



Digiplex datacenter i Upplands Väsby.

Digitaliseringen gör datacenter till en styrelsefråga: oåtkomlig data kostar företag miljoner

Havererade internetbanker, kraschade bokningssystem och missnöjda kunder. Under sommaren har vi sett flera exempel på hur brister i ett datacenter kan orsaka skador i mångmiljonklassen på ett företags varumärke.

– 99,999 procents upptid räcker inte längre idag, säger Lars Tisén på datacenterföretaget DigiPlex.

– I den digitaliserade värld vi lever i har frågan om vilket datacenter man använder gått från it-tekniker-nivå till att bli en fråga för ledningsgrupp och styrelse. Du behöver aktivt välja rätt datacenter för att skydda både ditt varumärke och hela din verksamhet, säger Lars Tisén, Chief Commercial Officer på DigiPlex.

Hur affärskritiskt valet av datacenter blivit har tydliggjorts av flera incidenter de senaste månaderna. De största bankerna i både Danmark och Norge drabbades exempelvis av stora it-haverier nyligen; orsakade av strömvabrott och handhavandefel på deras respektive datacenter. För bankernas kunder innebär haverierna att de inte kunde komma åt sin internetbank eller genomföra transaktioner och problemen kvarstod under flera dagar.

En annan omtalad incident inträffade i början av sommaren, då ett brittiskt flygbolag drabbades av ett strömvabrott i sitt datacenter. Haveriet innebär att flygbolaget inte kunde komma åt sitt bokningssystem och upp emot 75 000 passagerare blev strandsatta på flygplatser runt om i världen.

Enligt Lars Tisén är det svårt att överblicka hur mycket skada företagens varumärken har tagit av dessa, väldigt

offentliga, incidenter.

– Vi är idag väldigt beroende av att ha en ständig uppkoppling mot vår data. Så en bank har inte råd med den här typen av driftstopp, för de tar så stor skada både varumärkesmässigt och sett till börsvärdet. Det är egentligen sant för alla branscher idag. Eftersom de är digitaliserade så är alla företag extremt beroende av att komma åt datan i realtid, oavsett vilken data det är.

Rädslan för den här typen av incidenter har också börjat ge effekter. Istället för att baka in datacentret i en stor IT-tjänst-upphandling eller lägga sin data i ett moln utan fysisk spårbarhet ser Lars Tisén nu en tydlig trend av att fler och fler företag i USA specificerar vilka datacenter som ska användas för deras data. Samma utveckling spås även i Europa, inte minst på grund av dataskyddsförordningen GDPR. Men samtidigt som problematiken blivit mer uppmärksammas tror Lars Tisén att svenska företag har mycket kvar att lära. På lednings- och styrelsenivå saknas alltså kunskap kring hur kritisk frågan är och vilka krav som bör ställas på ett modernt datacenter.

– I datacenterbranschen brukar man prata om 99,999 procents upptid, men

det betyder i realiteten att du kan ”ligga nere” 26 sekunder i månaden eller ungefär fem minuter per år. Därför levererar vi 100 procents upptid, för vi förstår hur kritiskt det är. Även om ett system bara går ner i fem sekunder kan det nämligen ha en ”knock on”-effekt på andra system och skapa jätteproblem längre ner i applikations-kedjan. Så 99,999 procents upptid räcker inte längre idag, för är kunden nere så är kunden nere.

För att kunna leverera 100-procentig upptid är därför DigiPlex egna datacenter utrustade med redundans på alla plan. Strömförsörjningen sköts genom två oberoende kraftstationer och om dessa, mot all förmodan, slutar att fungera samtidigt, tar batterier och reservgeneratorer över driften. Även fiberleverantörerna har redundanta anslutningar och när det gäller den fysiska säkerheten måste besökare passera både dubbla staket, väktarkontroller och personslussar på väg in till sina serverar.

Den typ av driftsäkerhet som DigiPlex datacenter levererar står därmed i stark kontrast till de egna ”datacenter” som många företag har i sin källare eller i en garderob på kontoret. Enligt Lars Tisén går utvecklingen dessutom så fort att ett datacenter som byggdes för bara fem år

sedan kan vara utdaterad idag. Att en gång ha outsourcat driften av sitt datacenter är därmed ingen garanti för att undvika den typ av incidenter som skadar bolagets varumärke och börsvärde.

– Därför behöver du göra ett aktivt val kring var du placerar din data. Det räcker inte att du har outsourcat en gång för tio år sedan utan du måste säkerställa att ditt datacenter möter dagens krav. För att skydda både varumärke och verksamhet måste man ha en seriös partner som investerar kontinuerligt i datacentret och tar både fysisk säkerhet och driftsäkerhet på största allvar.



Lars Tisén, Chief Commercial Officer för DigiPlex.