

# MATERNA MONITOR

Sonderausgabe  
zum Thema  
Portale und  
Content-  
Management

Unternehmensportale und Content-Management

## Content is King

Das im Unternehmen vorhandene Wissen entwickelt sich immer stärker zu einem veritablen Wert.

**Barrierefreiheit im Web**  
Selbsteinschätzung von  
Web-Auftritten

**User Generated Content**  
Zusammenarbeiten und Wissen  
austauschen

**Portal 2.0**  
Mehr Interaktion, Integration und  
Kooperation

Liebe Leser,



Wissen entwickelt sich stetig zum elementaren Produktionsfaktor dieses Jahrhunderts. Damit verdrängt es Kapital in Form von Maschinen und Produktionsausrüstung auf die hinteren Plätze. Moderne Dienstleistungsunternehmen leben heute vom Wissen ihrer Mitarbeiter. Sie müssen sich kritisch damit auseinandersetzen, welche Mitarbeiter über die relevanten Fakten verfügen und wie sie dieses Wissen optimal auch anderen Mitarbeitern bereitstellen.

nehmen sich die IT-Hersteller dieser Problematik an. MATERNA Monitor widmet diesen Themen eine Sonderausgabe. Wir stellen verschiedene Lösungsansätze vor und zeigen Herausforderungen sowie Vorteile auf.

Wenn Sie Fragen, Anregungen und Wünsche haben, erreichen Sie uns gerne per E-Mail unter [marketing@materna.de](mailto:marketing@materna.de). Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

Mit modernen Technologien wie Content-Management, Collaboration und Web 2.0

Ihre Redaktion  
Christine Siepe

### 3 NACHRICHTEN

- Gartner ermittelt die Top 10 der strategischen Technologien für 2011
- Telekommunikationsanbieter setzen vermehrt auf CoreMedia
- Prozesse mit redaktionellen Inhalten im Web verbinden
- Portalmarkt konsolidiert sich
- MATERNA, Combionic und Microsoft entwickeln gemeinsam IT-Lösungen für Verwaltungen weiter
- Termine bis Dezember 2010

### 6 SPECIAL

#### „Content is King“

Das im Unternehmen vorhandene Wissen entwickelt sich immer stärker zu einem veritablen Wert. Web 2.0 bietet Organisationen viele neue Möglichkeiten, das vielfach gescheiterte Thema Wissens-Management erfolgreich auf den Weg zu bringen.

#### PRAXIS

- 11 BaNu – Barrieren finden, Nutzbarkeit sichern

### MANAGEMENT

- 14 Zusammenarbeiten und Wissen austauschen  
17 Blogs, Wikis und Co. im Unternehmenseinsatz

### 20 PROJEKTE

- GSB als Wissensdatenbank bei der Bundesagentur für Arbeit
- Kölner Studentenwerk prüft Web-Sicherheit
- Neues Personalausweisportal
- Verkehrsbehörden verlängern Rahmenvertrag
- Relaunch der blauen Engel
- DHL-Geschäftskundenportal
- Implementierung einer Service-orientierten Überwachung der IT-Infrastruktur

### TECHNOLOGIE

- 23 Die Website hat ein Verfallsdatum  
26 Portal 2.0 ante portas  
29 Konsolidierung von Portallandschaften im SAP-Umfeld

## Gartner ermittelt die Top 10 der strategischen Technologien für 2011

Nach Prognosen der Marktforscher von Gartner investiert die Wirtschaft wieder mehr in IT. Auf dem diesjährigen Gartner-Symposium haben die Analysten die Top-10-Technologien vorgestellt, die für Unternehmen im Jahr 2011 von strategischer Bedeutung sein werden. Neben Themen wie Cloud Computing gehören dazu auch Social Communications und Collaboration. Demnach lässt sich Social Media unterteilen in Social Networking (z. B. MySpace, Facebook und LinkedIn), Social Collaboration (z. B. Wikis, Blogs und Instant Messaging), Social Publishing (z. B. YouTube und flickr) und Social Feedback (z. B. YouTube, flickr und Amazon). Gartner geht davon aus, dass Social-Media-Technologien bis zum Jahr 2016 in die meisten Geschäftsanwendungen integriert sein werden. Die Analysten empfehlen daher, die Themen Social CRM, interne Kommunikation und



Collaboration mit Public-Social-Media-Initiativen in einer koordinierten Strategie zusammenzufügen. ■

Weitere Informationen: [www.gartner.com/it/page.jsp?id=1454221](http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1454221)

## Telekommunikationsanbieter setzen vermehrt auf CoreMedia

CoreMedia, ein Anbieter von Web-Content-Management-Lösungen, gewinnt bei Triple- und Quadruple-Play-Anbietern im globalen Telekommunikationssektor, die ihre Online-Service-Angebote optimieren und ihre Kunden besser einbinden möchten, erheblich an Boden. Mehrere große Betreiber haben die Lösung von

CoreMedia implementiert, darunter T-Mobile, Hanse-Net (Alice.de), Com Hem, Vodafone, Softbank und O<sub>2</sub>. ■

Weitere Informationen: [www.coremedia.de](http://www.coremedia.de), [www.contentmanager.de](http://www.contentmanager.de)

## Prozesse mit redaktionellen Inhalten im Web verbinden

Viele große Unternehmen arbeiten mit der Prozessmodellierungs-Methodik ARIS von IDS Scheer. Mit ARIS lassen sich Prozesse grafisch modellieren und beispielsweise als ereignisgesteuerte Prozessketten und Wertschöpfungsketten abbilden. Mit ARIS2CoreMedia hat MATERNA ein Add-On entwickelt, um die Prozessmodelle mit weiteren redaktionellen Inhalten anzureichern und beispielsweise in einem Mitarbeiterportal zu visualisieren. Die Projektlösung richtet sich an Unternehmen, die bereits das Prozess-Tool ARIS oder die Content-Management-Lösung von CoreMedia einsetzen und beides integrieren wollen.

Methoden zur Prozessmodellierung sind weit verbreitet. Nachteilig ist jedoch, dass die Unternehmensprozesse vielen Mitarbeitern oftmals nicht bekannt

sind. Den Mitarbeitern fehlen die zur Durchführung der Unternehmensprozesse notwendigen Fakten, wie beispielsweise Hintergrundinformationen, Rahmenbedingungen, Richtlinien, Gesetze, Formulare oder Applikationen. Viele dieser Informationen ändern sich zudem in kurzen Abständen. Darunter leiden die Qualität und die Performance der Prozessdurchführung.

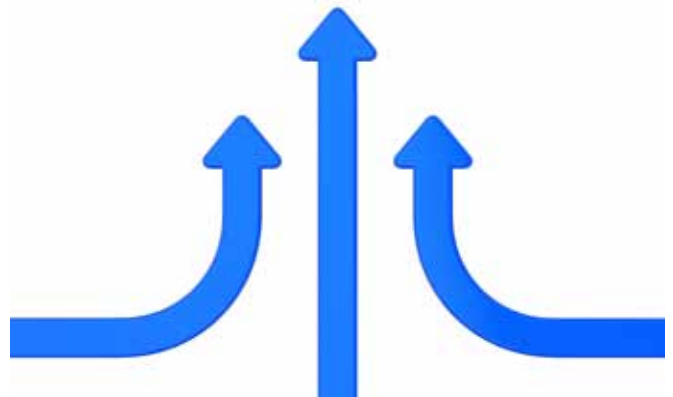
Hier setzt ARIS2CoreMedia an. Die Lösung hat den Vorteil, dass sich die Prozessmodellierung direkt mit den Informationsprozessen innerhalb des Unternehmens koppeln lässt. Der Anwender navigiert einfach durch die Prozessgrafiken und ruft zu jeder Funktion zusätzliche Informationen ab. Prozessabläufe und weitere für die Durchführung von Prozessen wichtige Informationen werden verbunden. ■

## Portalmarkt konsolidiert sich

Gartners „Magic Quadrant for Horizontal Portals“ enthält in diesem Jahr erstmals nur zehn Produkte, nachdem die Analysten zuvor noch 30 Produkte verglichen hatten. Der Markt ist übersichtlicher geworden nach einigen Firmenübernahmen und Produktkonsolidierungen. Über 70 Prozent des Marktes entfallen auf die vier Komplettanbieter IBM, Microsoft, Oracle und SAP sowie auf den Open-Source-Spezialisten Liferay.

Ein weiterer Trend: In den vergangenen Jahren sind in vielen Unternehmen Portalinseln entstanden, deren Lebenszyklus sich jetzt dem Ende zuneigt. Eine so zentrale und unternehmenswichtige Infrastruktur abzulösen oder weiterzuentwickeln, bedarf jedoch einer guten Planung. ■

*Lesen Sie dazu auch unseren Beitrag ab Seite 26.*



*Weitere Informationen: [www.gartner.com/technology/media-products/reprints/microsoft/vol13/article10/article10.html](http://www.gartner.com/technology/media-products/reprints/microsoft/vol13/article10/article10.html)*

## MATERNA, Combionic und Microsoft entwickeln gemeinsam IT-Lösungen für Verwaltungen weiter

Eine integrierte Lösung für die gesamte öffentliche Verwaltung – so lautet das Ziel des Microsoft Konzepts „Der moderne Verwaltungsarbeitsplatz“ (MVA), dessen Umsetzung künftig mit den beiden Partnern Combionic und MATERNA weiter vorangetrieben wird. Pünktlich zur Fachmesse „Moderner Staat“ am 27. und 28. Oktober 2010 haben die drei Unternehmen angekündigt, ihre Zusammenarbeit im Bereich der öffentlichen Verwaltung zu intensivieren. Im Fokus steht dabei die Zusammenführung von Standardlösungen, Anwendungen und Fachverfahren inklusive der darin enthaltenen Daten auf die Microsoft Office-Benutzeroberfläche. Deutschlands Bundes-, Landes- und Kommunalverwaltungen können ihre Verwaltungsabläufe so deutlich effektiver gestalten und damit Zeit und Kosten sparen. Im Konzept des MVA werden verschiedene Arbeitsschritte in unterschiedlichen Fachverfahren in einem durchgängigen Gesamtprozess in die gewohnte Microsoft Office-Benutzeroberfläche integriert. Das steigert die Effizienz und Produktivität deutscher Behörden nachhaltig. Zur Weiterentwicklung des Konzepts

haben Combionic, MATERNA und Microsoft jetzt eine enge Partnerschaft geschlossen. „Der moderne Verwaltungsarbeitsplatz ist die perfekte Symbiose von neuesten Microsoft-Technologien und der spezifischen IT-Infrastruktur einer Behörde. Unter diesem Oberbegriff realisieren wir und unsere Partner systematisch moderne IT-Lösungen für alle Bundes-, Landes- und Kommunalverwaltungen“, so Angelika Gifford, Direktorin Öffentlicher Sektor, Microsoft Deutschland GmbH.

### IT-Welten miteinander verbinden

Egal, ob stationär auf dem einzelnen Arbeitsplatz oder als Online-Service direkt aus der Cloud: Die Unterstützung der Verwaltungsarbeit mit leistungsfähigen Microsoft Office-Anwendungen spielt inzwischen in nahezu allen Fachbereichen des öffentlichen Sektors eine bedeutende Rolle. Im Alltag eines Verwaltungsmitarbeiters kommen außerdem die unterschiedlichsten Systeme und Fachverfahren zum Einsatz. Combionic,

MATERNA und Microsoft führen diese Welten über eine einzige Benutzeroberfläche zusammen. Die Combionic-Produkte sind dabei die technologische Schnittstelle.

„Unsere Technik ist zentraler Bestandteil des modernen Verwaltungsarbeitsplatzes, der es erlaubt, direkt aus Microsoft Office kontext- und rollenbasiert relevante Informationen aus Fachverfahren und unterschiedlichen Datenquellen zu bearbeiten. Das reduziert die Komplexität, erleichtert die tägliche Arbeit und verringert die Durchlaufzeiten nachhaltig“, so Combionic-Geschäftsführer Christoph Wilfert.

Die Integration vorhandener Fachverfahren in die Microsoft Office-Welt übernimmt der Entwicklungspartner MATERNA. Der Service reicht dabei von der „einfachen“ Einbindung eines neuen oder bestehenden Fachverfahrens bis zur elektronischen Abbildung und Optimierung von Prozessen über mehrere Fachverfahren hinweg. MATERNA verfügt außerdem über die notwendige

Dokumenten-Management-Kompetenz, um Daten aus verschiedenen Quellen in eine e-Akte-Lösung auf der Basis von SharePoint 2010 zu überführen oder in bestehende DOMEA®-Systeme zu integrieren.

