



ECM bändigt die Datenflut

Unternehmen sehen sich heute einer stetig steigenden Datenflut gegenüber. Enterprise-Content-Management-Tools (ECM) können dabei helfen, sie zu verwalten und eröffnen darüber hinaus zahlreiche neue Möglichkeiten. Doch viele Anwender zögern noch, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen und verspielen so Chancen im Wettbewerb.

Über Jahrtausende waren Informationen rar und infolge dessen kostbar. Als erster zu erfahren, wann ein Schiff mit kostbaren Waren einlief, obwohl keine Pressemeldung und keine E-Mail dies ankündigten, konnte über das geschäftliche Überleben eines Unternehmens entscheiden.

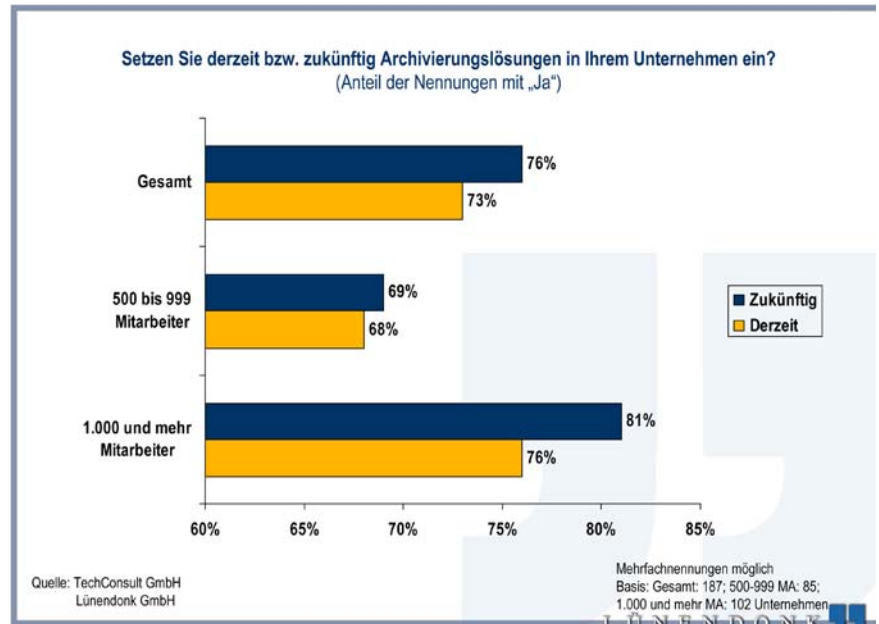
Mit der Digitalisierung, dem Aufkommen von E-Mail und Internet, hat sich die Situation umgekehrt: Informationen umrunden in Sekunden den gesamten Globus. Weil ihre Distribution durch die globale Vernetzung so einfach geworden ist, kann jeder nahezu beliebig viel Informationen – oder Desinformation – erzeugen und in die weltweiten Datennetzwerke einschleusen.

Statt Informationsmangel erleben Unternehmen heute eine Informationsflut. Dazu tragen vor allem E-Mails und ihre Anhänge, aber auch viele andere Formen digitaler Dokumente bei.

Immer mehr Informationen werden nicht mehr auf Papier angeliefert und erzeugt, sondern nur noch als digitale Daten. Das gilt für Geschäftsbriefe, Konstruktionszeichnungen, Geschäftsnotizen, Produktinformationen, Patienten- und Gerichtsakten, steuerrelevante Geschäftsvorgänge aller Art und vieles andere.

Eine Anwender-Studie von Lünendonk zum Thema Information Lifecycle Management aus dem Jahr 2004 ergab, dass Unternehmen auch weiterhin mit großem Datenwachstum rechnen: bei E-Mails um 57 Prozent, bei Office-Dokumenten um 37 Prozent und bei Data Warehouses bis zu 27 Prozent jährlich.

