

Im Internet führen Web-2.0-Anwendungen meist ein Eigenleben. Es wird kaum kontrolliert, wer etwas schreiben darf, oder dafür Sorge getragen, die Inhalte aufzubewahren. In der Geschäftswelt sieht dies aus Compliance-Gründen jedoch anders aus, mahnt das Beratungsunternehmen Forrester. Auf Social Software müssten die gleichen Richtlinien angewandt werden, wie sie zum Beispiel für Applikationen à la E-Mail oder Web-Publishing gelten.

Das bedeutet: Im Unternehmen eingesetzte Wikis, Blogs oder Communities sollten ebenfalls in eine ECM-Strategie eingebunden werden. Forrester erwartet sogar, dass Social Software innerhalb der kommenden drei Jahre Teil von Contentmanagement-, Collaboration sowie Portallösungen werden wird.

Open Text schiebt Forenbeiträge ins Recordsmanagement-Tool

Große Anbieter werben bereits jetzt damit, dass ihre Web-2.0-Anwendungen mit den hauseigenen ECM-Systemen verknüpft sind. So lässt sich zum Beispiel Lotus Quickr, IBMs Web-2.0-Plattform für den Austausch von Dokumenten, mit Big Blues Contentmanagement-Lösungen P8 sowie CM8 integrieren. Quickr-Inhalte können in den ECM-Repositories abgelegt und damit gemäß rechtlicher Vorgaben archiviert werden.

ECM-Spezialist Open Text bindet die Foren-, Blog- und Wiki-Werkzeuge von Reddot, seiner Web-Solutions-Sparte, ebenfalls in die eigenen Lösungen für Recordsmanagement und Archivierung ein. „Dies ermöglicht eine Konsistenz, wie sie bisher nur beim traditionellen Umgang mit Content realisierbar war“, behauptet Reddot-Präsident Daniel Kraft.

MEHR ZUM THEMA

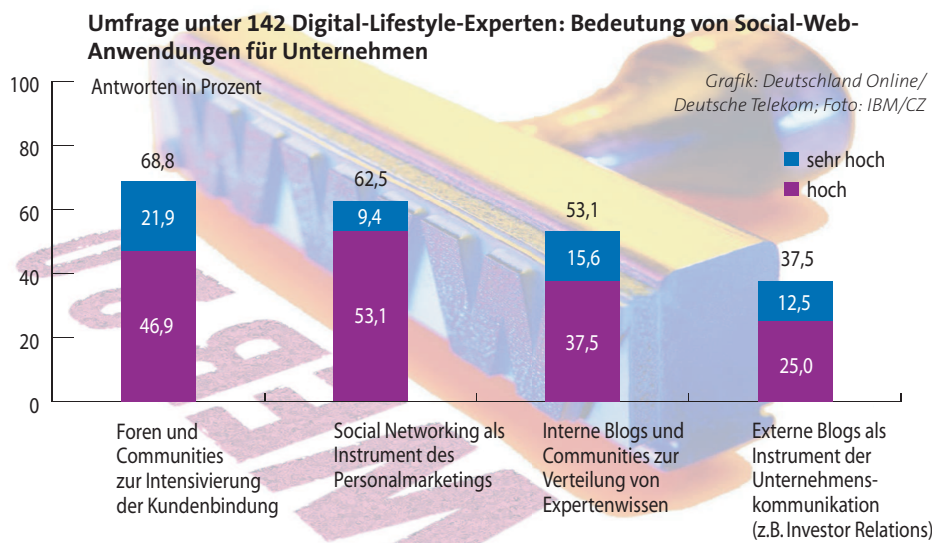
Warum soziale Netzwerke in den Unternehmen nicht mehr zu stoppen sind: www.computerzeitung.de/kn31316397

Alfresco verknüpft freie Social Software mit eigener Content-Lösung

Inhalteverwalter sorgen für Rechtssicherheit beim Web 2.0

Geschäftliche Wiki- und Blogging-Anwendungen brauchen die Einbindung in das Enterprise-Contentmanagement (ECM). Neben Highend-Anbietern wie IBM verwalten mittlerweile auch kleinere Hersteller Web-2.0-Inhalte in ihren Repositories.