### Modernisierung von Staat und Verwaltung

„Der gesellschaftliche, technologische und demografische Wandel fordern auch von der Verwaltung Innovationen. Die Modernisierung von Staat und Verwaltung und die Optimierung von Abläufen sind daher von großer Bedeutung. Verwaltungsaufgaben sollen serviceorientiert und in hoher Qualität erfüllt werden. Hierzu leistet MATERNA seit 30 Jahren einen Beitrag und wir werden dies auch in Zukunft auf der Grundlage modernster Infrastrukturen tun“, erklärt Hans-Ulrich Weyand, Vertriebsleiter Government bei MATERNA. ■

## Termine bis Dezember 2010

[www.materna.de/events](http://www.materna.de/events)

### IuK-Tag Nordrhein-Westfalen

10. November

Wuppertal, Historische Stadthalle

[www.iuk-tag-nrw.de/programm](http://www.iuk-tag-nrw.de/programm)

**Vortrag:** Training in a Cloud – Wie Cloud-Services das IT-Training optimieren  
**Referent:** Andreas Kohne (MATERNA)  
**Uhrzeit:** 14.00 – 15.30 Uhr im Forum II

### IBM Cloud Computing Symposium und IBM Systems Management, Virtualisierung und Storage Symposium

15. – 17. November

Heidelberg, Marriott Hotel

[www.materna.de/events](http://www.materna.de/events)

**Vortrag:** Training in a Cloud – oder wie unterstützen wir unsere wichtigsten Geschäftsprozesse durch eine vollautomatisierte, virtuelle IT?  
**Referenten:** Jochen Staub (MATERNA), Mirco Franz (skill:form AG)  
**Uhrzeit:** 16. November, 16.15 – 17.15 Uhr

### CloudConf 2010

16. – 18. November

Stuttgarter Engineering Park

[www.cloudconf.de](http://www.cloudconf.de)

**Vortrag:** Training in a Cloud – oder wie unterstützen wir unsere wichtigsten Geschäftsprozesse durch eine vollautomatisierte, virtuelle IT?  
**Referenten:** Jochen Staub (MATERNA), Dr. Tommy Kuhn (skill:form AG)  
**Uhrzeit:** 17. November, 14.00 – 14.45 Uhr im Track II

### BMC User Forum 2010

16./17. November

Frankfurt, Marriott Hotel

[www.bmc.com/de-DE/events/tradeshows/BMC-User-Forum.html](http://www.bmc.com/de-DE/events/tradeshows/BMC-User-Forum.html)

MATERNA ist auf dem BMC User Forum 2010 als Aussteller mit den folgenden Themen vertreten: Business Service Management, Service Support, Service Automation, Service Planning, Service Assurance.



## 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 bürgernahe Zusammenarbeit. Der IT-Gipfel findet am 7. Dezember 2010 in Dresden statt.

*Weitere Informationen:*  
[www.cio.bund.de](http://www.cio.bund.de) und [www.bmwi.de](http://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.

## BaNu – Barrieren finden, Nutzbarkeit sichern

Auf [www.banu.bund.de](http://www.banu.bund.de) findet sich die neue Anwendung BaNu des Bundesverwaltungsamtes. Die Lösung überprüft die Barrierefreiheit und Nutzbarkeit von E-Government-Angeboten. Anwender, Organisationen und IT-Dienstleister können hiermit einschätzen, wie barrierefrei und nutzerfreundlich ihre Internet-Angebote bereits sind. MATERNA hat das Feinkonzept erstellt und die Website implementiert.

Das Regierungsprogramm E-Government 2.0 fördert den nutzer- und bedarfsorientierten Ausbau von Online-Angeboten und die Schaffung der Basisinfrastrukturen. Das bereits 2006 gestartete Programm hat sich inzwischen vielfach bewährt. In diesem Rahmen hat das Bundesverwaltungsamt (BVA) auch BaNu entwickelt.

Die Online-Beratung hilft bei der Selbstanalyse von Internet-Angeboten, von PDF- und Office-Dokumenten sowie von Client-Anwendungen. Anwender definieren mit BaNu detaillierte Testverfahren und können so selbst beurteilen, wie das eigene E-Government-Angebot einzuordnen ist. Ziel ist es zu ermitteln, wie barrierefrei und nutzerfreundlich die



Das Ziel des Projektes „Nutzungsfreundlichkeit und Barrierefreiheit“ ist es, Behörden ein Werkzeug zur Verfügung zu stellen, mit dessen Hilfe sie die Qualität bereits bestehender E-Government-Angebote überprüfen können.

Internet-Seiten bereits sind. BaNu ist jedoch keine rein technische Überprüfung der Barrierefreiheit. Die Lösung schafft vielmehr einen Überblick über relevante Verordnungen und Richtlinien, so dass sich eine Organisation einfacher darin zurechtfindet.

Anwenden lässt sich BaNu beispielsweise, wenn der Relaunch eines Internet-Auftritts ansteht. Darüber hinaus können IT-Dienstleister testen, ob die von ihnen erstellten Seiten die Anforderungen an Barrierefreiheit und Nutzbarkeit erfüllen. Auch das Redaktionsteam des BVA plant den Einsatz der Anwendung, wenn es Content für eine Reihe von Behörden-Websites zuliefert.

### Richtlinien und Verordnungen vereinheitlichen und zusammenfassen

Das Bundesverwaltungsamt hat im Jahr 2008 gemeinsam mit MATERNA ein Projekt aufgesetzt und ein Feinkonzept

für BaNu erstellt. Hierzu analysierte das Projektteam die relevanten Standards, Normen und Verordnungen. Dazu zählen beispielsweise die DIN-Normen DIN EN ISO 9241-171 und DIN CERTCO, die Standards und Architekturen für E-Government-Anwendungen (SAGA), die Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung (BITV) und der Internet-Styleguide der Bundesregierung. Das hierbei entstandene Feinkonzept beinhaltet unter anderem die Prüfkriterien für die Anwendung. Darauf aufbauend entwickelte MATERNA eine Web-Anwendung auf Basis des Government Site Builder (GSB) 4.0. Seit Mai 2010 ist der Methodenbaukasten unter [www.banu.bund.de](http://www.banu.bund.de) online. Eine Beta-Version präsentierte das BVA bereits zur Messe „Moderner Staat 2009“.

### Nutzbarkeit der eigenen Web-Seiten hinterfragen

Jeder Internet-Nutzer kann sich auf [www.banu.bund.de](http://www.banu.bund.de) registrieren und Web-Seiten testen. Hierzu legt der Anwender eine Prüfung an, die sich aus vielen Fragen rund um die Themen Barrierefreiheit und Nutzungsfreundlichkeit zusammensetzt. Die Fragen zur Barrierefreiheit orientieren sich dabei am BIK-Test. Des Weiteren wird die Nutzungsfreundlichkeit geprüft, also beispielsweise, welche Orientierungshilfen für Besucher der Seiten vorhanden sind und ob die richtigen Farbwerte und Farbkontraste gewählt wurden. Von den Klickraten bis zum Impressum werden alle Aspekte betrachtet. Die Handlungsempfehlungen daraus lassen sich meist recht schnell durch kleine Veränderungen an der Seite umsetzen.

### Erst informieren, dann prüfen

Bevor der Anwender den Schritt „Prüfung anlegen“ wählt, empfiehlt es sich, einige zusätzliche Informationen auf [www.banu.bund.de](http://www.banu.bund.de) anzusehen. Beispielsweise sind im Menüpunkt „Tour“ die Grundlagen der Prüfung hinterlegt und die Seite erläutert, wie der Nutzer damit arbeitet. Der Menüpunkt „Prüfkatalog“ listet alle Fragen auf und eignet sich daher ideal als Referenz. Der Menüpunkt „Hintergrund“ beschreibt die Ziele von BaNu und liefert damit wichtige Informationen für eine Entscheidung, mit BaNu zu arbeiten.

Die „Technischen Voraussetzungen“ zeigen auf, welche technischen Hilfsmittel bei bestimmten Prüfschritten erforderlich sind, um sinnvoll zu testen. Dazu gehören beispielsweise Browser-Einstellungen, Browser-Tools oder auch Farbmessgerät. „Für mich ist dieses Kapitel besonders hilfreich, und ich nutze es gerne als Nachschlagewerk“, so Janne Obert aus dem Bereich Projekt-Management und Software-Entwicklung für Bundesbehörden beim Bundesverwaltungsamt.

### Prüfung und selbst einschätzen

So vorbereitet, kann der Anwender seine erste Prüfung anlegen: Zunächst spezifiziert er, welche Web-Seiten konkret getestet werden sollen. Mit der Auswahl weiterer Kriterien grenzt der Anwender die zu prüfenden Merkmale immer weiter ein

**Auswertung nach Prüfschritten**

Seitenübergreifende Fragestellungen

Orientierung und Navigation	Prüfschritt	Kommentar des Prüfers	Bewertung
	Ist der Auftritt zielgruppengerecht gestaltet? (Prio Muss)		Erfüllt ✓
	Geben die Navigationselemente einen Überblick über die grobe Struktur der Seite? (Prio Muss)		Erfüllt ✓
	Ist das Internetangebot überschaubar? (Prio Muss)		Erfüllt ✓
	Gibt es ein Inhaltsverzeichnis oder eine ähnliche Orientierungshilfe? (Prio Muss)	Ein verlinktes Inhaltsverzeichnis wäre hier wünschenswert.	Erfüllt ✓
	Sind die Navigationsmechanismen üblich und einheitlich? (Prio Muss)		Erfüllt ✓
	Ist das Verhalten der Hauptnavigation vorhersagbar? (Prio Muss)		Erfüllt ✓
	Zeigt das Internetangebot dem Besucher, wo er sich gerade befindet? (Prio Muss)	Keine Breadcrumbs oder ähnliches vorhanden.	Nicht Erfüllt ✗

**Ausschnitt aus einem Prüfbericht zum Thema „Orientierung und Navigation“ einschließlich Bewertung**

**Auswertung nach Kategorien**

Bedeutung der Symbole  
 ✓ Erfüllt ✗ Nicht Erfüllt ⇄ Nicht Anwendbar □ Nicht Bearbeitet ⚪ Nicht Bearbeitbar

Seitenübergreifende Fragestellungen	✓	✗	⇄	□	⚪
Orientierung und Navigation	8	2	0	0	0
Grundlegende formale Anforderungen	5	1	0	0	0
Grundlegende inhaltliche Anforderungen	8	6	1	0	0

[nach oben](#)

Einzelseite	✓	✗	⇄	□	⚪
Alternativtexte für Bilder und Multimedia	3	6	2	0	1
Design	2	4	0	0	0
HTML	9	1	0	0	1
Sprachauszeichnungen	3	0	0	0	0
Sprachliche Verständlichkeit	5	1	0	0	0
Tabellen	0	0	4	0	0
Formulare	0	0	1	1	0
Kontrolle durch den Nutzer	0	0	0	5	1

**Darstellung der Auswertung nach Kategorien**

und konzentriert sich so auf die für ihn wichtigen Aspekte. So bleibt der komplexe Baukasten komfortabel in der Bedienung. „BaNu führt den Anwender durch die Fragen und erklärt das Vorgehen sehr anschaulich anhand von Formularen“, beschreibt Janne Obert.

Im nächsten Schritt wird der Anwender aufgefordert, die betreffenden Web-Seiten selbst zu beurteilen und zu prüfen, ob die Kriterien erfüllt sind. Mit rund 140 Fragen nimmt der Test von Internet-Angeboten den größten Umfang ein. Hat sich der Anwender beispielsweise dafür entschieden, die Kriterien „Orientierung und Navigation“ zu prüfen, geht es um Aspekte der zielgruppengerechten Gestaltung, der Navigationselemente und -mechanismen, das Verhalten der Hauptnavigation sowie Impressum und Datenschutzhinweise. Weitere Prüfkriterien betreffen beispielsweise Design, HTML, Tabellen, Formulare und Tastaturbedienbarkeit. Dabei werden die Prüfschritte immer nur für die Web-Seiten abgefragt, bei denen sie auch erforderlich sind.

Aus jeder Frage heraus kann der Anwender direkt ein Feedback an das BVA absenden. Abgerundet wird jeder Prüfschritt durch Hinweise zum Umgang mit den Fragen sowie zum Hintergrund, wie beispielsweise durch BIK-Erläuterungen zu sinnvollen Farbkontrasten. Wer nicht alle Punkte auf einmal bearbeiten möchte, speichert das Ergebnis einfach ab und prüft zu einem späteren Zeitpunkt weiter.

## Auswertungen zeigen Handlungsbedarf

„Bei jedem Fragenkomplex liegt es im eigenen Ermessen des Anwenders, die Qualität einer Web-Seite einzuschätzen. BaNu ist bewusst eine reine Selbsteinschätzung“, erläutert Janne Obert. Vor allem die verschiedenen Auswertungen liefern dem Anwender eine wertvolle und übersichtliche Hilfe, an welchen Stellen weiterer Handlungsbedarf besteht. Der Anwender kann zwischen einer Management Summary, einem Prüfbericht mit oder ohne Kommentaren sowie einem Überarbeitungsplan wählen.



Janne Obert,  
Bundesverwaltungsamt

Darüber hinaus sind Automatismen in der Anwendung hinterlegt: Lassen sich bestimmte Fragen nicht überprüfen, weil beispielsweise der dafür notwendige Farbwertmesser nicht installiert ist, so stellt die Übersicht zusätzlich auch die Aspekte zusammen, die der Anwender darauf aufbauend ebenfalls nicht prüfen konnte. Der Anwender erhält dann erneut die Möglichkeit, das fehlende Hilfsmittel zu ergänzen. „Solche Automatismen haben wir in dieser Form erstmals mit dem GSB entwickelt. Viele Erkenntnisse und Funktionen aus diesem Projekt fließen in die weitere GSB-Entwicklung ein“, kommentiert Christian Stefan Walter, Projektleiter BaNu bei MATERNA.

