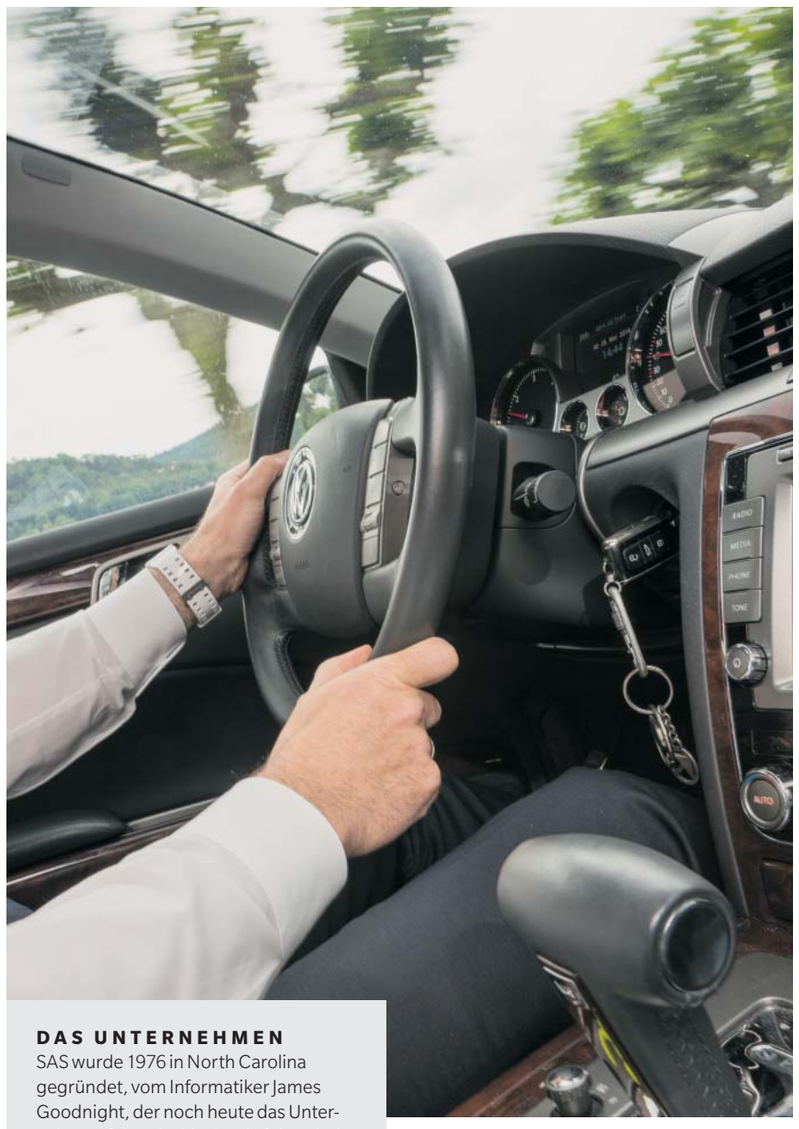
MENSCH UND ORT

Der Datenbankier

Unternehmen aller Branchen vertrauen Wolf Lichtenstein ihre Daten an. Der Geschäftsführer des Software-Unternehmens SAS Deutschland weiß, wie er sie gewinnmaximierend einsetzen kann. *Von Sarah Mühlberger*

Von alten Bauten, Bäumen und Wasser umgeben liegt der idyllische Unternehmenssitz von SAS Deutschland in Heidelberg. Nach dem Abitur zog es Wolf Lichtenstein vom baden-württembergischen Heilbronn in die weite Welt, bevor er als SAS-Deutschland-Geschäftsführer an den Neckar zurückkehrte. Doch für Fernweh bleibt kaum Zeit: Mindestens an zwei Tagen pro Woche ist er geschäftlich in anderen Städten unterwegs.

FOTOS CARSTEN BÜLL



DAS UNTERNEHMEN
SAS wurde 1976 in North Carolina gegründet, vom Informatiker James Goodnight, der noch heute das Unternehmen führt. SAS ist Marktführer bei Business-Analytics-Software und das weltgrößte privat geführte, nicht börsennotierte Software-Unternehmen, mit 3,02 Milliarden Dollar Umsatz im Jahr, 400 Niederlassungen und Kunden aus 139 Ländern. Seit 1982 ist SAS auch in Deutschland vertreten, die Hauptniederlassung ist in Heidelberg. Der Konzern hat über 13 000 Mitarbeiter, 500 davon in Deutschland.

DER UNTERNEHMER
Wolf Lichtenstein, Jahrgang 1959, studierte in Heidelberg, Augsburg und Tübingen zunächst Psychologie und anschließend Informatik. Seit 2008 ist er Geschäftsführer von SAS Deutschland, zuvor war er Sales Director bei dem Softwarehersteller. Heute ist Lichtenstein auch für Österreich und die Schweiz sowie für den israelischen Markt zuständig. Zuvor arbeitete er für den Kampagnen-Management-Anbieter Prime Response und war Vorstand eines Joint Ventures von McKinsey und General Atlantic sowie der Unternehmensberatung People at Work.