Interaktives Internet steigert Werbewirkung



Neben internem Wissensmanagement und Personalmarketing ist das Web 2.0 vor allem prädestiniert für die **Intensivierung der Kundenbindung**, so die Studie Deutschland Online. Zumal die Hälfte der zusätzlich befragten 15 000 Konsumenten neben Blogs, Foren und Communities gerne interaktive Angebote von Firmen nutzt, um sich über Produkte zu informieren.

Social Software und Inhalteverwaltung führt auch Softwaregeneralist Oracle zusammen. Die Ellison-Company verknüpft ihre Webcenter-Suite – inklusive Wikis und Diskussionsforen – mit dem von Stellent erworbenen ECM-System.

Die Integration in die Firmen-IT ist laut Mike Rhodin, IBMs General Manager für die Lotus-Produktlinien, der entscheidende Vorteil der Social Software von großen Herstellern. Werkzeuge, die im Internet frei verfügbar sind, könnten dies nicht bieten.

Diesen Trumpf versucht Alfresco, IBM & Co. aus der Hand zu schlagen. Der Anbieter eines quelloffenen Contentmanagement-Systems integriert seine Lösung unter anderem mit dem freien Blogging-Tool Wordpress und der kostenlosen Wiki-Software Mediawiki, auf der auch die Online-Enzyklopädie Wikipedia basiert.

Hinzu kommt eine Verknüpfung mit dem sozialen Netzwerk Facebook. Firmen, die Inhalte auf Facebook veröffentlichen, können diesen Prozess nun genauso kontrollieren, wie wenn

sie Content auf ihre Website stellen. Auch der Service I-Google, mit dem Nutzer die Google-Homepage personalisieren, lässt sich mit Alfresco verbinden.

Überdies unterstützt das ECM-System auf OpenSource-Basis das Entwicklungswerkzeug Adobe Flex. Damit können Nutzer Webanwendungen und Mashups basteln.

Für die Integration mit der Social Software hat Alfresco seine Lösungen auf die REST-Technologie umgestellt. Jedem Dokument kann so eine eigene URL zugewiesen werden.

Alfresco verfolgt damit die richtige Strategie, lobt Ovum-Analyst Laurent Lachal. Viele Unternehmen seien an diesen Web-2.0-Anwendungen interessiert. Aber nur wenige wüssten schon, wie sie damit richtig umgehen sollen.

Doch ob Alfresco im Revier der großen Anbieter wie IBM und Oracle wildern kann, ist fraglich. Denn laut Forrester-Analyst Kyle McNabb muss sich der ECM-Spezialist im Highend-Bereich erst noch bewähren. In erweiterten ECM-Bereichen wie Prozessmanagement oder unternehmensweiter Suche klaffen noch Lücken, so McNabb.

Bisher werde die Lösung hauptsächlich abteilungsweise eingesetzt. Alfresco sei vor allem für Unternehmen interessant, die bereits über Erfahrungen mit OpenSource-Technik verfügen oder besonders nach einem kostengünstigen ECM-System suchen.

Eher im unteren Marktsegment ist auch Inhalteverwalter Day Software angesiedelt. Der Schweizer ECM-Spezialist wird sich künftig wohl ebenfalls beim Thema Web 2.0 verstärkt engagieren. Day hat die Social-Software-Experten und Gründer der quelloffenen Collaboration-Plattform Mindquarry übernommen. Alexander Klimetschek, Alexander Saar und Lars Trieloff stoßen zum Produktentwicklungsteam.

Mindquarry bietet Funktionen für Task- und Projektmanagement, File-Sharing sowie einen Editor für die Erstellung von Wikis. Die Lösung wird als OpenSource-Alternative für Lotus Connections beworben. Laut Marketing-Vizepräsident Santi Pierini, will Day – verstärkt mit diesem Know-how – die eigene Entwicklung in Richtung Social Software treiben. ms

Oracle profitiert von Stellent

Big Blues Content-Tools sind am beliebtesten

Ein Quartett aus drei Generalisten und einem Spezialisten bestimmt laut Gartner den Markt für Enterprise-Contentmanagement:

- IBM kann durch die Übernahme von FileNet den größten Umsatz vorweisen, braucht aber noch Zeit, um beide Produktlinien auf eine gemeinsame Basis zu stellen.
- EMC hat noch Schwächen beim Prozessmanagement.
- Oracle profitiert vor allem vom Stellent-Kauf und der Verbreitung der hauseigenen Infrastruktur.
- Spezialist Open Text schließlich setzt auf die Anbindung an SAP und Microsoft. ms