## Fazit

„BaNu bringt uns einen entscheidenden Schritt weiter, Behörden auf dem Weg zu barrierefreien und benutzerfreundlichen Web-Seiten zu unterstützen. Wir wissen, dass das Thema hoch komplex ist. Um so wichtiger ist es, jetzt mit BaNu eine wertvolle Hilfe bei der Realisierung barrierefreier Internet-Angebote zu haben“, so das Resümee von Janne Obert. ■

*Interessante Links:* [www.banu.bund.de](http://www.banu.bund.de), [www.cio.bund.de](http://www.cio.bund.de), [www.bik-online.info](http://www.bik-online.info)

### Impressum

Herausgeber: MATERNA GmbH, Dortmund

### Redaktionsleitung:

Christine Siepe

### Bildquellennachweise:

Bundesagentur für Arbeit (Seite 20); Bundesverwaltungsamt (Seite 13); cbs (Seite 31); CoreMedia AG (Seite 25); Deutsche Post AG (Seite 22); Foto Wünsche (Seite 2); MATERNA (Seiten 10, 14, 16); Shutterstock (Seiten 1, 3, 5, 6, 9, 10, 11, 17, 18, 23, 26, 29); THW (Seite 21)

### Layout und Gestaltung:

Landeier – Agentur für Grafik und Design, MATERNA

### Autoren und Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Holger Himmelmann, Frank Pientka, Jürgen Pünter, Thomas Szücs, Thomas Steffen, Christian Stefan Walter, Guido Weiland

### Redaktionsanschrift:

MATERNA GmbH, Christine Siepe  
Voßkuhle 37, D-44141 Dortmund  
Tel. + 49 231 5599-1 68, Fax +49 231 5599-1 65  
E-Mail: [christine.siepe@materna.de](mailto:christine.siepe@materna.de)  
E-Mail: [marketing@materna.de](mailto:marketing@materna.de)  
<http://www.materna.de>  
<http://www.materna.com>  
ISSN: 1610-2142

Das Magazin MATERNA Monitor erscheint viermal im Jahr. Alle Fragen, die sich auf den Inhalt beziehen, richten Sie bitte an die Redaktion.

ITIL® is a Registered Trade Mark of the Office of Government Commerce in the United Kingdom and other countries. IT Infrastructure Library® is a Registered Trade Mark of the Office of Government Commerce in the United Kingdom and other countries.

Die verwendeten Produktnamen sind Warenzeichen der jeweiligen Hersteller.

© 2010 bei MATERNA GmbH

# Zusammenarbeiten und Wissen austauschen

Das Kapital vieler Unternehmen steckt im Wissen und den Erfahrungen der Mitarbeiter. IT-Plattformen zur Collaboration machen das Wissen allen Kollegen schnell und komfortabel zugänglich.

Egal welche Mitarbeiter ein Projekt durchführen, das Projektteam sollte die vereinbarten Ziele erreichen, eine hohe Qualität liefern und wirtschaftlich arbeiten. Vielfach ist jedoch das Fachwissen auf wenige Mitarbeiter begrenzt, was zu Flaschenhälsen führen kann bei der Skalierung parallel durchführbarer Vorhaben und Projekte und beim Umsatzwachstum. Mittels IT-gestützter Unternehmenskommunikation lässt sich Wissen jedoch effizient zwischen Mitarbeitern austauschen. Deswegen halten Collaboration-Plattformen in vielen Unternehmen Einzug in die interne Kommunikation. Eine Collaboration-Plattform ermöglicht die einfache und schnelle interne Zusammenarbeit mehrerer Personen.

In vielen Unternehmen ist bereits ein Intranet oder Mitarbeiterportal verankert. Es enthält beispielsweise Querschnittsinformationen, wie etwa Qualitäts-Management, und vermittelt übergreifende interne Nachrichten für das operative Geschäft

(z. B. IT-Hinweise). Darüber hinaus kann es ein zentraler Zugangspunkt für vertriebsrelevante Informationen sein und Mitarbeiter-Self-Services bieten, wie beispielsweise Reisebuchungen und -abrechnungen sowie die Urlaubsverwaltung. Ein solches System bildet jedoch nur einen 1-zu-n-Publikationskanal ab: Das heißt, eine kleine Gruppe von Mitarbeitern, beispielsweise Redakteure, stellt der Masse der Mitarbeiter Informationen oder Services zur Verfügung. Die projektbezogene Kommunikation findet hingegen in den meisten Fällen per E-Mail statt. Auch die Dokumentation von Ergebnissen, Erfahrungen und Wissen erfolgt per E-Mail oder in Office-Dokumenten, die per E-Mail verteilt oder auf File-Servern abgelegt werden.

„Dahingegen adressiert eine Collaboration-Plattform die n-zu-n-Kommunikation der Mitarbeiter untereinander. Sie deckt den hohen Bedarf an Kommunikations- und Dokumentati-

Grundvoraussetzung für das Gelingen von Collaboration ist, dass alle Mitarbeiter die Plattform nutzen können.



onsmöglichkeiten ab und ermöglicht es, dass sich Mitarbeiter in Wikis, Blogs und Foren austauschen“, erläutert Guido Weiland, Abteilungsleiter Content-Management bei MATERNA.

## Wissen schnell zugänglich machen

Ein gängiges Anwendungsszenario für eine Collaboration-Plattform: Ein Mitarbeiter mit speziellem Fach-Know-how wird gesucht, um beispielsweise ein Projekt durchzuführen oder nachträglich zu ergänzen. Grundvoraussetzung einer Collaboration-Plattform ist daher, dass sie aktuelle Informationen enthält und den Rechercheaufwand nach Spezial-Know-how minimiert. Darüber hinaus ist es wichtig, dass sie methodisch arbeitet. Das heißt, für bestimmte Szenarien werden entsprechende Methoden festgelegt, wie dabei vorzugehen ist. So sollte sich das System beispielsweise aktuellen Anforderungen an Wissensbereiche direkt anpassen. Neue Bereiche müssen problemlos ergänzt werden können, veraltete Bereiche müssen automatisch an Relevanz verlieren. Um diese Vorgehensweise zu automatisieren, werden kundenindividuelle Algorithmen aufgesetzt. Bei der Beurteilung ob ein Eintrag veraltet beziehungsweise weniger relevant ist, spielt es beispielsweise auch eine Rolle, ob er von einem Themenexperten stammt. Hier wäre die Relevanz höher.

Das heißt insbesondere, Mitarbeiter müssen selbst bewerten können, welche Fähigkeiten (Skills) sie besitzen. Das Raster muss dabei komplett flexibel sein, damit sich auch wenig verbreitetes „Exoten“-Know-how abbilden lässt. Gerade der fehlende Zugriff auf wenig verbreitetes Fachwissen ist oftmals problematisch. Wichtig ist, dass die Mitarbeiter ihre individuellen Skills selbstständig dokumentieren. Genauso wichtig wie die Selbsteinschätzung ist jedoch die Fremdeinschätzung durch Kollegen. Mitarbeiter erkennen wichtiges Wissen selbst häufig nicht als solches und somit bleibt es anderen verborgen. Durch die Fremdeinschätzung wird das Wissensspektrum des Einzelnen vollständiger erfasst.

## Verschlagworten von Wissen

Ein im Internet inzwischen sehr weit verbreitetes Mittel zum individuellen Zugang zu Informationen oder Personen ist das „Tagging“, das freie Verschlagworten. Nutzer „taggen“ sich selbst und ihre Inhalte, die sie in die Collaboration-Plattform eintragen. Dadurch entsteht um sie herum eine gewichtete Tag Cloud. Daraus lassen sich bereits nach wenigen Einträgen Know-how-Schwerpunkte eines Mitarbeiters ablesen. Darüber hinaus müssen auch andere Nutzer die Inhalte taggen können. So bekommt ein Mitarbeiter darüber hinaus gehende Skills zugewiesen, bei denen er sich selbst nicht gesehen hat. Eine geeignete Recherche nach diesen Meta-Informationen rundet diese Funktion einer Collaboration-Plattform ab.

Des Weiteren besitzen viele Mitarbeiter Know-how, das nicht direkt mit ihren Aufgaben und Projekten zu tun hat.

Themenunabhängige Weiterbildungen oder auch die private Beschäftigung mit einzelnen Themen macht sie bis zu einem bestimmten Grad zu Experten oder Ansprechpartnern, auch wenn dieses Wissen bislang nicht im Arbeitsumfeld aufgetaucht ist. Dieses Wissen zu dokumentieren, zu diskutieren und weiterzugeben, ist ein wertvoller Motor für Innovationen innerhalb eines Unternehmens. Persönliche oder themenbezogene, in jedem Fall aber projektunabhängige Blogs bilden ein Forum für diese Tätigkeitsbereiche.

## Einträge müssen aktuell sein

Wichtig ist, dass die Informationen zu den Know-how-Schwerpunkten eines Mitarbeiters jederzeit aktuell sind. Oftmals wird nur zufällig festgestellt, dass Mitarbeiter parallel an gleichen, neuen Lösungen und Produkten arbeiten – dies jedoch unabhängig voneinander und somit redundant. Daraus folgt, dass die Pflege der Know-how-Schwerpunkte, Themengebiete, Methodiken und Produktkenntnisse arbeitsbegleitend erfolgen muss, damit sie aktuell bleiben. Die Verwendung getaggtter Wikis und Blogs bis hin zum minimalen Micro-Blogging à la Twitter sind hierfür die geeigneten Mittel.

Das bedeutet aber auch, dass Mitarbeiter ihr Wissen, ihre Skills und Tätigkeiten kaum in einem System erfassen, das sie zusätzlich zum Tagesgeschäft bedienen müssen. „Wichtig ist, dass jeder Mitarbeiter einen persönlichen Wert dadurch erhält und sich solche Systeme projekt- beziehungsweise arbeitsbegleitend nutzen lassen. Nur wenn ein Mitarbeiter die Inhalte auch bei der eigentlichen Arbeit verwenden kann, ist es für ihn bedeutsam, die Inhalte zu erfassen“, berichtet Guido Weiland aus der Praxis.

Die Collaboration-Plattform muss also gewohnte Kommunikationsabläufe abbilden. Dies sind insbesondere Abläufe, die bisher per E-Mail abgewickelt werden. Besprechungsprotokolle, Nachfragen und Antworten, die Ablage von Projektentscheidungen und Absprachen sowie Konzeptsdokumentationen sind beispielsweise geeignete Inhalte für eine solche Plattform. Mitarbeiter müssen diese Inhalte ohnehin im Zuge eines Projektes dokumentieren und somit sind sie eine ideale Informationsbasis für die Recherche nach Wissen.

## Collaboration fördert Innovationen

Die Mitarbeiter eines Unternehmens besitzen eine hohe Innovationskraft. Ohne ihre Fähigkeit, neue Ideen zu produzieren und diese in vermarktungsfähige Produkte zu transferieren, könnte kein Unternehmen erfolgreich am Markt agieren. Dennoch ist es für Mitarbeiter im Tagesgeschäft nicht leicht, neue Ideen zu platzieren und Gehör zu finden für das, was sie bewegt. Nicht jede Idee ist eine Innovation, aber jede Innovation muss die Möglichkeit haben, wahrgenommen zu werden. Ideen werden in der Regel über die Linienhierarchie, beispielsweise von den Mitarbeitern über die Teamleiter, in das Unter-

## Zur Person

Guido Weiland hat an der Technischen Hochschule (TH) Dortmund Informatik studiert und ist seit 1998 bei MATERNA tätig. Zunächst war er mit der Durchführung großer Kundenprojekte betraut. Heute verantwortet Guido Weiland das Thema Enterprise Content Management mit den Subthemen Web-Content-Management, Dokumenten-Management sowie insbesondere Collaboration. In seiner heutigen Position verantwortet er die Geschäftsfeldentwicklung dieses Portfolio-Bereiches bei MATERNA.



nehmen getragen. Häufig versanden solche Versuche jedoch, da die Teamleiter selbst stark in das operative Tagesgeschäft eingebunden sind. Zudem können sie oftmals das Innovationspotenzial neuer Ideen auch nicht ad hoc analysieren und bewerten. Es fehlt vielfach die Zeit, eine Idee aufzunehmen, zu analysieren, mit anderen zu diskutieren und zu prüfen, welche Möglichkeiten sich aus einem Ansatz ergeben können.

Hier helfen Collaboration-Plattformen an mehreren Stellen: Zum einen kann ein Mitarbeiter eine Idee spontan in seinem persönlichen oder in einem themenorientierten Blog skizzieren und ablegen. Er ist dabei auch unabhängig davon, ob sein Vorgesetzter gerade ansprechbar ist oder nicht. Die spätere Analyse und Bewertung erfolgt nicht allein durch den Vorgesetzten. Auch andere Nutzer geben Feedback, hinterfragen

die Idee, konkretisieren oder entwickeln sie weiter. Somit sind auch Mitarbeiter in die Analyse und Bewertung einbezogen, die dies fachlich und technisch leisten können, unabhängig von der Organisationsstruktur.

