

Software AG CEO Streibich ontvouwt zijn strategie

OP WEG NAAR PROCESGEDREVEN IT-INNOVATIE

Software AG organiseerde op 10 en 11 november een internationale persbijeenkomst in Darmstadt. Een van de hoogtepunten was de presentatie van CEO Karl-Heinz Streibich over de strategie van zijn bedrijf en de ideeën die daaraan ten grondslag liggen. Uw hoofdredacteur was er bij en doet verslag.

Door Dick Schievels

Wat de overwegingen zijn die schuilgaan achter de strategie van Software AG, de bekende Duitse leverancier van onder meer de procesmodelleringssoftware ARIS en de applicatie-integratiesuite webMethods, dát is de missie waarmee Karl-Heinz Streibich, de CEO van het bedrijf, op donderdagochtend 10 november de internationale pers tegemoet treedt. Het is een divers maar selectief gezelschap dat hem wacht, bestaande uit vakjournalisten uit alle windstreken. Naast mijn eigen Nederlandse vlaggetje dat voor mij op tafel staat – ik ben de enige vertegenwoordiger uit ons lage land – zie ik bijvoorbeeld links een Braziliaans en rechts van mij een Israëliisch vlaggetje opdoemen. Maar ter zake, want de presentatie van Herr Streibich is reeds begonnen.

Proces- versus productinnovatie

Software AG, zegt Streibich, streeft naar 'proces driven IT innovation'. Wat hij daarmee bedoelt, wordt duidelijk uit de subtitel van zijn presentatie: Achieving Business Agility and Flexibility through the New Application Architecture. Niet meer en niet minder.

Allereerst brengt de CEO de belangrijkste uitdagingen in kaart waarmee bedrijven heden ten dage worden geconfronteerd. Aan de IT-kant zit de wereld vaak complex in elkaar, zegt hij. Het is een landschap dat wordt gedomineerd door applicatiesilo's; een wereld waarin traditionele structuren nog steeds de bovenhand voeren. 95 Procent van de IT-uitgaven

gaat naar legacy, schudt Streibich even terloops uit zijn mouw. Dat maakt dat bedrijven al lang niet meer voldoende wendbaar zijn.

Maar ook de businesswereld is complex. Daar dienen zich zaken aan als de aanzwellende globalisering, die tot gevolg heeft dat er vanuit alle hoeken en gaten voortdurend nieuwe concurrentie opduikt. Daarbij komt dat procesinnovatie langzamerhand zelfs belangrijker is geworden dan productinnovatie. Dat komt, zegt Streibich, omdat steeds meer producten commodityproducten zijn geworden. Als je naar de bank gaat, dan ga je daar heen om geld te trekken, geeft hij als voorbeeld. Hoe kunnen banken zich op dat vlak nog onderscheiden van elkaar? Je kunt je meer en meer alleen nog maar onderscheiden door procesinnovatie.

Behoeften

De CIO's die Streibich tegenkomt vertellen hem dat ze behoefte hebben aan dingen als mobile Apps, in-memory technologie en cloudcomputing-oplossingen. Ze willen grip krijgen op Big Data, hun security goed kunnen inrichten en een enterprise-architectuur implementeren. De businessmensen willen een wendbare onderneming die zich snel kan aanpassen aan nieuwe businessmodellen. Ze willen de snel opkomende sociale netwerktechnologie zoals bekend van Facebook en Twitter ook kunnen benutten voor hun bedrijfsvoering. En ze willen meer nuttige informatie kunnen extraheren uit de 'data-explosie' die zich aan hen voltrekt. Het analyseren van die enorme datavolumes wordt steeds meer een probleem.

Applicatiesilo's

Waarom zijn de bestaande applicatiesilo's niet meer in staat om de behoeften die aan de kant van de business leven te vervullen? Dat komt, zegt Streibich, omdat ze niet flexibel genoeg zijn. Ze zijn niet geïntegreerd en de data die ze herbergen zijn veelal van slechte kwaliteit. Ze zijn gebaseerd op de oude, bekende KPI's, te weten: kostenreductie, standaardisatie en harmonisatie. Tientallen jaren hebben CIO's hun zaakjes gemanaged op basis van deze drie KPI's. Vooral de datakwaliteit heeft daar onder te lijden gehad. Streibich kent een verzekeringsbedrijf dat dacht 12,5 miljoen klanten te hebben. "Nu ze hun data hebben opgeschoond, blijkt dat ze in werkelijkheid maar negen miljoen klanten hebben." Die slechte datakwaliteit is een enorm probleem voor veel bedrijven. Daarbij komt dat veel bestaande software verworden is tot een black-box. Men heeft zowel bij maatwerksoftware als bij standaardsoftware heel vaak geen idee meer hoe die in elkaar steekt. Ander belangrijk punt is volgens Streibich dat de businesskant wordt gedreven door de *consumerization* die meer en meer toeslaat. Businessgebruikers nemen hun eigen slimme mobiele devices van thuis mee naar hun werk en verwachten daar dezelfde functionaliteit aan te treffen als die ze thuis gewend zijn.