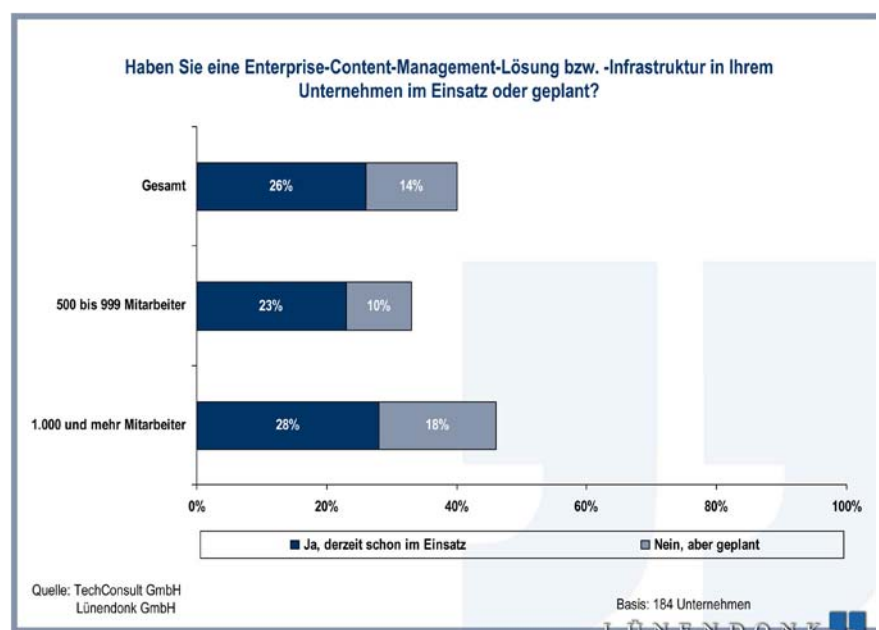
Dieser unausweichlichen Entwicklung hat sich inzwischen auch der deutsche Gesetzgeber gestellt, der nun von den Anwendern die gleiche Sorgfalt im Umgang mit digitalen Daten fordert, wie sie früher nur bei ihren papierenen Pendanten üblich war. Zahlreiche nationale und internationale Normen schreiben vor, dass digitale geschäftsrelevante Informationen genau so lange wie die entsprechenden Geschäftsakten veränderungssicher und jederzeit zugreifbar vorgehalten werden müssen. Die Stichworte hierzu heißen GdPdu, KonTraG, Basel II und Sarbanes Oxley.



Archivierungslösungen sind bei Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern bereits weit verbreitet

Doch die Gesetzeslage ist nur eines der Themen, mit denen sich Unternehmen im Gefolge der digitalen Datenmassen auseinandersetzen müssen. An erster Stelle steht üblicherweise die Frage, wie konkrete wirtschaftliche Vorteile erzielt werden können, etwa durch kürzere Time-to-Market-Zeiten aufgrund von effizienterer Dokumentation in der Forschung und Entwicklung.

Es gilt darüber hinaus, relevante von irrelevanten Daten zu unterscheiden, Daten intelligent miteinander zu verknüpfen, um daraus praxistaugliches Wissen zu generieren, Daten schnell, verständlich und ubiquitär zugänglich zu machen. So lässt sich verhindern, dass Informationen mehrfach gespeichert werden, wodurch die Kosten der Storage-Systeme und der Datenverwaltung



In Bezug auf den Einsatz von Enterprise Content Management herrscht Nachholbedarf

ansteigen würden. Unternehmen müssen den Wert jeder einzelnen Information einschätzen, um die Daten entsprechend auf einem teureren oder billigen Speichersystem abzulegen und so den finanziellen Aufwand für die Infrastruktur in Grenzen zu halten. Sie müssen entscheiden, wann Daten in ein Archiv wandern oder ganz gelöscht werden können. Besonders komplex erweist sich diese Herausforderung bei semistrukturierten und unstrukturierten Daten wie E-Mail oder Office-Dokumenten.

ECM umfasst vor allem Aktivitäten rund um das Management digitaler Informationen: Wissensmanagement, Web-Portale, Collaboration, Publishing, Records Management, Brand- und Digital-Asset-Management, Corporate Compliance oder Bildverarbeitung.