### Offen für alle

Grundvoraussetzung für das Gelingen von Collaboration ist, dass alle Mitarbeiter die Plattform nutzen können und einen schreibenden Zugriff haben. Dies bezieht sich auf alle Rollen (z. B. Vertrieb, Entwicklung, Marketing und Produktion), alle Positionen (z. B. Mitarbeiter, Team-, Abteilungs- und Bereichsleiter) und alle Teilorganisationen.

Zudem ist es wichtig, dass der Zugriff von überall möglich ist. Collaboration und insbesondere Innovation findet potenziell zu jeder Zeit und an jedem Ort statt. Ideen und Beiträge, die nicht sofort auf einfache Weise erfasst werden können, gehen schnell verloren. Damit reduzieren sie den Gesamtnutzen einer solchen Plattform. Die Nutzungsmöglichkeit über öffentliche Internet-Endgeräte, beispielsweise in einem Internet-Café, über Kundensysteme mit offenem Internet-Zugang und auch mobile Geräte mit Internet-Zugriff, ist somit ein entscheidender Erfolgsfaktor.

### Kommunikative Geschäftsprozesse etablieren

Wissens-Management gilt nach wie vor als eine der ungelösten Disziplinen in vielen Unternehmen. Daher ist Collaboration eines der Trendthemen für die anstehenden Jahre. „Die starren Ansätze der späten 90er Jahre und der frühen 2000er Jahre sind jedoch gescheitert. Heute stecken neue Lösungsansätze für die Zusammenarbeit in Unternehmen in den Web-2.0-Philosophien“, fasst Guido Weiland zusammen. Die wachsende Globalisierung und Partnerorientierung vieler Unternehmen, auch im Mittelstand, stellt sie vor neue Herausforderungen: Verteilte Teams müssen zusammengebracht werden und optimal miteinander agieren. IT-Plattformen zur Collaboration stellen hier einen idealen IT-Ansatz als Basis für diese kommunikativen Geschäftsprozesse dar. ■

*Lesen Sie im zweiten Teil Tipps für die Produktauswahl sowie praktische Hinweise bei der Nutzung.*



# Blogs, Wikis und Co. im Unternehmenseinsatz

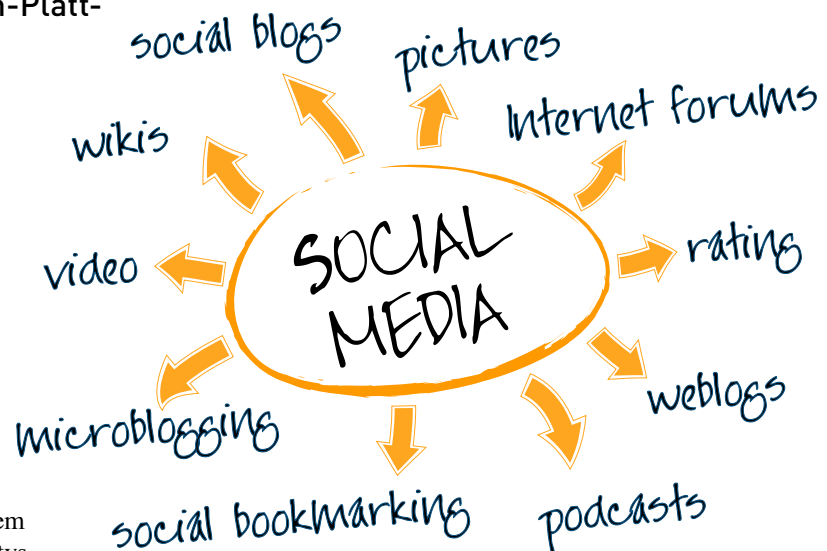
Ist die Entscheidung für eine Collaboration-Plattform gefallen, müssen praktische Fragen geklärt werden: Welcher Lösungsansatz und welcher Hersteller sind beispielsweise geeignet, welche Inhalte sind relevant und wie wird die Plattform mit Inhalten gefüllt? Wir haben einige Tipps für den Aufbau einer Collaboration-Plattform zusammengestellt.

Collaboration-Plattformen sollten stets aktuell sein und das Unternehmenswissen vernetzt, schnell und komfortabel für alle Mitarbeiter bereitstellen. Eine Reihe von Funktionen erfüllen diese Anforderungen in der Praxis. Dazu gehören beispielsweise Blogs, Wikis, Tagging zur inhaltsgesteuerten Navigation, Nutzerprofile und Social-Network-Funktionalitäten zum Skill Management sowie dem direkten Austausch und Auffinden von Experten, eine übergreifende Suchfunktion, Projekt- und Themenräume zur gezielten Bearbeitung im Team sowie Web-Meetings und Chats. Zudem sollten Benutzungsrichtlinien festlegen, wer Communities, Wikis und Blogs einrichten darf.

Zu den bekanntesten Collaboration-Plattformen gehören IBM Lotus Connections, Jive Social Business Software (SBS) und der Microsoft Office SharePoint Server (MOSS). Im folgenden sind einige Nutzungsszenarien sowie Best-Practice-Empfehlungen zusammengestellt, die sich an den Funktionen von Lotus Connections orientieren.

## Basisprofil anlegen

Das so genannte Modul „Profiles“ ist die Basis für soziale Netzwerke innerhalb der Collaboration-Plattform. Jeder Nutzer hat ein Profil. Es setzt sich zusammen aus zentral im Active Directory gepflegten Daten, beispielsweise der E-Mail-Adresse, und individuell innerhalb der Applikation gepflegten Daten in Form von redaktionellem Fließtext. Mitarbeiter werden über eine Suche gefunden. Eine Profilseite stellt alle Daten des Mitarbeiters für den Benutzer dar. Jeder Mitarbeiter kann sich selbst mit Tags versehen und damit angeben, mit welchen Schlagworten und Stärken er sich selbst verbindet. Darüber hinaus können auch andere Nutzer jeden Mitarbeiter mit Tags versehen, mit denen sie ihn in Verbindung



bringen. Damit entsteht ein Gesamtbild aus Selbst- und Fremdwahrnehmung.

Bei Lotus Connections empfiehlt es sich, beispielsweise im Bereich „Über mich“ eine kurze Positionsbeschreibung abzugeben und das aktuelle Tätigkeitsfeld kurz zu umreißen. Auch Referenzierungen auf andere Plattformen sind geeignet, etwa zu Xing und Facebook. Im Basisbereich sind vor allem belastbare Fakten gefragt. Nicht geeignet ist es hingegen, das private Umfeld episch darzustellen und zu diskutieren.

## Aktionsdaten darstellen

Neben den statisch gepflegten Daten zeigt die Profilseite auch die neuesten Beiträge eines Mitarbeiters, die auf der gesamten Plattform zu finden sind. Diese Darstellung wird je nach Zugriffsrechten des Betrachters gefiltert. Auf der Profilseite stehen auch die „Board“-Einträge des Mitarbeiters. Diese Microblogging-Einträge (à la „Corporate-Twitter“) geben dem Betrachter zusätzlich zu den sonstigen Beiträgen auf der Plattform einen Eindruck vom Tätigkeitsumfeld des Mitarbeiters.

Für das Micro-Blogging ist es sinnvoll, Einträge vorzunehmen, die ein Ergebnis einer Suche durch andere Nutzer darstellen können. Dies könnte sein „Erstelle Angebot für Kunde ABC“ oder „Bin auf der Konferenz 123“. Einträge, die hingegen nur sehr unwahrscheinlich ein Suchergebnis darstellen, sind nicht sinnvoll, wie zum Beispiel „Mache Mittagspause“.

### Netzwerk spannen

Eine wesentliche Komponente einer Collaboration-Plattform ist der Aufbau und die Pflege sozialer Netzwerke innerhalb

des Unternehmens. Hierzu lädt jeder Mitarbeiter Kollegen in sein Netzwerk ein. Bestätigen diese die Einladung, lassen sich ihre Aktivitäten auf der Plattform direkt verfolgen und damit interagieren.

Um auch die durch die Organisation bestimmte Kommunikation zu fördern, ist es für jeden Mitarbeiter sinnvoll, eine organisatorische 360-Grad-Betrachtung des Netzwerkes vorzunehmen. Das heißt, zum Netzwerk eines Mitarbeiters gehören der direkte Vorgesetzte, alle Mitarbeiter mit gleichem Vorgesetzten und alle eigenen Mitarbeiter. Dies fördert die organisatorisch geprägte Team-Bildung und den Informations-

### Wann richte ich ein Wiki ein, wann eine Community?

Eine Community wird eingerichtet, um sich über ein bestimmtes Thema längerfristig auszutauschen. Auch Wikis oder Blogs lassen sich dafür anwenden. Daher eignen sich Communitys insbesondere für weitläufige Themen, die stetig aktuell sind und der Diskussion bedürfen. Ein Wiki ohne Community-Zugehörigkeit wird erstellt, wenn ein Mitarbeiter beispielsweise eine Anleitung schreibt, die für sich alleine stehen kann und nicht einer Community zugeordnet werden muss oder kann.

Dies gilt grundsätzlich für alles wertvolle Wissen, das festgehalten und niedergeschrieben werden soll.



### Welche Inhalte gehören in einen Blog, welche in ein Wiki?

Blogs sind im eigentlichen Sinn „Tagebucheinträge“ und spiegeln eigene Meinungen wieder. Es sind also Statements, die auch kommentiert werden. Ein Gedanke, der zwar wichtig ist, aber nicht unbedingt weiterverfolgt werden muss oder einfach nur kommentiert werden soll, passt hervorragend in einen Blog. Wikis gehen über diesen Status weit hinaus. Im direkten Vergleich zu einem „starrten“ Blog



sind Wikis lebendig. Sie dienen dazu, Erfahrungen, Kenntnisse und Vorgehensweisen aufzuzeigen, diese gemeinschaftlich zu erweitern und zu verbessern. Dementsprechend wandeln sich Wikis stetig und können oder müssen gar an neue Situationen und Kenntnisstände angepasst werden. Sie eignen sich sehr gut, um beispielsweise Anleitungen, Dokumentationen und Handbücher mit anderen zu teilen.



### Diese Inhalte gehören nicht in die Collaboration-Plattform

Eine Reihe von Informationen haben grundsätzlich nichts in einer Collaboration-Plattform zu suchen. Dazu gehören etwa Gehaltsinformationen und schutzbedürftige Inhalte. Auch vor der Ablage von Umsatz- und Planzahlen, Aussagen zur Firmenstrategie, wichtigen Angeboten, Protokollen oder Interna sollte ein Mitarbeiter stets nachdenken, ob es sich eventuell um einen

schützenswerten Inhalt handelt. Werden schützenswerte Dokumente von Kunden, Lieferanten, Bewerbern, Geschäftspartnern oder anderen Externen angefordert, müssen sie mit herkömmlichen Mitteln per Fax oder Brief übermittelt werden. Unter keinen Umständen dürfen Passwörter oder ähnliche vertrauliche Zugangsinformationen abgelegt werden.

austausch, der im Organisationszusammenhang steht. Dazu gehört es beispielsweise, Informationen über die Organisationshierarchie weiterzugeben und Inhalte aufzubereiten, wenn sie für das jeweilige Team relevant sind.

Über das organisatorische Netzwerk hinaus soll eine solche Plattform weitere Nutzer in das persönliche Netzwerk einbinden. Hier stehen gemeinsame Interessen, Skills, Technologien, Prozesse oder persönliche Beziehungen im Vordergrund. Die Organisation, Standorte, Rollen, Projekte und Positionen spielen hierbei explizit keine Rolle.

Bei der Herstellung von Netzwerkverbindungen kommt es allerdings nicht darauf an, möglichst viele Kontakte zu knüpfen. Sinnvoll ist es, nur den relevanten Kontakten zu folgen. Zu viele Kontakte überfluten das Netzwerk und es besteht die Gefahr, dass wichtige Informationen untergehen. Damit dies nicht passiert, ist es vorteilhaft, dass jeder Mitarbeiter sein Netzwerk monatlich auf Relevanz überprüft und Mitarbeiter bewusst aus seinem Netzwerk entfernt, die weniger relevant geworden sind.

## Communitys aufbauen

Die Communitys sind die „Projekträume“ einer Collaboration-Plattform. In Communitys organisieren sich Mitarbeiter zu einem bestimmten Thema. Dieses Thema kann fachlich, organisatorisch oder mit einem konkreten Ziel verbunden sein. Communitys können öffentlich, moderiert oder komplett geschlossen sein. Das Ziel einer Community ist es, das Wissen zu einem bestimmten Themenkomplex zu sammeln, sich darüber auszutauschen und Ergebnisse für andere festzuhalten. Eine Suche ist die zentrale Zugriffsschnittstelle auf diese Informationen.

Anfangs empfiehlt es sich, eine Collaboration-Plattform so zu konfigurieren, dass nur ausgewählte Nutzer eine neue Community anlegen können. Gerade bei der Einführung eines neuen Systems ist es sinnvoll, das Wachstum in einem gewissen Maße zu kontrollieren. Inhaltlich freigegeben wird eine neue Community beispielsweise, wenn sie sich nicht mit vorhandenen Communitys überschneidet und es sehr wahrscheinlich ist, dass weitere Mitarbeiter der Community beitreten werden. Um die Einstiegshürde für neue Benutzer gering zu halten, hat es sich darüber hinaus bewährt, eine Test-Community einzurichten. Hier können die Mitarbeiter bedenkenlos neue Funktionalitäten testen und die Handhabung erproben.

