

Unternehmensportale und Content-Management

„Content is King“

Das im Unternehmen vorhandene Wissen entwickelt sich immer stärker zu einem veritablen Wert. Web 2.0 treibt die Vernetzung der Menschen weiter voran und bietet Organisationen viele neue Möglichkeiten, das vielfach gescheiterte Thema Wissens-Management doch noch erfolgreich auf den Weg zu bringen. Wie sich Content-Management und Collaboration-Plattformen ergänzen, zeigt der folgende Beitrag.

Tim O'Reilly, Verlagsgründer und aktiver Open-Source Software-Entwickler, hat vor einigen Jahren gesagt: „Data is the next Intel inside“. O'Reilly hat mit seinem Satz aus dem Jahr 1997 recht behalten: Das Geschäft von Web 2.0-Unternehmen wie eBay, Amazon und Facebook basiert im Wesentlichen darauf, Daten und Wissen zu erlangen und zu verwerten. Dieses Prinzip lässt sich in abgewandelter Form auch auf viele andere Organisationen übertragen. Vor allem für Dienstleistungsunternehmen, wie beispielsweise Banken, Versicherungen und Telekommunikationsanbieter, ist Wissen ein elementarer Produktionsfaktor. Vieles, was als so genannter Content bezeichnet wird, zählt zu den Werten eines Unternehmens und sichert die Beratungsqualität und Innovationskraft eines Anbieters – im Gegensatz dazu verlieren Maschinen und Gebäude beständig an Wert.

Content und Prozesse zusammenfügen

Prozesse spielen in Organisationen eine entscheidende Rolle für erfolgreiches Wirtschaften. Beim Modellieren und Dokumentieren von betrieblichen Abläufen sind zwei Dinge wichtig: der fachliche Ablauf im Detail sowie die hierbei zu integrierenden organisatorischen Einheiten. Mit diesen beiden Komponenten beschreiben Unternehmen ihre Prozesse und definieren, wer diese ausführen soll.

Damit die Prozesse aber zu dem gewünschten Ergebnis führen, sind zahlreiche Detailfragen zu klären. Wie wird ein einzelner Arbeitsschritt möglichst effizient ausgeführt und welche Arbeitsmittel sind dafür notwendig? Es sind Muster, Dokumentenvorlagen und IT-Services zu definieren und

E-Partizipation

Eine besondere Form der Collaboration im weitesten Sinne ist E-Partizipation. Es umfasst alle Internet-gestützten Verfahren, die Bürger in den politischen Entscheidungsprozess einbinden. Das Ziel ist es, Menschen und die Wirtschaft verstärkt an elektronischen Behördenprozessen zu beteiligen. Beispiele für E-Partizipations-Angebote sind etwa die Mitsprachemöglichkeit bei Bauvorhaben auf der Website einer Kommune, die Diskussion von Gesetzesvorhaben auf den Seiten eines Parlaments, die Internet-gestützte Befragung zu Planungsvorhaben oder die Diskussion über den Haushalt einer Kommune („Bürgerhaushalt“).

Auch der fünfte nationale IT-Gipfel der Bundesregierung diskutiert in einer Arbeitsgruppe über den Nutzen dieser Form von bürgernaher Zusammenarbeit. Der IT-Gipfel findet am 7. Dezember 2010 in Dresden statt.

Weitere Informationen:

www.cio.bund.de und www.bmwi.de

Tipps für erfolgreiche Collaboration-Projekte

- Keine Beschränkung auf die technische Bereitstellung
- Unterstützung durch Unternehmensführung absichern
- Wachstum von Collaboration-Sites steuern
- Publishing und Collaboration sauber trennen, da beide grundlegend unterschiedliche Informations-Charakteristika aufweisen
- Collaboration-Lösungen nicht als „Out of the Box“-Produkte fehl einschätzen
- Keine Collaboration-Planung ohne Business-Use-Case

Mitarbeiter müssen klären, welche gesetzlichen oder organisatorischen Rahmenbedingungen ein Prozess unterstützen muss. Hinzu kommen Themen wie Qualitäts-Management oder die Unterstützung von Normen.

Um einen Bruch zwischen der Definition des Prozessablaufs und der organisatorischen Umsetzung zu vermeiden, wird idealerweise das Geschäftsprozess-Management (BPM – Business Process Management) mit Content ergänzt. Hierzu hat MATERNA mit ARIS2CoreMedia ein Konzept entwickelt, das die Prozessmodelle einer Organisation mit redaktionellen Inhalten unterfüttert, wie beispielsweise Hintergrundinformationen, Rahmenbedingungen, Richtlinien, Gesetze und Formulare.