Al deze zaken oefenen een steeds zwaardere druk uit op de IT-afdeling. De businessgebruikers eisen van IT dat de bestaande applicatiesilo's worden afgebroken en opgeruimd.

Software AG's oplossing

In de oplossing die Software AG hiervoor aandraagt, hoeven die oude applicatiesilo's echter niet te worden afgebroken. Wij zeggen, aldus Streibich, creëer een proces- & integratielaag tussen die silo's enerzijds en de door de business gewenste bedrijfsmodellen anderzijds. Zo'n tussenlaag verschaft de nodige flexibiliteit aan de kant van de business, terwijl hij aan de kant van de IT-silo's de nodige integratiemogelijkheden biedt. Dus niet ontmantelen en vervangen is de strategie die Software AG voorstaat, maar beter gebruikmaken van wat er aan IT al aanwezig is. Die proces- & integratielaag, vaak ook aangeduid met de term 'agility layer', representeert de nieuwe enterprise-architectuur die bedrijven zo nodig hebben.

Streibich zoomt vervolgens in op zo'n bestaande applicatiesilo. Hoe zit die in elkaar? Die bestaat uit data, proceslogica, businesslogica en een grafische gebruikersinterface. Dat is allemaal hard gecodeerd, hetgeen in de praktijk meestal neerkomt op zogenaamde spaghetti-code. Alles is met alles verbonden, 'hard wired'. "De flexibiliteit van zoiets is natuurlijk nihil", houdt de CEO zijn gehoor voor. Dat moet ontrafeld worden, en met behulp van SOA-technologie (Service Oriented Architecture), die Software AG met de aankoop van webMethods een aantal jaren geleden in huis heeft gehaald, is die applicatie-'unbundling' goed te realiseren. Door middel van die ontbundeling worden de data, de proces- en de businesslogica, en de gebruikersinterface van elkaar gescheiden. De geschetste ontbundeling is eigenlijk een vervolg op de



Karl-Heinz Streibich, CEO van Software AG.

ontbundeling die al tientallen jaren in IT aan de gang is, legt Streibich uit. Dat begon al dertig jaar geleden toen de Antitrust-organisatie in de V.S. IBM oplegde om hardware en software van elkaar te scheiden. Die ontbundeling van hardware en software in de tijd van het IBM-computertijdperk markeert de geboorte van bedrijven als SAP en Oracle. En de ontbundeling die daar weer op volgde creëerde in de client-servertijd bedrijven als Novell en Microsoft.

'Data' is koning!

De ontbundeling die nu gaat plaatsvinden is procesgedreven; de processen worden leidend. "Ze vormen de containers, de collaboratieplatformen van een nieuwe geïntegreerde enterprise-architectuur. En 'data' is koning. Data vormen de echte content. Niet de businesslogica. De businesslogica is zoiets als een rekenmachine. Data is koning voor Analytics, voor transactieverwerking en ook in het domein van de ongestructureerde content."

Tot slot

Streibich schetst tot slot het totale plaatje van de evolutie van IT. De systeem- en netwerkarchitectuur en de applicatiesilo's (ERP-, CRM-, HR-systemen enzovoort) werden gecreëerd in de jaren zeventig, tachtig en negentig. De laatste tien jaar kwam daar de middlewarelaag met integratietechnologieën als ESB (Enterprise Service Bus) en SOA bovenop. "En daar weer bovenop komt de komende tien jaar de procesgedreven digitalisering van de enterprise", voorspelt Streibich.

En wat brengt de toekomst daarna? "De toekomst daarna is aan processtandaardisatie, net zoals we vandaag de dag de standaardisatie van applicaties meemaken. De manier waarop die processtandaardisatie wordt geleverd, zal zijn in de vorm van mobiele oplossingen, on-premise projectoplossingen, private cloud en public cloud platformen."

De CEO van Software AG is hiermee aan het eind van zijn betoog aangeland. "Dit is de verandering die in de visie van Software AG ons allen te wachten staat", zo sluit hij af.

Dick Schievels is hoofdredacteur van Business Process Magazine.