## Stellung beziehen im eigenen Blog

Blogs führen Beiträge zu Themen, zur Organisation, zu Interessen oder persönlichen Ideen und Erfahrungen in chronologischer Form. Mitarbeiter können sich über den Blog austauschen. Hierbei sind sowohl persönliche Blogs denkbar als auch Themen-Blogs, in denen mehrere Mitarbeiter nur

zu einem bestimmten Thema Beiträge einstellen. Innerhalb von Communitys stellen Blogs den Nachrichtenkanal eines Themas dar. Dort stehen Ankündigungen, Neuigkeiten und Erkenntnisse zu einem Thema.

Da jeder Nutzer einen eigenen Blog anlegen kann, droht auch hier die Gefahr des Wildwuchses. Da Blogs wesentlich „leichtgewichtiger“ sind als Communitys, ist das Risiko aber geringer. In Blogs können sich Mitarbeiter abseits der strukturierten Unternehmenswelt unkompliziert und schnell mit anderen über ein bestimmtes Thema austauschen. Vor allem bei der Schaffung von Innovationskeimen können Blogs ein tragfähiges Vehikel sein. Das setzt jedoch voraus, dass sie offen gehandhabt werden.

Um die Einstiegshürde für neue Benutzer gering zu halten, hat es sich auch hier bewährt, einen Test-Blog einzurichten.

## Wikis aufbauen

Wikis dokumentieren Wissen, Erfahrungen, Ergebnisse und sonstige Inhalte. Sie dienen der gemeinsamen, einfachen und verteilten Erstellung von Inhalten. Wiki-Seiten sind untereinander verlinkte HTML-Seiten, die der Leser einfach über den Browser abrufen kann. Die Pflege erfolgt wahlweise über einen Richtext-, HTML- oder Wiki-Markup-Editor. Darüber hinaus lassen sich in Wiki-Seiten auch Uploads einbetten.

Grundsätzlich kann jeder Nutzer ein Wiki anlegen und dort einen Themenbereich dokumentieren. Hier ist die Gefahr des Wildwuchses beträchtlich, wenn für jeden zu dokumentierenden Inhalt, zu dem bisher keine Ablage besteht, ein neues Wiki erstellt wird. So könnte eine inflationäre Menge an Wikis entstehen, die jeweils nur eine Seite enthalten. Es ist daher ratsam, dass nur eine definierte Benutzermenge neue Wikis anlegen darf – analog zu den Communitys.

## Ein Lesezeichen setzen

Lesezeichen klassifizieren Web-Links für eine gemeinsame Nutzung, wenn sie für die ganze Organisation von Interesse sind. Lesezeichen können öffentlich oder als privat markiert sein, so dass ein Benutzer sie beispielsweise auf mehreren Rechnern benutzen kann. Lesezeichen können mit suchbaren Tags versehen werden und so in den Überwachungsstrom eines Mitarbeiters zu einem bestimmten Thema (Tag) einfließen. Verbunden mit Communitys vermeiden solche Web-Links Redundanzen bei der Suche, Hinterlegung, Bewertung und Klassifizierung.

Zur einfachen Pflege der Lesezeichen empfiehlt es sich, die Integration der Lesezeichenfunktion im Browser zu installieren. So kann der Anwender direkt aus dem Browser heraus ein persönliches oder öffentliches Lesezeichen innerhalb oder außerhalb einer Community setzen. ■

## GSB als Wissensdatenbank bei der Bundesagentur für Arbeit

Die Bundesagentur für Arbeit (BA) hat ihre bestehende Wissensdatenbank-Eigenentwicklung auf Basis der Content-Management-Lösung Government Site Builder (GSB) in das IT-Service-Management (ITSM) integriert. Damit unterstützt der GSB die ITIL®-basierten Prozesse des Incident und Problem Managements der BA. Der GSB verwaltet alle Lösungen, Workarounds und weiteren Wissenseinträge der IT-Infrastruktur. Die ITSM-Lösung der BA basiert auf dem IT-Service-Management-Framework von MATERNA, bildet nahezu alle ITSM-Prozesse ab und unterstützt die kontinuierliche Prozessverbesserung, die ebenfalls Tool-unterstützt erfolgt. Die Integration beider Lösungen kombiniert die effiziente Bearbeitung von Vorgängen im IT-Service-Management-Framework mit der anschaulichen und redaktionellen Aufbereitung der Wissenseinträge im GSB. MATERNA hat die Integration beider Systeme konzipiert und realisiert. Die Lösung ist insbesondere nutzerfreundlich und performant in einem Umfeld von monatlich bis zu 100.000 Incidents. ■



## Kölner Studentenwerk prüft Web-Sicherheit

Das Kölner Studentenwerk vertraut auf den WebCheck Application Security von MATERNA. Der WebCheck Application Security erfasst, dokumentiert und bewertet die Sicherheit von Web-Applikationen in Bezug auf die Einhaltung von Best Practices, die Härting gegen die gebräuchlichsten Angriffe von außen und Schadabsicht von innen und beleuchtet Eskalationsstrategien und Notfallpläne. In der Vergangenheit aufgedeckte Schwachstellen hat das Kölner Studentenwerk in einem internen Projekt zunächst selbst beseitigt.

In einem weiteren Projekt hat MATERNA nun erneut die Applikationssicherheit abgeklopft. Hierbei wurde erfolgreich verifiziert, dass die bisherigen Schwachstellen beseitigt sind. Des Weiteren hat MATERNA die aktuelle Anwendung untersucht, weiteres Verbesserungspotenzial aufgedeckt und Best Practices zur dauerhaften Vermeidung von Schwachstellen vermittelt, wie beispielsweise die Einführung eines Applikationssicherheitsprozesses. ■

## Neues Personalausweisportal

Seit dem 1. November 2010 kann der neue Personalausweis in den Bürgerämtern der Kommunen beantragt werden. Mit der in dem neuen Dokument integrierten eID-Funktion können sich Bürger künftig im Internet einfach und verlässlich ausweisen. Unter [www.personalausweisportal.de](http://www.personalausweisportal.de) können sich Bürger, Firmen und Verwaltungen umfassend über den neuen Ausweis informieren. Das von MATERNA und dem Bundesverwaltungsamt – der Bundesstelle für Informationstech-

nik – realisierte neue Informations- und Service-Portal informiert über die neuen Funktionen, die Handhabung und den Schutz der persönlichen Daten. Diensteanbieter können über die Website Berechtigungszertifikate bei der Vergabestelle für Berechtigungszertifikate des Bundesverwaltungsamtes beantragen. Das Portal basiert auf der Content-Management-Lösung Government Site Builder. ■

## Verkehrsbehörden verlängern Rahmenvertrag

Das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) bündelt die Web-Systeme aller Behörden, die zur Bundesverwaltung für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung gehören, auf einer zentralen Plattform. Der Deutsche Wetterdienst fungiert hierbei als Web-Kompetenzzentrum und übernimmt das Hosting der Web-Auftritte. MATERNA war maßgeblich an der Konzeption, Basisentwicklung und Einführung beteiligt und unterstützte bei der Migration und dem

Ausbau bestehender Web-Auftritte und Web-basierter Anwendungen. Alle Web-Auftritte basieren auf der Content-Management-Lösung Government Site Builder (GSB). Die Bundesverwaltung für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung hat den Rahmenvertrag mit MATERNA um drei weitere Jahre verlängert. MATERNA unterstützt bei der Migration und Erstellung statischer und dynamischer Web-Inhalte auf Basis des GSB sowie bei Web-Applikationen. ■

## Relaunch der blauen Engel

Der Internet-Auftritt des THW hat ein neues Outfit bekommen. Die interne Kommunikationsplattform für die rund 80.000 ehrenamtlichen und 800 hauptamtlichen Mitarbeiter, das THW-Extranet, geht Anfang 2011 ebenfalls in neuem Gewand online. Gemeinsam mit der Berliner Agentur aperto AG hat MATERNA zunächst den Web-Auftritt [www.thw.de](http://www.thw.de) auf Basis der Content-Management-Lösung Government Site Builder Version 4.0 übersichtlicher und anschaulicher gestaltet. Dank

zielgruppenspezifischer Inhalte können sich die Nutzer besser orientieren. Speziell der neu gestaltete News-Bereich motiviert zum Weiterlesen: Hier unterstützen großformatige Bilder bei besonders wichtigen Themen und Projekten. Für eine noch bessere Vernetzung der haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeiter arbeitet MATERNA gemeinsam mit aperto daran, auch das THW-Extranet in ein neues Licht zu setzen. ■



Bei ihren Rettungseinsätzen sind die Helfer des THW auf Strom angewiesen: Da die lokale Stromversorgung in Notfällen oft unterbrochen ist, gehören Stromaggregate beim THW zur Standardausrüstung.

Quelle: THW

## DHL-Geschäftskundenportal

DHL Paket ist Marktführer im deutschen Paketmarkt. Zahlreiche Geschäftskunden vertrauen auf die Produkte und Services der DHL Paket Deutschland. Für die Kundenkommunikation spielt das Internet eine immer größere Rolle. Dazu gehört es, Aufträge im Web anzustoßen und nachzuverfolgen sowie auf Rechnungs- und Kundendaten zuzugreifen.

Bis dato existierten jedoch unterschiedliche Zugänge für Geschäftskunden der DHL Paket zu den unterschiedlichen Web-Applikationen. Dies gab den Ausschlag, eine einheitliche und personalisierte Kundenplattform für die Geschäftskunden der DHL Paket Deutschland aufzubauen. DHL Paket Deutschland entschied sich für die Einführung einer BEA/Oracle WebLogic Portal-Server-Infrastruktur mit Basisdiensten zur Integration der vorhandenen Business-Applikationen. Auf diese Weise sollten die Web-Applikationen Versandlogistiksystem online, Track&Trace Abholservice sowie die Rechnungseinsicht und das Kundendaten-Management in einem Portal vereint werden.

Als Implementierungspartner fiel die Wahl auf MATERNA. Die Experten von MATERNA haben eine dynamische Portalinfrastruktur aufgebaut, die zentrale Aufgaben wie Authentifizierung, Autorisierung, Anbindung an den LDAP-Verzeichnisdienst (Sun Java Systems Directory Server) und User-Management übernimmt. In das Portal integriert wurden darüber hinaus die vorhandenen Web-Applikationen, die über Single Sign On bereitgestellt werden. Dank der dynamischen Infrastruktur lassen sich künftig auch weitere Applikationen komfortabel einbinden. Überzeugt haben das umfassende Produkt-Know-how, Referenzen sowie technisches Know-how der relevanten Technologien,



wie beispielsweise Java, Web-Services und SOPER, der SOA-Plattform der Deutschen Post. Das Portal wird kontinuierlich weiter ausgebaut. Bisher nutzen mehrere Tausend Geschäftskunden die neue Dienstleistung. ■

## Implementierung einer Service-orientierten Überwachung der IT-Infrastruktur

Die T. I. K. GmbH verantwortet den Betrieb der gesamten IT-Infrastruktur für mehrere Gewerkschaften in Deutschland. Der Dienstleister betreut rund 1.300 Client-Systeme an etwa 130 Standorten. Alle angebotenen IT-Services, wie beispielsweise die zentrale Authentifizierung, Datei- und Druckdienste, das Mail-System und die über DX-Union gesteuerte Software-Verteilung, müssen kontinuierlich verfügbar sein.