Collaboration: Content und Anwender zusammenbringen

Neben den Prozessen müssen auch Anwender und Content zueinander finden. Nicht immer ist der Gang zum Experten ins Nachbarbüro möglich, um Wissenslücken aufzufüllen. Können Mitarbeiter einer Organisation nicht unmittelbar und räumlich zusammenarbeiten, sind Alternativen gefragt. In der Vergangenheit sind viele Wissens-Management-Projekte allerdings daran gescheitert, dass die Projekte nicht klar abgegrenzt wurden und auch die technologischen Möglichkeiten waren noch nicht ausgereift genug.

Heute vernetzen moderne Collaboration-Plattformen die Mitarbeiter und stellen vorhandenes Wissen in der gesamten Organisation bereit. Die Zusammenarbeit erfolgt dezentral, nachhaltig und ist spontan möglich. Darüber hinaus dokumentieren solche Plattformen das Wissen auch für eine spätere Nutzung. Je größer der räumliche Abstand zwischen den Beteiligten und je mehr Teilnehmer zusammengebracht werden sollen, desto schneller steigt der Bedarf an Collaboration-Plattformen.

„Für den Siegeszug von Collaboration 2.0 gibt es gleich mehrere Indizien: Dafür spricht beispielsweise das Nutzerverhalten im Web. Die Menschen sind bereit, sich auszutauschen und zu kommunizieren, wenn sie dafür eine geeignete Plattform

erhalten“, erläutert Guido Weiland, Abteilungsleiter Content-Management bei MATERNA. Der zweite wichtige Faktor ist die Mobilität verbunden mit dem Wunsch, immer und überall auf Inhalte zugreifen zu können und dieses Wissen auszutauschen. Drittens sind die technologischen Plattformen inzwischen so ausgereift, dass eine effiziente und innovative Art der Zusammenarbeit realisierbar ist. Auch die Netzbandbreiten sind zu akzeptablen Kosten vorhanden, beispielsweise für Web- und Video-Konferenzen.

„Grundvoraussetzung für jedes Collaboration-Projekt ist eine methodische Herangehensweise. Dennoch lässt sich Collaboration nur höchst individuell in einer Organisation umsetzen“, so die Praxiserfahrung von Guido Weiland. Wie eine Organisation ihre Mitarbeiter vernetzt und Wissen damit zugänglich machen kann, lesen Sie ab der Seite 14.

Der internationale Automobilhersteller Continental plant im Rahmen des Projectes UCC (Unified Collaboration and Communication), bis 2014 eine integrierte Collaboration-Plattform zu erstellen. Sie soll den gesteigerten Anforderungen in Bezug auf Wissensgenerierung, Suche, Content-Strukturierung sowie Informations-Lifecycle gerecht werden. Der Fokus liegt hierbei nur teilweise auf der Technologie. Die wesentlichen Erfolgsfaktoren liegen für Continental vielmehr in der Schaffung der hierfür benötigten offenen Unternehmenskultur und dem Vertrauen der Mitarbeiter in die neuen Möglichkeiten, wie beispielsweise ein dynamisches Profil, aufzubauen und zu kräftigen. Eine weitere Herausforderung ist die Strukturierung des Content sowie die Definition der Wertigkeit von Informationen und deren Halbwertszeit. Die reine Menge an Content – gleich mittels welcher Technologie diese abgelegt werden – ist für Continental hierbei keine Messgröße, die den Erfolg der Plattform widerspiegelt.

Spannungsfeld Web-Content-Management und Collaboration

Lange Zeit gingen Experten davon aus, mit Collaboration würde die bisherige Form der Content-Bearbeitung obsolet: Inhalte sollten künftig alleine durch die Zusammenarbeit entstehen und von den Mitgliedern der Community gepflegt werden. Dies führte zu einer unklaren Aufgabenverteilung zwischen dem klassischen Web-Content-Management (WCM) und Collaboration. Heute sind sich die Experten jedoch



„Für den Siegeszug von Collaboration 2.0 gibt es zahlreiche Indizien: Dafür spricht beispielsweise das Nutzerverhalten im Web. Die Menschen sind bereit, sich auszutauschen und zu kommunizieren, wenn sie dafür eine geeignete Plattform erhalten.“