IBM-Wikipedia Bluepedia wird zum freiwilligen Wissensmanagement

Intranets brauchen Navigation

Ende 2006 fragte Professor Gunter Dueck im IBM-Intranet, ob Interesse an einem IBM-Wikipedia bestehe. Die Begeisterung überflutete die Mailbox des IBM Distinguished Engineer. Inzwischen wird Bluepedia konzernweit etabliert. Den Erfolg erklärt Dueck recht einfach: „Die Community kommt, weil es nützlich ist.“

Warum ein datenbankgestütztes Knowledge-Management selten gut funktioniert? „Die Leute haben erstens keine Zeit, zweitens nicht genug Ahnung für echt gute Dokumente und drittens können sie nicht gut schreiben“, winkt der IT-Kultautor Dueck (www.omnisophie.com) ab. Ganz anders das Web 2.0: „Bei Wikipedia muss nur mal jemand zwei Zeilen zu etwas schreiben, ein anderer schreibt ein paar Sätze dazu, ein Dritter verbessert stilistisch. Ich meine damit: Das geht.“

Mit rund 30 Freiwilligen startete also Bluepedia Ende März 2007 – und hebt ab. Warum? „Navigating IBM“, antwortet Dueck, der bei Big Blue an der technologischen Ausrichtung, an Strategiefragen und Kulturwandel im Konzern mitarbeitet. „Das ist eine ganz banale Idee, aber sie speist sich dadurch, dass das IBM-Intranet riesig groß ist und so etwas wie ein Register vertragen könnte, ein Navigationssystem.“

Drei Erfolgskriterien zählt der gelernte Mathematiker auf: „Die Community, die Community, die Community. Sie muss freiwillig kommen und alles nutzen, weil es nützlich ist – und nicht, weil man das muss.“

Bei vielen sozial geführten Intranet-Plattformen werden die Vorwürfe erhoben, das sei unnützes Zeug und führe später zum Vertändeln der Arbeitszeit. Für Dueck stechen diese Argumente der Effizienzapologeten nicht: „IBM ist eine echte High Performance Crew. Da hat wohl keiner die Nerven, Zeit zu vertändeln.“

Die meiste Zeit werde in einem so genannten effizienten Unternehmen

dadurch verschwendet, dass man irgendeinen Fitzel wichtigen Wissens nicht kenne. „Dann ruft man Leute an, die sind aber in einem effizienten Unternehmen nicht am Handy, weil sie arbeiten – und wenn sie dran sind, haben sie keine Zeit, weil sie effizient eingesetzt sind.“ Also Wissen im Unternehmen selbst suchen? „Das sind, glaube ich, Effizienzerscheinungen in Unternehmen, die lieber hart statt smart arbeiten.“

Inzwischen interessieren sich Kunden von IBM für Bluepedia, das technisch von der Regenburger Medienwerkstatt Hallowelt umgesetzt worden ist. „Auch da sammeln sich Anfragen von Unternehmen. Viele haben also das Gefühl, jetzt sei die Zeit reif.“ Und wer anfangen wolle: „Ich habe es mehrmals gesagt, ja? Technisch ist es kein Problem, aber die Community muss entstehen.“

Dass Bluepedia als konzernweite Navigation nun von einer gewissen Anonymität erfasst werden könnte, befürchtet Dueck nicht. Weil zwar alle Englisch lesen, aber zum Schreiben lieber auf die Muttersprache zurückgreifen, würden Landessprachen eingeführt. „Die Community ist eben alles, und daher muss alles barrierefrei sein.“ Außerdem seien viele Begriffe landesspezifisch. „Wir müssen schon in der deutschen Version oft die Schweizer und österreichische Ausführung unterscheiden.“ rr

Ein Tipp für Dueck-Anhänger: Erschienen ist jetzt bei Eichborn sein Buch Abschied vom Homo Oeconomicus: Warum wir eine neue ökonomische Vernunft brauchen, 250 Seiten, 22,95 Euro, Frankfurt/Main.

MEHR ZUM THEMA

Ein Interview mit Gunter Dueck über Bluepedia unter www.computerzeitung.de/kn31395755



Professor Dueck hat IBM-intern das Intranet-Wikipedia angestoßen. Für ihn arbeiten Web-2.0-abstinente Firmen „wohl lieber hart statt smart“.