Das bisher genutzte Open-Source-Produkt zur Überwachung der IT-Infrastruktur war jedoch an seine Grenzen gestoßen. Daher wurde eine neue Lösung gesucht, mit der sich die IT-Services ganzheitlich

überwachen lassen. Die T. I. K. hat MATERNA mit der Konzeption, Entwicklung und Realisierung einer geeigneten System-Management-Lösung beauftragt. Die Entscheidung fiel schließlich zugunsten des Microsoft System Center Operations Manager 2007 (SCOM) aus, da dieser eine zentrale service-orientierte Überwachung bietet. Darüber hinaus lässt sich die Lösung effizient in die vorhandene Microsoft-Landschaft integrieren. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Software die Zusammenhänge zwischen den IT-Komponenten erkennt und daher auch die Service-Verfügbarkeit bewerten kann. ■

## Content-Management

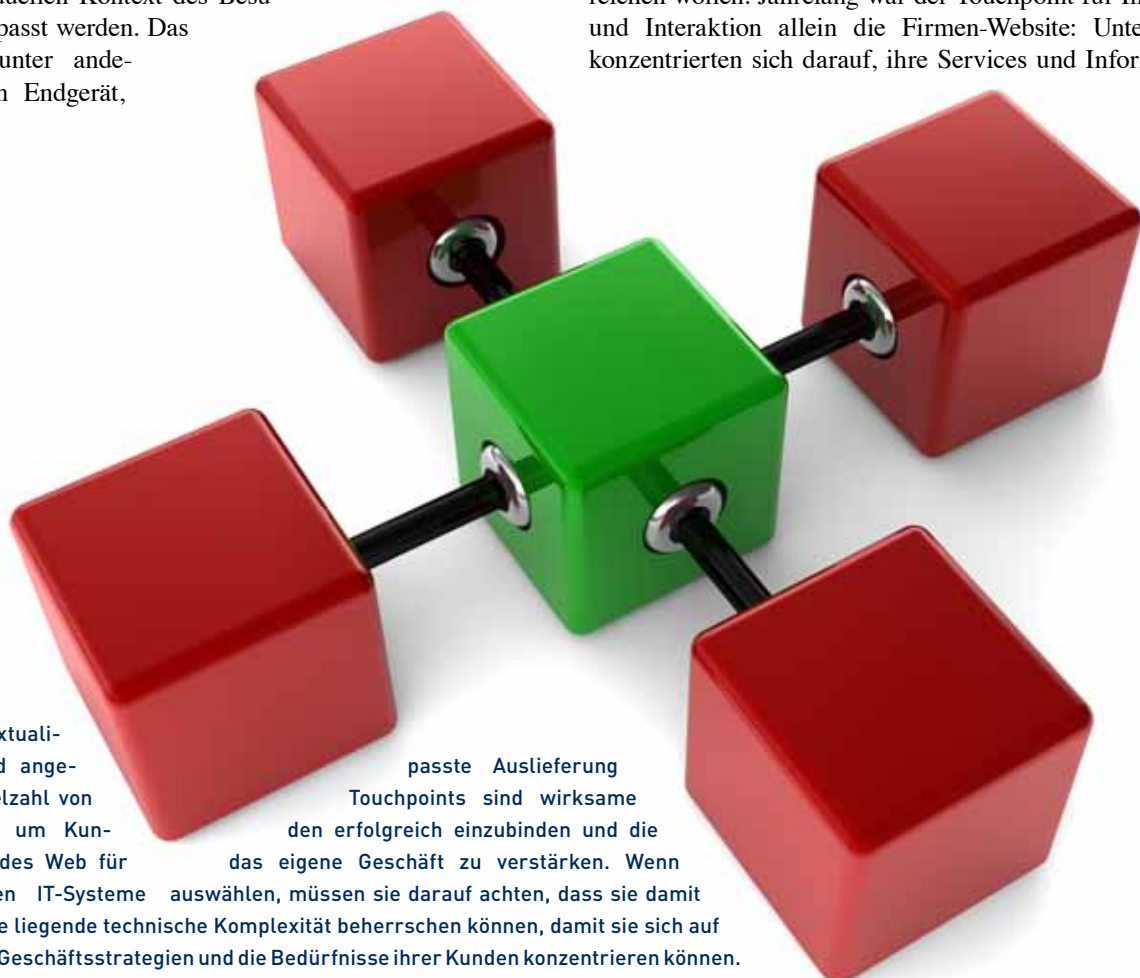
# Die Website hat ein Verfallsdatum

Sind Websites und Web-Content-Management noch zeitgemäß? Die Welt der vielen Touchpoints rückt den Kontext in den Mittelpunkt.

Die Website, wie wir sie kennen, läuft aus. Unternehmen erkennen, dass sie jenseits klassischer Websites denken müssen, wenn sie ihren Besuchern und Kunden eine konsistente und ansprechende Erfahrung bieten wollen – und das über mehrere Touchpoints wie soziale Netzwerke, mobile Endgeräte sowie traditionelle Laptops und Computer hinweg. Die Konsistenz des Auftretens allein ist noch nicht genug in einer Welt ständiger Vernetzung. Konsumenten erwarten ein hohes Maß an Personalisierung, wenn sie mit Marken online interagieren. Folglich muss sich die Content-Management-Strategie der Unternehmen weiterentwickeln. Die Kommunikation muss an den individuellen Kontext des Besuchers angepasst werden. Das bedeutet, unter anderem dessen Endgerät,

bestehende Präferenzen sowie Ort und Zeit in die Interaktion mit dem Besucher einzubeziehen.

Ohne Zweifel ist das Web für Unternehmen unverzichtbar geworden – nicht nur, um ihre Kunden online anzusprechen und einzubinden, sondern um ihr Geschäft effizienter zu betreiben. Doch genau hierin liegt eine doppelte Herausforderung: Während Kunden eine immer größere Anzahl verschiedener Endgeräte und sozialer Netzwerke wählen, um mit oder über Unternehmen zu kommunizieren, müssen diese eine wachsende IT-Infrastruktur integrieren, um ihr Geschäft mit jedem dieser Touchpoints zu verknüpfen, wenn sie ihre Kunden erreichen wollen. Jahrelang war der Touchpoint für Integration und Interaktion allein die Firmen-Website: Unternehmen konzentrierten sich darauf, ihre Services und Informationen



Die Kontextualisierung und angepasste Auslieferung auf eine Vielzahl von Touchpoints sind wirksame Werkzeuge, um Kunden erfolgreich einzubinden und die Bedeutung des Web für das eigene Geschäft zu verstärken. Wenn Unternehmen IT-Systeme auswählen, müssen sie darauf achten, dass sie damit die zugrunde liegende technische Komplexität beherrschen können, damit sie sich auf ihre Online-Geschäftsstrategien und die Bedürfnisse ihrer Kunden konzentrieren können.

## Der Autor

Dr. Christian Weichelt ist als Wirtschaftsinformatiker spezialisiert auf den Zusammenhang betriebswirtschaftlicher Ziele und Software-technischer Umsetzung. Seit 2006 ist er bei der CoreMedia AG. Als Product Marketing Manager ist er mitverantwortlich für Produktstrategie und -positionierung.



als Art Mash-Up auf diesem einzigen Treffpunkt zur Verfügung zu stellen und die Konsumenten belohnen sie dafür, indem sie auf ihre Site kamen. Als Ergebnis davon wurde viel Geschäftslogik entwickelt und Integrationsaufwand betrieben, um Web-Seiten zusammenzubauen.

## Eine Welt vieler Touchpoints

Im Zeitalter des Splinternet<sup>1</sup>, wie es Tim Walters von Forrester im September 2010 auf der CoreMedia Connect beschrieben hat, sind Websites aber nicht genug. Obwohl eine exponentiell wachsende Anzahl von Endgeräten gewöhnliche Web-Seiten darstellen können, müssen Unternehmen jeden Kanal als Touchpoint betrachten und somit die Ziele sowie die Erfahrung des Nutzers auf dem jeweiligen Endgerät beachten. Sowohl die dargestellte Information als auch die Interaktionsmuster müssen entsprechend des Nutzerkontexts angepasst werden, da dieser bestimmt, wie der Inhalt und seine Darstellung wahrgenommen werden. Die Anforderungen sind gestiegen und statische Web-Seiten, auf denen der Nutzer nach relevanter Information selbst Ausschau halten muss, sind nicht mehr angebracht. Konsumenten erwarten Anleitungen, Empfehlungen, angepasste Antworten und letztendlich Relevanz.

Wie bereits erwähnt, haben die meisten Unternehmen beträchtlich in die Entwicklung und Implementierung von Geschäftslogik investiert, um ihre Web-Seiten entsprechend zusammenzubauen. In der Vergangenheit mag das ausreichend gewesen sein, aber es werden dabei einige wichtige Entwicklungen des Verhaltens und der Erwartungen von Konsumenten außer Acht gelassen:

- *Kunden nutzen nicht nur einen Kanal, um mit ihren Marken zu kommunizieren.* An einem normalen Tag kann ein Kunde eine Website nutzen, mit seinem Smartphone die Hotline anrufen oder sogar direkt in den Laden gehen, um Informationen über Produkte und Dienstleistungen zu erhalten. Ungeachtet des genutzten Kanals, erwartet er eine konsistente Erfahrung.

- *Die Wahl des Endgerätes ist häufig ein Indikator für die Intention.* Ein unterschiedliches Endgerät zu nutzen, bedeutet eine andere Motivation und Anforderungen seitens des Kunden – einfach die gleiche Information nur anders darzustellen, ist hierbei nicht ausreichend.
- *Konversationen über Inhalte, Produkte und Dienstleistungen sind nicht mehr auf die eigene Website beschränkt.* Kunden unterhalten sich über die Marken, die sie nutzen, auf Support-Sites, in sozialen Netzwerken oder in Branchen-Blogs. Es geht nicht mehr darum, die Unterhaltung zu „erlauben“, sondern vielmehr darum, ihr zuzuhören und sie in das eigene Business zu integrieren.

## Schaltzentrale für das Unternehmen im Web

Wie können Unternehmen diese Herausforderung der Multi-Touchpoint-Komplexität beherrschen und einen echten Return on Investment mit ihren Online-Strategien erzielen? Die Voraussetzung ist ein Paradigmenwechsel: Anstatt sich auf die Entwicklung einer Website zu konzentrieren, müssen Unternehmen ihre Online-Strategie als Dienstleistung für Kundenbedürfnisse im Web sehen – wie auch immer der Kunde auf diese zugreift. Viele Content-Management-Ansätze sind nicht in der Lage, diese Größenordnung an Komplexität zu unterstützen. Die erforderliche Business-Logik, um eine relevante Antwort auf eine Anfrage zu generieren, muss unabhängig vom Präsentationsformat sein. Außerdem muss die Antwort in Echtzeit erzeugt werden, um den Kontext des Besuchers in die Antwort einbeziehen zu können. Zudem genügt es für ein echtes Verständnis des Kontextes nicht, einfach das aktuelle Besucherverhalten im Web zu verfolgen und zu analysieren. Vielmehr müssen sich Unternehmen überlegen, wie sie das bestehende Wissen ihres IT-Ökosystems sinnvoll einbeziehen können, einschließlich CRM- und ERP-Systeme sowie Loyalitätsprogramme und nutzergeneriertem Inhalt. Nur so kann eine umfassende Perspektive entstehen. Das erfordert einen anderen Ansatz für die Umsetzung einer Web-Strategie: weg vom Montageband für Web-Seiten hin zu einer Art

<sup>1</sup>The Splinternet: Preparing For An Internet Fragmented By Devices And Passwords, Forrester Research, Inc., 26. Januar 2010

Schaltzentrale oder Hub für das Web, die mit den relevanten Applikationen des Ökosystems integriert ist und Kunden auf jedem Endgerät, auf jeder Site und in jedem Netzwerk erreichen kann.

## Das richtige Werkzeug erlaubt Fokus auf die Geschäftsstrategie

Folglich sind Kontextualisierung und die angepasste Auslieferung auf eine Vielzahl von Touchpoints wirksame Werkzeuge, um Kunden erfolgreich einzubinden und die Bedeutung des Web für das eigene Geschäft zu verstärken. Zudem sind sie essenziell dafür, den wachsenden Anforderungen und der unterschiedlichen Web-Nutzung der Konsumenten gerecht zu werden. Wenn Unternehmen also ihre Systeme auswählen, müssen sie darauf achten, dass sie damit die zugrunde liegende technische Komplexität beherrschen können, damit sie sich auf ihre Online-Geschäftsstrategien und die Bedürfnisse ihrer Kunden konzentrieren können. Die Verarbeitung von Content im Kontext der jeweiligen Präsentation ermöglicht es Unternehmen, die teuer implementierte Geschäftslogik über mehrere Kanäle und Touchpoints wiederzuverwenden – einschließlich der Integration ihres eigenen Software-Ökosystems. Als Ergebnis können Firmen ihren Kunden neben besseren Services und relevanteren Informationen auch eine verbesserte Nutzererfahrung bieten, was sich wiederum als Wettbewerbsvorteil erweist.

## CoreMedia CMS

CoreMedia bietet mit seinem Web-Content-Management-System eine anpassbare Plattform und Komponenten an, die folgende Kernelemente umfassen:

**Content-Management:** CoreMedia CMS wurde entwickelt, um Content-Management einfacher zu machen. Redaktionelle Workflows werden an die Arbeitsweise der Mitarbeiter angepasst. Die Benutzeroberfläche ist höchst flexibel.

**Content Delivery:** Für einen überzeugenden Auftritt im Web sind zwei Dinge nötig: Alle relevanten Informationen zu erfassen und sie an den jeweiligen Kontext des Benutzers anzupassen. Die Content Application Engine (CAE) von CoreMedia fungiert dabei als Schaltzentrale für Informationen und selektiert den Content für den jeweiligen Kontext. Anschließend stellt die CAE die Inhalte für jeden erforderlichen Kanal bereit.

**Adaptive Experience:** Eine der wichtigsten Eigenschaften der Lösung ist die Fähigkeit, die Kommunikation gezielt auf die aktuelle Situation des Benutzers abzustimmen. Da ein umfangreiches Benutzerprofil in Echtzeit verfügbar ist, können CoreMedias Adaptive-Komponenten relevanten Content für

dieses Profil präsentieren. Und das auf jedem Endgerät, das der Kunde gerade nutzt.

**Social Interaction:** CoreMedia Social Software bietet alle Funktionen, um den Dialog zu eröffnen und eine Community rund um Marken und Produkte aufzubauen – mit persönlichen Profilen, Präferenzen, Beziehungen, Bewertungen, Kommentaren und „Tags“. Die Software kann vollständig an das Umfeld angepasst werden, das ein Unternehmen gestalten will.