Guido Weiland,
Abteilungsleiter Content-Management bei MATERNA

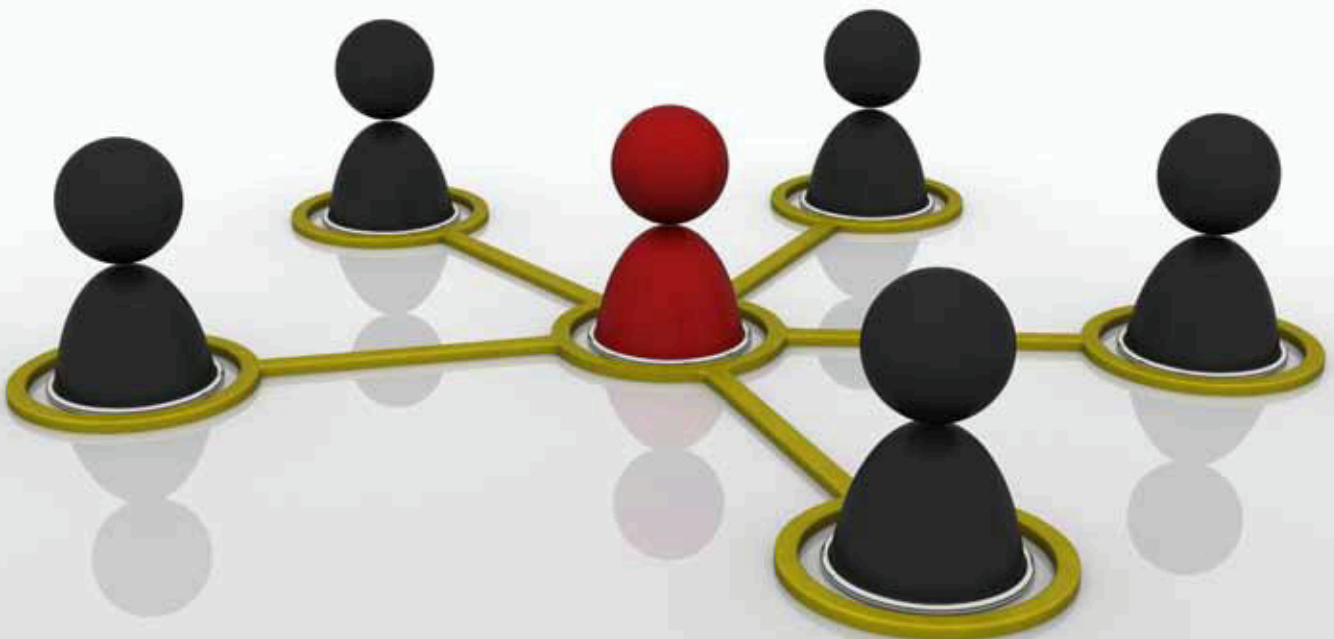


einig, dass beide Lösungen ihre ganz speziellen Aufgaben haben und sich ideal ergänzen.

Nach wie vor gibt es Inhalte, die ganz klassisch erstellt, freigegeben und publiziert werden. Der Verwendungszweck, die Art der Inhalte und welche Folgen sich aus der Content-Produktion und Verteilung ergeben können, spielen hierbei eine entscheidende Rolle: Organisationen bewegen sich schließlich in einem gesetzlichen und rechtlichen Rahmen. Das gilt auch für die Informationsverpflichtung gegenüber den internen Mitarbeitern sowie externen Anspruchsgruppen. Bestimmte Fachinformationen, etwa im Versicherungs- und Pharmabereich, erfordern ein Höchstmaß an Freigabeprozessen. Die Mitarbeiter müssen sich auf die hohe Qualität der Inhalte verlassen können. Solche Inhalte finden sich in

Unternehmen und die beschriebenen Anforderungen machen ein klassisches Web-Content-Management-System mit seinen Pflege- und Freigabeprozessen erforderlich.

Entscheidend für ein WCM-System sind seine vielfältigen Qualitäts- und Sicherheitsfunktionen bei der Content-Bereitstellung. „Collaboration-Inhalte hingegen haben einen ganz anderen Charakter. Hier steht die gemeinsame Erarbeitung von Wissen im Vordergrund. Auch Fehlannahmen und -informationen können während eines Collaboration-Prozesses wertvoll sein, denn sie fördern die Diskussion und den Wissensaustausch. So entsteht ein Ergebnis, das im Rahmen von Freigabeprozessen gesichert im Unternehmen kommuniziert werden kann“, so Weiland. Wann beispielsweise Wikis, Blogs und Co. die richtige Alternative sind, erläutern wir im Beitrag ab der Seite 17. ■



Collaboration ist nicht nur ein Modebegriff, sondern vielmehr ein zentraler Bestandteil der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens.