Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

Dürre: Persönlich nur die besten. Allerdings ist es nicht immer einfach, die Menschen und auch zentrale Abteilungen zum Mitmachen zu bewegen. Witzigerweise erfahre ich oft aus Facebook, Google+ oder Twitter, was unsere Mitarbeiter gerade so machen, auch dienstlich.

Welche Vorteile sehen Sie im Einsatz der sozialen Medien im Unternehmen?

Dürre: Ich betrachte das heute als ein unbedingtes Muss. Das Management hat sich über die Jahre verändert, anstelle des hierarchisch aufgebauten Systems gibt es heute eine vernetzte Struktur. Bei größeren zusammenarbeitenden Gruppen sind deshalb moderne Hilfsmittel erforderlich, um beispielsweise die zahllosen Besprechungen zu vermeiden. Entscheidend ist jedoch, alle Teammitglieder von den Vorteilen der sozialen Medien zu überzeugen.

In welche Richtung wird sich die IT in den kommenden Jahren entwickeln?

Dürre: Wenn ich das wüsste, würde ich nicht hier sitzen, sondern auf einer schönen Yacht in der Karibik und mit einem Glas Champagner in der Hand. Seriös: Ich gehe davon aus, dass die IT ihren Weg, und dies sehr schnell, gehen wird. Da findet eine Evolution statt, die kaum vorhersehbar oder gar bestimmbar ist. Ich gehe aber davon aus, dass die großen Impulse nicht mehr aus Europa und auch nicht mehr so stark wie bisher aus den USA kommen werden, sondern aus Asien. In

der Pionierzeit von Unix war der große Nachteil für uns deutsche Anbieter, dass der deutsche Markt so viel kleiner als der Englisch-sprechende war. Heute bestimmen China und auch immer mehr Indien, wo es lang geht.



Zur Person: Roland M. Dürre

Roland M. Dürre hat 1977 sein Studium mit Diplom in Mathematik mit Nebenfach Informatik abgeschlossen. Von 1973 bis 1981 war er für die Siemens AG tätig, zuerst fast vier Jahre parallel zum Studium auch während der Semester als Werkstudent und später vier Jahre als fest angestellter Mitarbeiter in zwei verschiedenen Abteilungen. 1981 wechselte er zu Softlab und kam 1983 zur InterFace Computer GmbH. Anfang 1984 gründete Roland M. Dürre gemeinsam mit Wolf Geldmacher, Claus M. Müller und Dr. Peter Schnupp die InterFace Connection Gesellschaft für Datenverarbeitung und Kommunikationssoftware mbH. 1999 wurde die InterFace Connection GmbH in eine AG umgewandelt, an der er die Mehrheit der Aktien hält. Beruflich ist Roland M. Dürre als System-Programmierer gestartet, hat in ziemlich vielen Sprachen programmiert und mit unterschiedlichsten Betriebssystemen gearbeitet. Seine absolute Lieblingssprache war C. Der Schwerpunkt seiner Tätigkeiten hat sich im Laufe seines Lebens von der Programmierung zu unternehmerischen Tätigkeiten verändert. Bei der InterFace AG erfüllt er die Aufgabe des Vorstandsvorsitzenden.

Die InterFace AG

Die InterFace Connection hat Ende 1984 das Textsystem HIT und Anfang 1985 die 4GL für Produktionstext CLOU entwickelt und war damit für gut zehn Jahre in Deutschland Marktführer bei Produktionstext auf Sinix und verschiedenen UNIX-Systemen. Besonders stark wurde HIT/CLOU bei Bundesbehörden (wie Bundesanstalt für Arbeit) oder Landesbehörden (wie Polizei und Gerichte der Länder) und in Unternehmen mit starkem Dokumenten-Ausstoß wie Banken, Versicherungen, Handel etc. vertreten. Das System war aber auch in vielen Ländern Europas im breiten Einsatz, es gab auch eine kyrillische Version für Russland. Die InterFace Connection heißt heute InterFace AG und hat sich vom Produktunternehmen zu einem IT-Beratungs- und -Dienstleistungs-Unternehmen mit den Themen IT-Infrastruktur, IT-Organisation und IT-Applikationen gewandelt. Das Unternehmen entwickelt sich heute zu einer Unternehmensgruppe, intern „IF-Group“ genannt.

Was erwarten Sie dabei von einem IT-Unternehmen wie Oracle?

Dürre: Die Kunst wäre, die richtige Mischung und/oder Gewichtung zwischen „open“ und „proprietär“ zu schaffen. Die Märkte in der IT wandeln sich schnell und sind nicht mehr von einem Unternehmen allein beherrschbar. So sind technologische Offenheit und strategische Transparenz wünschenswert und bestimmt langfristig auch nützlich für IT-Unternehmen.