Geldwäsche und Betrug – mit diesen Themen eröffnet Wolf Lichtenstein an diesem Mittwochmorgen das Gespräch. Er ist nach München gekommen, um mit Winfried Spies, dem Chef der Generaliversicherungen, über aktuelle Entwicklungen und mögliche Strategien zu sprechen. Beim Thema Betrugserkennung gebe es ja gerade Bewegung in Italien, welche Folgen habe das für Deutschland?, will Wolf Lichtenstein etwa wissen. Lichtenstein, 55 Jahre alt, ein dynamischer Glatzen- und Brillenträger mit badischem Dialekt, hört seinem Gegenüber aufmerksam zu und macht sich Notizen – analog, in einem karierten DIN-A4-Block. „Solche Gespräche helfen mir, die Tragweite eines Themas einzuordnen“, wird er später erklären. Gleichzeitig taucht er tief in die jeweilige Struktur des Konzerns ein, der mittwochs eine Versicherung, donnerstags ein Energieversorger und freitags eine Bank sein kann.

Weit mehr als 90 Prozent der weltweit 500 größten Firmen nutzen heute Software von SAS. Damit analysieren sie ihre Geschäftsdaten und gelangen so zu wichtigen Erkenntnissen, auf deren Basis sie Strategien entwickeln können. „Unsere Kernkompetenz ist es einerseits, mit beliebigen Datenmengen und Datenstrukturen klarzukommen“, sagt Wolf Lichtenstein, „und diese andererseits auszuwerten und Vorhersagen zu treffen. Dabei ist die Lösung von Problemen unser Brot-und-Butter-Geschäft. Wir sehen die Herausforderungen unserer Kunden – und wir sehen unsere Möglichkeiten.“

Abhängig von der Branche hat die Datenanalyse ganz unterschiedliche Zwecke. Einer Versicherung wie Generali ist zum Beispiel daran gelegen, Betrugsfälle aufzuspüren und zu verhindern. Telekommunikationsanbieter und Energieversorger wollen ihre Netze besser auslasten. Im Handel geht es häufig um eine Optimierung der Lieferkette, um eine Verbesserung des Einkaufs. In der Industrie hingegen sollen vor allem Abläufe automatisiert und Produkte intelligenter werden. „Was spucken Maschinen aus, und was kann ich damit anfangen?“, fasst Lichtenstein zusammen.

ANZEIGE

Wem können Sie als Unternehmer uneingeschränkt vertrauen

?

www.datev.de/steuerberater

Veränderung sollte Normalzustand werden

SAS wurde 1976 in North Carolina gegründet und ist heute das weltweit größte privat geführte Software-Unternehmen, mit 400 Niederlassungen und Kunden aus 139 Ländern. 2013 machte SAS über drei Milliarden Dollar Umsatz, 128 Millionen davon in Deutschland. Mit der fast vollständigen Marktabdeckung der großen Firmen ist SAS jedoch mitnichten am Ziel. „Wir leben in einer Welt“, sagt Wolf Lichtenstein, „die sich ständig verändert. Wir müssen raus aus der Denke, dass Lösungen lange halten sollen. Wir müssen die Veränderung als Normalzustand begreifen.“

Lichtenstein ist Psychologe und Informatiker, eine Doppelqualifizierung, die ihm in seinem heutigen Job hilft, die aber eher dem Zufall geschuldet ist, wie er sagt: „Die Wahrheit ist, da steckte kein Plan dahinter.“ Im Psychologiestudium spezialisierte er sich auf Verhaltensforschung im internationalen Terrorismus, arbeitete nach seinem Abschluss unter anderem für die Polizei. Sein Fachgebiet war zwar gefragt, die Jobs aber nicht gut bezahlt. In der Hoffnung auf bessere Berufsaussichten begann er nach zwei Jahren Informatik zu studieren. Für SAS arbeitete er bereits von 1990 bis 1999, nach einem Ausflug in die Welt der Unternehmensberatung kehrte er 2005 zum Software-Konzern zurück und wurde 2008 Geschäftsführer von SAS Deutschland.

An seinem Beruf schätze er nicht nur den Austausch mit Kunden, sondern auch die Vielfalt und die Relevanz der Themen. „Ich muss keine Vorträge halten, bei deren Vorbereitung ich mich vier Wochen langweile“, sagt Lichtenstein. Außerdem betreffe Big Data heute immer mehr Firmen und immer mehr Menschen. In Gesprächen mit Vorständen bemerkt er, dass viele die Bedeutung des Themas erkennen, dass sich das aber gleichzeitig noch nicht in einem Kulturwandel oder in mehr Innovationsbereitschaft niederschlägt. „Und wenn das nicht wirklich gelebt wird, dann werden externe Ideen wie ein Bakterium vom Körper wieder ausgespuckt.“