**Open Applications:** In den meisten Unternehmen sind das SAP NetWeaver® Portal oder ähnliche Produkte zur Basis geworden für die Nutzung der eigenen Ressourcen und engeren Zusammenarbeit mit Partnern und Zulieferern. Diese sind wiederum Teil eines größeren Ökosystems, in dem Content ungehindert zugänglich und gemeinsam nutzbar sein sollte. Und exakt dafür bietet das CoreMedia CMS for SAP NetWeaver Portal effiziente Unterstützung.

Bei der Planung und Implementierung seiner Software setzt CoreMedia auf sein starkes Partnernetzwerk. MATERNA zählt dabei zu den langjährigsten und wichtigsten Partnern, mit exzellenter Produktexpertise und hervorragendem Domänenwissen, wenn es um die Anforderungen des Kunden geht. ■

## Über CoreMedia

CoreMedia ist ein führender Anbieter von Web-Content-Management (WCM)-Software für Unternehmen, deren Online-Erfahrungen am jeweiligen Kontext ihrer Kunden ausgerichtet werden sollen, unabhängig vom genutzten Kanal oder Touchpoint. Die CoreMedia CMS-Suite schafft einen einzigartigen Mehrwert für Unternehmen, indem sie nahtlos Inhalte digitaler und sozialer Medien einbindet, die redaktionelle Produktivität erhöht und auch unter anspruchsvollsten Bedingungen die Time-to-Market verbessert. Dadurch können Unternehmen ihre Online-Strategien stärker am Anwender ausrichten, deren Kundentreue stärken und letztlich Umsatz und Wirtschaftlichkeit ausbauen. CoreMedia wurde 1996 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Das Unternehmen betreibt Büros in San Francisco, London und Singapur. Zu den Kunden von CoreMedia zählen internationale Unternehmen wie die American Association of Medical Colleges (AAMC), Australian Broadcasting Corporation (ABC), Bertelsmann, BILD, CLAAS, Daimler, Deutsche Telekom, NEC, O<sub>2</sub>, SEAT und Singapore Press Holdings.



## Portaltechnologie

# Portal 2.0

## ante portas

**Portale sind wichtige Anlaufpunkte im Internet und für Unternehmen. Die neue Technologiegeneration verspricht mehr Interaktion, Integration und Kooperation.**

Ein Portal stellt Informationen, Prozesse und Anwendungen einheitlich und individualisierbar bereit. Fehlende Standards verhindern jedoch die einheitliche Nutzung von Produkten und Technologien. Viele Unternehmen haben deshalb in den vergangenen Jahren eine parallele Collaboration-Infrastruktur aufgebaut. Solche Insellösungen sind aber ineffizient und unwirtschaftlich. Der Wildwuchs bei den Web-Anwendungen verhindert außerdem ein einheitliches und modernes Nutzungserlebnis des Anwenders.

Die Lösung sind einheitliche und standardbasierte Portalplattformen. Damit können Unternehmen ihre Ressourcen besser ausnutzen und ihre Kosten senken. Die Portale der neuen Generation bieten zudem eine verbesserte Integration von Diensten und zusätzliche Interaktions- und Kooperationsmöglichkeiten für die Benutzer. Darüber hinaus versprechen moderne Web-Frameworks und interaktive Oberflächen mehr Optionen bei der Entwicklung von Portalprojekten.

Der Markt für Portallösungen ist recht übersichtlich geworden. Gartners „Magic Quadrant for Horizontal Portals“ (Portal Server 2010) zählt in diesem Jahr erstmals nur zehn Produkte. Firmenübernahmen haben den Markt konsolidiert. Über 70 Prozent der Anteile entfallen dabei auf die Komplettanbieter IBM, Microsoft, Oracle und SAP sowie den Open-Source-Spezialisten Liferay. (Abbildung 1: Magic Quadrant for Horizontal Portals, Gartner 2010)

### Anwender interagieren

Ein wichtiger Trend der neuen Portalgeneration ist, dass Anwender Inhalte einfach selbst erstellen können, beispielsweise in Blogs und Wikis. „Der selbst erzeugte Content steht im Portal nahezu gleichberechtigt neben dem redakti-

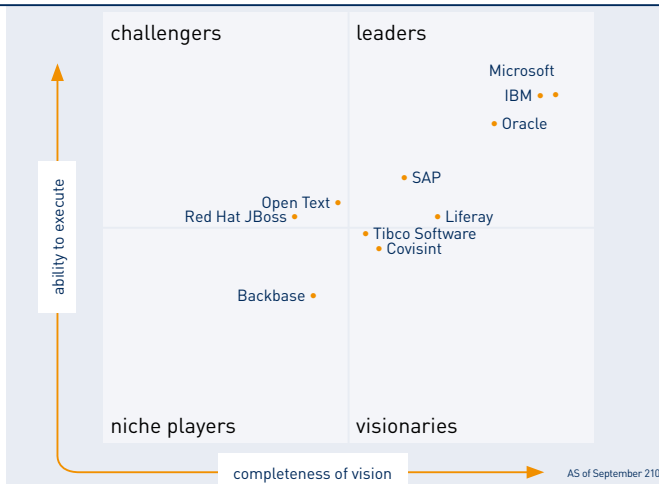


Abbildung 1: Magic Quadrant for Horizontal Portals (Gartner 2010)



Abbildung 2: Wichtige Portalfunktionen

onell erstellten Content“, erläutert Frank Pientka, Software-Architekt bei MATERNA. Auch lassen sich Portale einfach um Social-Media-Anwendungen erweitern, wie Communitys, Foren und Chats. Damit entwickeln sich Portale von einem Ready-only- zum Read-write-Netzwerk. RSS-Feeds erleichtern auch außerhalb des Portals das Lesen der Inhalte und informieren über Neuigkeiten (Abbildung 2: Wichtige Portalfunktionen).

Des Weiteren hat das Web 2.0 die Suche nach Informationen verändert: Anwender beurteilen selbst den Wert einer Information oder kategorisieren diese über freie Schlagworte (Tags). So lassen sich Inhalte später schneller wiederfinden. Das Portal stellt diese Tags abhängig von ihrer Häufigkeit zur besseren Orientierung visuell als Wolke dar.

Auf technischer Ebene hat der neue Portlet 2.0-Standard zu den Verbesserungen der jüngsten Portalgeneration beigetragen. „Dadurch lassen sich eine Vielzahl von Oberflächenprodukten, wie beispielsweise AJAX, PHP, Struts, Spring MVC oder JSF, einfacher integrieren. Externe Dienste lassen sich darüber hinaus über Web-Services oder REST-Dienste anbinden“, kommentiert Frank Pientka.

## Integration und Collaboration – Portal 2.0 heute

Vor allem Collaboration wird in aktuellen Portalen großgeschrieben. Der Vorteil: Verteilte Teams finden sich jenseits der Hierarchien ad-hoc zusammen und tauschen Informationen oder Dokumente aus. Collaborative Anwendungen, wie RSS-Feeds, Blogs, Foren und Wikis, sind bereits seit längerem bekannt. Bislang ließen sich diese separaten Anwendungen nur eingeschränkt in bestehende Infrastrukturen und Portale einbinden. Deshalb haben aktuelle Portal-

produkte diese Funktionalität entweder selbst integriert oder sie verwenden bekannte Spezialprodukte. Darüber hinaus müssen Portale der neuen Generation externe Dienste integrieren können, wie beispielsweise zum Aufbau und zur Pflege von Communitys bei Facebook und Twitter. Solche externen Dienste werden als Web-Service oder REST-Service bereit gestellt. Die Unternehmen investieren immer stärker in eine zielgruppenorientierte Echtzeit-Kommunikation.

Darüber hinaus haben neue Bedienoberflächen auf den mobilen Geräten die Anforderungen an Portale gegenüber der ersten Generation verändert. Aus „Click & Scroll“ ist beispielsweise „Touch & Slide“ geworden. Auch gibt es inzwischen mehr mobile Endgeräte als PCs. Es ist nur eine Frage der Zeit, wann sie sich durch größere Bildschirme und leistungsfähigere Hardware als Standardgerät für den Abruf von Web-Inhalten durchsetzen. Da mobile Endgeräte zunehmend über Gesten gesteuert werden, verändern sich die Interaktion und der Aufbau der Web-Seiten sowie Anwendungen. Eine weitere Anforderung an Portale ist die volle Integration bestehender Shop- oder Suchanwendungen. Neben der Oberfläche müssen auch die Daten mit allen Berechtigungen berücksichtigt werden. „Die Herausforderung liegt darin, den Anwender vor einem abweichenden Bedienkonzept zu bewahren: Er soll nicht merken, ob die Anwendung Teil des Portals ist oder von extern eingebunden wird. Auch sollte er sich nicht für die Nutzung eines anderen Dienstes erneut anmelden müssen. All dies erschwert die Benutzung“, erläutert Frank Pientka die Anforderungen an moderne Portalinfrastrukturen. Neben Inhaltsbrüchen und Mehrfacherfassungen riskieren Unternehmen, den Anwender zu verlieren, da dieser nur sehr umständlich auf Informationen oder Anwendungen zugreifen kann.

## Drum prüfe, wer sich ewig bindet

Die Entscheidung für ein Portalprodukt ist eine strategische, mit der sich ein Unternehmen in der Regel langfristig an einen Hersteller bindet. Daher hat es sich bewährt, die Integrationsfähigkeiten mehrerer Produkte zu bewerten. Dazu eignen sich die folgenden Kriterien:

- Integration auf Präsentationsebene: Anpassbarkeit des Produktes hinsichtlich Layout und Oberflächenintegration
- Integration von Benutzerdaten und Login: Anbindung einer zentralen Benutzerverwaltung und Single Sign On
- Integration und Aggregation auf der Service- und Prozessebene: Zugriff auf die fachlichen Funktionen über Schnittstellen sowie Zusammenfassung der Dienste zu Mehrwertdiensten
- Integration der Suche: Verwendung von Suchergebnissen aus mehreren Quellen. Für ein optimales Online-Marketing sollte sich die Portal-Software in externe Suchmaschinen integrieren und darauf zugreifen können.
- Überwachungs- und Auswertungsmöglichkeiten: Um Rückschlüsse auf die Benutzer, die Optimierung der Navigation und das Angebot zu ziehen, ist die Einbindung von Web-Analyse und -Tracking mit Auswertungsmöglichkeiten wichtig.

Abbildung 3 beschreibt eine ideale Portalarchitektur sowie die zugehörigen Funktionen.

## Gute Planung ist Voraussetzung

Eine so zentrale und unternehmenswichtige Infrastruktur abzulösen oder weiterzuentwickeln, bedarf einer guten Planung. Die Experten von MATERNA verfügen über profundes Wissen aller führenden Portallösungen aus Garters Magic Quadrant. Der Aufbau und Betrieb großer Portalanwendungen zählt zu den Kernkompetenzen. MATERNA unterstützt von der Entscheidung für ein Portalprodukt bis zur Einführung der neuen Lösung. Hierzu gehört auch die Migration der Altanwendungen in eine moderne und ausbaubare Portalarchitektur. Daher entwickeln die Experten mit dem Beratungspaket „WebCheck Portale“ maßgeschneiderte Strategien einschließlich Roadmap.

## Ausblick: Portal 2.0

Künftig werden sich die Portallandschaften in den Unternehmen deutlich verändern: Klassische redaktionelle Inhalte werden sich ganz selbstverständlich mit den neuen interaktiven Web 2.0-Anwendungen verbinden. Dies gilt gleichermaßen für Informations-, Unternehmens- oder Intranet-Portale. Damit steigen auch die Anforderungen an die fachliche und technische Integration eines Portals deutlich an. Sollen der Wert und Nutzen des Portals für den Anwender ansteigen, muss es möglichst viele Dienste nahtlos integrieren. Die Voraussetzung sind offene Portalstandards und Schnittstellen für fachliche Dienste. Eine moderne Portalstrategie dämmt eine ausufernde Infrastruktur ein und legt die Basis für zukünftige Anforderungen. Auf organisatorischer Seite sollte dies von einer einheitlichen Kommunikationsstrategie und unternehmensweiten Richtlinien begleitet werden. ■

## Open-Source gleichwertig

Liferay bietet sowohl eine kostenlose Community Edition seiner Portallösung als auch eine kostenpflichtige Enterprise Edition im Abonnement an. Mit diesen Open-Source-Varianten gelingt auch kleineren Unternehmen der Portaleinstieg. Die Lösung von Liferay ist eine der wenigen Alternativen zum sehr weit verbreiteten Microsoft SharePoint, mit der sich Office-Dokumente verteilt austauschen und bearbeiten lassen. Portalprojekte haben stets einen individuellen Integrationsanteil. Wie auch die Lösungen der Komplettanbieter, bietet professionelle Open-Source-Software die notwendige Flexibilität, ist zuverlässig und nachhaltig.