Wie sehen Sie den Stellenwert einer Anwendergruppe wie der DOAG?

Dürre: Ich habe ja eigene Siemens-Erfahrungen, als Mitarbeiter wie als Lie-

ferant. Bei Siemens gab es die Siemens Anwender-Vereinigung. Ich war immer beeindruckt, wie darüber sehr konstruktive Beziehungen gerade zwischen Großkunden und Lieferant möglich waren und welcher Nutzen für beide Seiten entstanden ist.

Welche Erfahrungen aus Ihrem langen Berufsleben können Sie an andere Unternehmer weitergeben?

Dürre: Vielleicht die wichtigste: Immer fähig sein, sich ein eigenes Urteil zu bilden. Und agil bleiben und dogmatische Entscheidungen und Handlungen um alles in der Welt verhindern. Ansonsten versuche ich, die Regeln für

modernes Management von Hans Ulrich, dem Erfinder des St.-Gallener-Management-Modells, zu beherzigen. Diese sind: Die Unvorhersehbarkeit von Zukunft als Normalzustand zu akzeptieren, die Grenzen des Denkens weiter zu stecken, sich besser vom „sowohl als auch“ als vom „entweder oder“ leiten zu lassen, mehrdimensional zu denken, Selbstorganisation und Selbstlenkung als Gestaltungsmodell zu begreifen, Managen als sinngebende und sinnvermittelnde Funktion aufzufassen, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und Gruppendynamik auszunutzen. Allerdings stammen diese Regeln aus den 1980er Jahren.

SQL und Hadoop – eine gemeinsame Zukunft

Jean-Pierre Dijcks, Product Manager Big Data Oracle Corp.

Kein Zweifel, Big Data wird bleiben. In den letzten 18 Monaten avancierte die Thematik zu einem wichtigen Element in jeder Data-Warehouse-Strategie. Dennoch bleiben eine Menge Fragen über den optimalen Weg zur Realisierung einer Big-Data-Architektur und darüber, welche Tools die richtigen für diese Aufgabe sind. Ein interessantes Lösungsszenario ist die Integration von SQL und Hadoop. Der Artikel geht auf die Vor- und Nachteile einer solchen Integration ein und zeigt auf, wie solche Lösungen die Data-Warehouse, aber auch die Hadoop-Landschaft verändern.

Data Warehouse und Hadoop – brauchen wir beides? Die spontane Antwort ist ein klares „Ja“. Allerdings sollte zunächst immer die weitergehende Frage nach dem besten Weg zum Erreichen der jeweiligen Geschäftsziele gestellt werden. Zur Konkretisierung ein Beispiel: Ein erfolgreiches Unternehmen braucht eine klar definierte Geschäftsstrategie, um seine Geschäftsziele zu erreichen. Für einen Automobilhersteller mag dies lauten: „Produziere qualitativ hochwertige Autos, die ein angenehmes Fahrgefühl vermitteln und konstant die Erwartungen der Kunden erfüllen“. Doch wie kann das Unternehmen diese Strategie umsetzen? Wie lässt sich die positive Erfahrung hoher Qualität beim Kunden messen, wie kann man das Erfül-

len von Erwartungen prüfen oder ein positives Fahrerlebnis feststellen? Unternehmen brauchen dafür Daten aus der eigenen Organisation, aber auch von außerhalb – also fremde Daten.

Das Data Warehouse ist heute oft die Basis, auf der Unternehmen ihre Mission verfolgen: Es integriert Daten aus allen operativen Systemen sowie aus der Fertigung und dem Stammdaten-Management. Erfolgreiche Data-Warehouse- und Business-Intelligence-Anwendungen steuern heute Bedarfsplanung, Lieferanten-Management, Lagerhaltung und das Monitoring von Qualität und Kundenzufriedenheit. Allerdings reichen diese traditionellen Datenquellen und Managementverfahren heute immer weniger aus. Sich ausschließlich auf diese

gut strukturierten und über die Jahre gereiften Daten und Informationen zu verlassen, führt zu verpassten Chancen oder zum Nachsehen, wenn Wettbewerber solche Chancen nutzen.

Man denke beispielsweise an das Potenzial und die Auswirkungen dessen, was wir heute „Connected Cars“ nennen. In früheren Fahrzeuggenerationen wurden gerade mal die zurückgelegte Kilometer-Leistung, der Füllstand im Benzintank und der Öldruck gemessen. Es war eine „analoge Welt“. Messwerte außerhalb dieser beschränkten Möglichkeiten zu erhalten, war äußerst schwierig oder nur unter besonderen Laborbedingungen möglich. Heute verfügen moderne Fahrzeuge über weit mehr als hundert unterschiedliche Sensoren zur Messung von Zuständen.