Dass Big Data seit geraumer Zeit ein Imageproblem hat, macht es nicht leichter. Lichtenstein sieht Handlungsbedarf. Den Menschen müsse klar sein, was mit gespeicherten Daten passiere. Er glaubt nicht an eine generelle Datenangst. „In Umfragen sagt die große Mehrheit der jüngeren Bevölkerung, dass sie sich vorstellen könne, ihre Daten weiterzugeben. Transparenz ist wichtig“, sagt Lichtenstein. „Und wir müssen besser erklären, was der Einzelne davon hat, wenn er seine Daten weitergibt.“ Vieles sei noch ausbaufähig. Beim Online-Handel etwa empfänden die meisten Nutzer individuelle Kaufvorschläge als Belästigung. „Wenn es aber gut funktioniert, ist es ein großer Service.“

Ein anderes grundsätzliches Problem ist die Abstraktheit des Themas. Unter Datennutzung und Software-Analyse kann sich kaum jemand etwas vorstellen, das weiß Wolf Lichtenstein aus eigener Erfahrung. Jahrelang hat er versucht, seinem Vater zu erklären, was er beruflich macht – erfolglos. „Obwohl mein Vater sehr intelligent war.“ Bei seinen vier Kindern, der Jüngste ist sechs, arbeitet er mit Beispielen, wenn er seine Firma beschreibt: SAS sorge dafür, dass neue Autos von Honda nicht gleich in die Werkstatt müssen, dass genügend Zeitungsexemplare zum Verkauf stehen oder dass eine Bank nicht pleitegeht. Seine Kinder interessiere aber ohnehin vor allem, wer in seinem Unternehmen „der Boss“ ist, erzählt Lichtenstein. „Bei uns sind alle Chef“, antwortet er dann. „Die Kinder sollen nicht rumrennen und allen erzählen, dass ihr Vater irgendwo der Chef ist.“

Mitarbeiter sind der wichtigste Wert seines Unternehmens

Für seine Mitarbeiter will der SAS-Geschäftsführer vor allem ein gutes Arbeitsumfeld schaffen. Er könne nicht „autokratisch durchregieren“, sagt Lichtenstein, „ich muss die Leute, fast alle Akademiker, einbinden und ihren Intellekt nutzen, um Probleme zu lösen und Ideen zu entwickeln“. Dass SAS als guter Arbeitgeber gilt, liegt für ihn auch daran, dass viel Geld in Forschung und Technologie, aber noch mehr in die Arbeitsplätze investiert wird. Auf gutes Essen und schöne Räumlichkeiten werde viel Wert gelegt, sagt er. So entstand die vielgerühmte Konzernzentrale von Google denn auch nach SAS-Vorbild.

ANZEIGE

Wer macht alle kaufmännischen Prozesse einfach

?

www.datev.de/steuerberater

Dass die Mitarbeiter der wichtigste Wert der Firma sind, müsse von oben nach unten gelebt werden, sagt Lichtenstein, „sonst wären Trivialitäten wie offene Türen und Duzen wirkungslos“. Als 2007 und 2008 überall Konkurrenten Mitarbeiter entließen, ging SAS einen anderen Weg. „Wir ziehen das jetzt gemeinsam durch“, hieß es, „wir werden niemandem kündigen“, versprach das Unternehmen damals seinen Angestellten. „Vielleicht waren die sogenannten Krisenjahre auch deswegen extrem erfolgreich für uns“, sagt Lichtenstein. Zudem gebe es „extrem viel Gestaltungs- und Entwicklungsspielraum für die Mitarbeiter: „Wenn einer nach Australien will, dann geht er eben für SAS dahin.“

Wolf Lichtenstein selbst ist in seinem Leben mehr als 30 Mal umgezogen. Nach dem Abitur konnte er es nicht erwarten, seinen baden-württembergischen Heimatort Heilbronn zu verlassen. „Am letzten Tag haben mich Freunde noch vor der Schule mit dem Auto abgeholt, weil ich mir geschworen hatte, schnellstmöglich abzuhauen.“ Nach vielen, auch internationalen Stationen lebt er heute in Heidelberg, nur 45 Minuten von seiner Heimatstadt entfernt. Mindestens zwei Tage in der Woche ist er unterwegs, auf Terminen bei Kunden oder in anderen SAS-Dependancen.

Seine Tage beginnt Lichtenstein mit einem Sportprogramm jeden Morgen um 6 Uhr, ob zu Hause oder im Hotel. „Ich rauche nicht, und ich trinke nicht, irgendwas muss ich ja machen“, ist seine Erklärung für das frühe Ritual. Seine Arbeitstage seien „verdammt verschieden“, sagt er, aber „meistens von 8 Uhr morgens bis spätabends mit Terminen vollgepflastert“. Das sei alles genau richtig so. Ob er sich vorstellen könne, irgendwann kürzerzutreten, ein ruhigeres Arbeitsleben anzustreben? „Um Gotteswillen!“ Er brauche den Stress und das Adrenalin, sagt Lichtenstein: „Je mehr, desto besser.“ Er jammere dann zwar durchaus auch mal, „aber eigentlich darf man das nicht ernst nehmen: In Wirklichkeit genieße ich das.“