Abbildung 3: Funktionen einer Portalarchitektur

Presentation	Collaboration	Identity
Content	Social	Personalisation
Integration	Workflow	Search

Abbildung 3: Funktionen einer Portalarchitektur

Konsolidierung von Portallandschaften im SAP-Umfeld

## Terrain zurückerobern

In vielen Unternehmen sind über die Jahre vielfältige Portal- und Web-Anwendungen gewachsen. Dies hat die Kosten und den Aufwand für den Betrieb in die Höhe getrieben. Ein solcher Server-Park ist kaum mehr beherrschbar. MATERNA Monitor zeigt Beispiele für SAP-Portalkonsolidierungen sowie deren Vorteile.



Als Alexander der Große auf sein Reich schaute, fing er an zu weinen, denn es gab für ihn nichts mehr, dass sich zu erobern lohnte. Manchem IT-Leiter mag beim Blick auf seine Portallandschaft ebenfalls das Wasser in den Augen stehen – wenn auch aus anderen Gründen.

### Herausforderung: Für jede Aufgabe ein Portal

Da gibt es neben dem klassischen externen Web-Auftritt des Unternehmens noch ein internes Mitarbeiterportal, ein Lieferantenportal, ein Geschäftskundenportal, ein Vertriebsportal, einen externen sowie einen internen Web-Shop, vielleicht ein Portal speziell für bestimmte Gruppen von SAP-Anwendern (wie beispielsweise HR oder CRM) und noch einiges mehr. Hinzu kommt, dass an jedes Portal eine Reihe von Systemen angeschlossen sind, die unterschiedlich angesprochen wer-

den: Die Daten werden entweder als Teil von eingebetteten Portalanwendungen angezeigt, über diverse Schnittstellen mit unterschiedlichen Technologien angeliefert oder – meist aus Sicherheitsgründen – über vorgeschaltete Systeme repliziert. Neben den klassischen Prozessportalen sind darüber hinaus Wissensportale im Unternehmen auf dem Vormarsch. Ob Microsoft SharePoint, Confluence des australischen Unternehmens Atlassian Software Systems oder Media-Wiki – setzt ein Unternehmen nicht rechtzeitig die Rahmenbedingungen, entsteht aus der Begeisterung für das Thema schnell ein Zoo verschiedener Technologien. Diese lassen sich später nur mit viel Aufwand wieder auf eine gemeinsame Plattform zusammenführen.

Schwierig wird es auch mit dem Upgrade der beteiligten Komponenten. Unternehmen, die zentrale Services nutzen, wie beispielsweise Adobe Document Services (ADS), müssen diese

stets so aktuell halten, dass alle angeschlossenen und vor allem neu hinzukommenden Systeme mit der vorhandenen Version harmonieren. Andernfalls wäre ein Upgrade dieser kritischen Komponente notwendig. Die Alternative lautet meist: Für ein neues Projekt gleich einen zusätzlichen ADS zu installieren. Ein weiterer und immer bedeutenderer Aspekt für Portalkonsolidierungen sind auch mobile Anwendungen. Hierbei wird das mobile Endgerät durch die Verwaltung und Integration seiner „Apps“ zum neuen Portal.

Darüber hinaus sehen sich Unternehmen, die umfassend SAP einsetzen, vor allem mit einer Vielzahl von Portal- und User-Interface-Technologien konfrontiert. Dazu gehören beispielsweise Web Dynpro ABAP und Java, Business Server Pages, Internet Transaction Server, iViews, Adobe Interactive Forms, CRM WebUI und Mobile Infrastructure. Die SAP-Akquisitionen von Business Objects und Sybase haben die Vielfalt noch einmal breiter und komplexer gemacht. Dies alles unter einen Hut zu bringen, erscheint schwierig. Umso wichtiger ist es, eine Portallandschaft in ihrer Gesamtheit zu betrachten und den Nutzen und das Zusammenwirken ihrer Einzelkomponenten kritisch zu hinterfragen. Ein anstehender Release-Wechsel kann hierfür ein guter Anlass sein.

### Vorhandene Ressourcen effizienter einsetzen

Der Heidelberger SAP-Spezialist cbs begegnet der Konsolidierung von Portallandschaften mit dem Konzept „Portal Landscape Consolidation“. Hierbei steht im Mittelpunkt, die bereits vorhandenen Portal-Ressourcen besser zu nutzen und zu vereinfachen.

Zunächst bewerten die Experten die aktuelle Portallandschaft. Sie zeigen Potenziale auf, die sich zum Beispiel aus einer Harmonisierung oder Restrukturierung ergeben. Da ein Portal die Schnittstelle zum Anwender ist, analysieren die Experten die Informationsflüsse in und aus den Systemen vor allem aus

Anwendersicht. Kritisch zu hinterfragen ist beispielsweise, wenn sich Anwender für ihre Tätigkeit auf verschiedenen Portalen und Systemen einloggen müssen. Abhilfe schafft in einem solchen Fall der Einsatz der Universal Worklist (UWL). Anwender erhalten damit einen zentralen Einstiegspunkt für ihre zu erledigenden Tätigkeiten. Sie können die Aufgaben mit einem Mausklick auf den jeweiligen Eintrag bearbeiten. Findet die Bearbeitung in einem anderen System statt, bleibt die Anmeldung dank Single Sign On vor dem Anwender verborgen. Andere Beispiele für Harmonisierungen sind die konsequente Anwendung unternehmensweit gültiger Richtlinien für Corporate Branding, Security und den Datenaustausch der Portallösungen mit Backend-Systemen.

Diese Beispiele zeigen die Vorzüge einer Portalkonsolidierung: Schon wenige Eingriffe erzielen eine große Wirkung. Bei der Restrukturierung geht es zunächst auf der Ebene der iViews (vergleichbar mit den aus anderen Portallösungen bekannten Portlets) darum, vergleichbare Anwendungen zusammenzuführen, die beispielsweise nur aus historischen Gründen auf verschiedenen lokalen Portalen existieren. Des Weiteren lassen sich erfolgreiche Anwendungen einer Business Unit auf einen größeren Anwenderkreis oder eine andere Business Unit ausweiten. Hierzu werden die Anwendungen beispielsweise generalisiert oder ziehen in ein anderes Portal um. Das Ziel ist es, nicht benötigte Portalplattformen abzuschalten oder eine föderierte Portallandschaft auf einer höheren Architekturebene aufzubauen.

### Unternehmensrestrukturierung als Auslöser

Der dritte Anwendungsfall ist die Konsolidierung einer Portallandschaft nach einer Restrukturierung im Unternehmen, etwa dem Zu- oder Verkauf eines Unternehmensteils. In einem solchen Fall sind die Anpassungen im Portalbereich nur ein kleiner Teil des gesamten Integrationsprojekts. Sie werden in

### Tipps für die Portalkonsolidierung im SAP-Umfeld

- Anwender und ihren Arbeitsalltag in den Mittelpunkt stellen
- Anwendern einen zentralen Einstieg bieten (z. B. UWL, POWL, CRM Workflow Inbox, Enterprise Search und Dashboards)
- Redundante und konkurrierende Funktionalitäten vermeiden
- Gesamte Anwendungslandschaft berücksichtigen
- Integrierte Prozessunterstützung system- und portalübergreifend sicherstellen

### Anforderungen an Konsolidierungsprojekte

- Umfassende Kenntnisse der technischen Details sowie auf dem Gebiet des User-Centric Designs
- Kenntnisse über Umfeld und Systemlandschaft
- Kenntnisse in Portal- und Integrationstechnologien
- Übergreifendes SAP-Anwendungs- und Technologie-Know-how
- Ganzheitliche Konsolidierungsmöglichkeiten ableiten und umsetzen

## Der Autor

Thomas Szücs arbeitet als Senior Solution Architect bei der cbs Corporate Business Solutions GmbH in Heidelberg und ist Competence Center Manager für den Bereich Business Application Technology. Zuvor war er als Senior Software Developer bei der SAP AG im Bereich Web Dynpro ABAP tätig und hat dort an der Entwicklung dieser Technologie von Anfang an mitgearbeitet. Im Rahmen seiner mehrjährigen Tätigkeit auf diesem Gebiet hat er sich das für erfolgreiche Projekte notwendige Know-how erarbeitet. Dazu gehören verschiedene SAP User Interface Technologien, das SAP Enterprise Portal, Adobe Interactive Forms, User-Centric Design sowie Internationalisierung und Accessibility von Web-Anwendungen.



hohem Maße von den übergeordneten Veränderungen in der Organisation, den Geschäftsprozessen und der zugehörigen Systemlandschaft bestimmt.

In einem solchen Szenario konsolidieren die Verantwortlichen daher zumeist auch die Daten und Prozesse in den Backend-Systemen. Die IT muss also die Prozess-, System- und Datenveränderungen in den Anwendungssystemen verstehen und deren Auswirkungen auf die Portal- und Präsentationsebene ableiten.

## Neues Release, neues Projekt

Ein weiterer Grund für eine Portalkonsolidierung ist die Einführung eines neuen Releases innerhalb der SAP-Systemlandschaft. Eine sehr aktuelle Anforderung bei vielen Unternehmen ist beispielsweise der Umstieg von einem älteren SAP CRM-Release auf das neue WebUI-basierte SAP CRM 7.0. Das neue CRM-Release der SAP bietet bereits Out-of-the-box eine portalähnliche Oberfläche, die sich rollenbasiert konfigurieren lässt. Außerdem kann das Unternehmen Business-Intelligence-Berichte und weiteren Web-Content einfach integrieren. Bei diesem Anwendungsfall liegt die Entscheidung nahe, beispielsweise ein bisher ausschließlich für CRM-Prozesse benötigtes SAP-Portal ganz abzuschalten. Ein cbs-Kunde erwägt daher aktuell, mit dem Upgrade auf CRM 7.0 das bislang für SAP-Anwendungen genutzte SAP Enterprise Portal abzuschalten.

Ein Upgrade auf SAP CRM 7.0 führt zu einer weiteren Herausforderung: Anwendungen, die mit der bisher verwendeten UI-Technologie (dem People Centric UI) erstellt wurden, können nicht automatisch auf das neue WebUI migriert werden. Das kann bedeuten, dass das Unternehmen keine oder nur geringe Anforderungen auf dem alten Produktiv-Release umsetzen kann, solange das Upgrade-Projekt läuft. Diesen Stillstand kann sich kaum ein Unternehmen leisten.

Die Lösung hierfür liegt in der geschickten Nutzung der von der SAP standardmäßig angebotenen UI-Frameworks. So basieren CRM 5.0 und CRM 7.0 auf dem Netweaver Release 7.0. Dort stellt SAP mit Web Dynpro ABAP und BSP zwei Technologien zur Verfügung, die Anforderungen aus dem Business schnell und kosteneffizient abbilden. Beide Technologien können zudem in das Enterprise Portal und in das CRM WebUI integriert werden. Deswegen empfiehlt cbs Unternehmen, die ein Upgrade auf CRM 7.0 planen, Neuentwicklungen in einer dieser beiden CRM-unabhängigen Basistechnologien zu implementieren.

## Unterm Strich zählt der Anwender

Die Beispiele zeigen, dass die notwendigen Maßnahmen sehr stark von der unternehmensspezifischen Prozess- und Anwendungslandschaft und deren Release-Ständen abhängen. Bereits kleine Maßnahmen wirken positiv auf den Anwender. Doch sollte ein Unternehmen stets auch den ganzheitlichen Ansatz einschließlich der unternehmensweiten Portalarchitektur berücksichtigen. ■

## Über cbs

Die cbs Corporate Business Solutions ist eine spezialisierte Unternehmensberatung. Seit 1995 unterstützt cbs Industrieunternehmen bei der Etablierung globaler Lösungen auf Basis von SAP-Software-Produkten. Kerngeschäft der cbs sind Standardisierungs-, Harmonisierungs-, Konsolidierungs-, Zentralisierungs- und Globalisierungsbestrebungen im Umfeld globaler SAP-Lösungen. Das Heidelberger Unternehmen bietet ein umfassendes Lösungsportfolio für die sichere und effiziente Restrukturierung von unternehmensweiten Prozess- und SAP-Systemlandschaften.

**Sie haben verschiedene Portalinseln im Einsatz?**

**Die bisherigen Technologien sind am Ende ihres Lebenszyklus angekommen?**

**Sie planen ein Portalprojekt?**



Dann nutzen Sie doch einfach das Know-how der Experten von MATERNA. Wir verfügen über profunde Erfahrung in allen führenden Portallösungen aus Gartners Magic Quadrant. Aufbau und Betrieb von großen Portal-Anwendungen sind unsere Spezialität. Wir unterstützen Sie von der Entscheidung für ein Portalprodukt bis zur Einführung der neuen Lösung. Vielleicht ist es aber auch schon mit der Migration Ihrer Altanwendungen in eine moderne und ausbaubare Portalarchitektur getan. Mit „Web-Check Portale“ entwickeln wir eine maßgeschneiderte Strategie inklusive Roadmap.

#### **Leistungen** auf einen Blick:

- **Neuentwicklung von Portallösungen**
- **Optimierung, Weiterentwicklung und Pflege bestehender Portalinfrastrukturen**
- **Integration von „Insellösungen“ in bestehende Portallandschaften**
- **Migration von Altanwendungen auf moderne IT-Architekturen**

**Sprechen Sie uns an:**

[marketing@materna.de](mailto:marketing@materna.de) und [www.materna.de](http://www.materna.de)