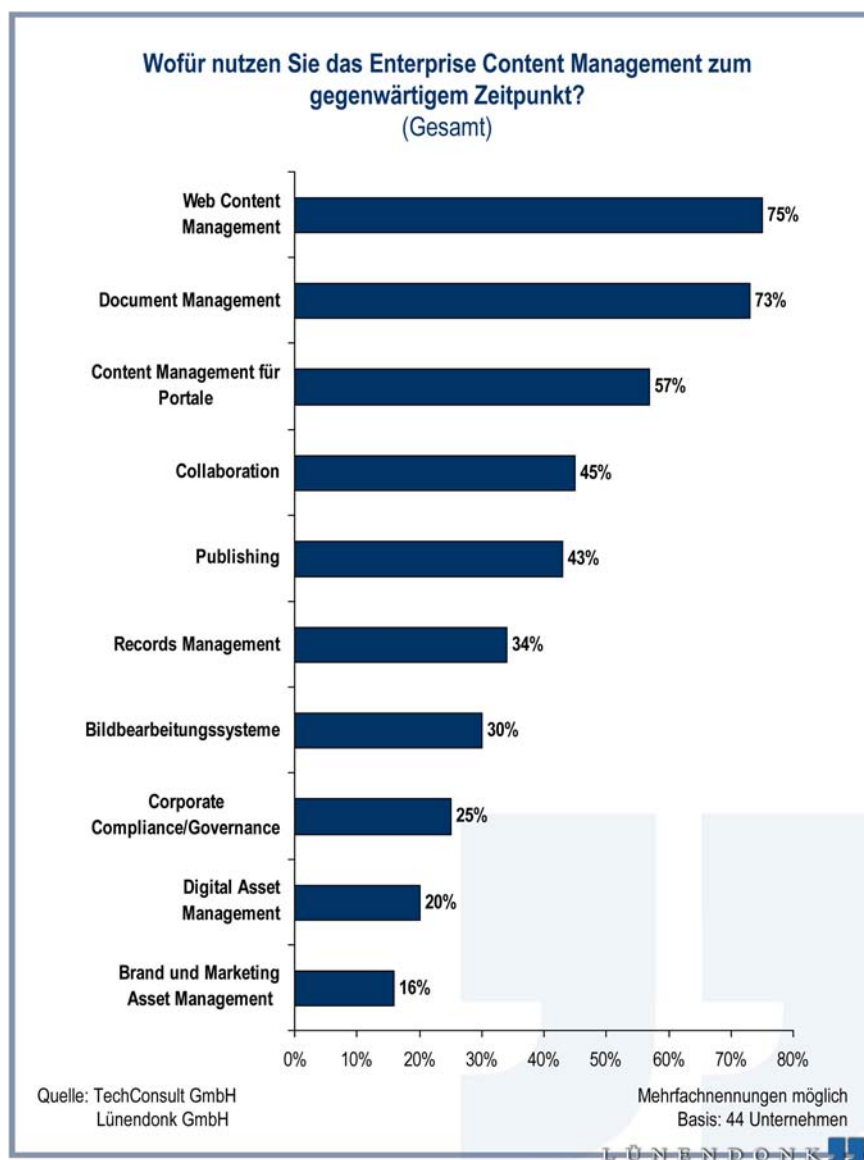
In der wettbewerbsorientierten, wissensbasierenden Ökonomie der Gegenwart sollte das Thema ECM innerhalb der Unternehmen hohe Priorität genießen. Doch diese Einsicht hat sich in den Unternehmen nur bezogen auf Teilbereiche durchgesetzt: So setzen nach der besagten Studie von Lünendonk zwar rund 73 Prozent der Unternehmen Archivierungslösungen ein und fast alle befragten Unternehmen sichern sich gegen Datenverluste mit Backup- und Recovery-Technologien. Doch was, wenn man über diesen engen Bereich hinausblickt?

Stiefkind ECM

Von den im Rahmen der Lünendonk-Studie befragten Unternehmen setzten in 2004 insgesamt 26 Prozent der Unternehmen Enterprise-Content-Management-Systeme ein, bei den Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern waren es mit 28 Prozent etwas mehr. Allerdings werden dabei viele Lösungen punktuell eingesetzt und bei weitem nicht die Funktionsvielfalt unternehmerisch ausgeschöpft.

Am häufigsten wird ECM von den befragten Unternehmen für Web Content Management oder Dokumentenmanagement genutzt, das über 70 Prozent der ECM-Anwender verwenden. Andere wichtige Einsatzfelder sind Portal-Management (57 Prozent), Collaboration (45 Prozent) und Publishing (43 Prozent).

Gerade die bisher weniger verbreiteten ECM-Anwendungen können Effizienzreserven heben und Unternehmen neue Perspektiven eröffnen.



Viele Unternehmen nutzen nur Teilfunktionen ihrer ECM-Lösung

Zwar erschwert ein teilweise schlecht überschaubarer Markt mit zahlreichen Spezialanbietern die Auswahl der für den jeweils angestrebten Zweck optimalen Lösung. Hier ist es sinnvoll sein, externe Beratung in Anspruch zu nehmen.

Bleibt der Stellenwert von ECM gering, könnte das für die betreffenden Unternehmen auf Dauer zu erheblichen Wettbewerbsnachteilen führen. Marktteilnehmer, die sich die Möglichkeiten von ECM schneller zunutze machen, werden nur schwer einzuholen sein.

ECM-Disziplinen im Einsatz

ECM-Applikationen eröffnen für Unternehmen Potentiale, die weit über das zwangsweise Einhalten von gesetzlichen Vorschriften oder das Verhindern von Datenverlusten hinausreichen.

Einige Beispiele:

Web-Portale

Web-Portale stellen Mitarbeitern alle notwendigen Informationen hocheffizient und nutzergetrieben bereit, wobei auch externe oder mobile Mitarbeiter auf die Daten zugreifen können. Sie ermöglichen die einfache Interaktion zwischen Mitarbeitern und Geschäftsleitung, schaffen Transparenz und verkürzen die Zeit, bis Informationen ihr Ziel erreichen, unter Umständen dramatisch.

In Bezug auf externe Partner, etwa Lieferanten oder Kunden, können sie helfen, den Dialog mit ihnen zu beschleunigen. Sie können zum Beispiel die Beschaffung optimieren oder dem Unternehmen die Teilnahme an Ausschreibungen vereinfachen.

Collaboration-Tools

Collaboration-Tools sind wichtige Hilfsmittel bei der Durchführung von Projekten, an denen viele, oft geografisch weit verteilte Mitarbeiter beteiligt sind.

Whiteboards stellen Informationen allen Projektbeteiligten gleichzeitig und aktuell in geschützter Umgebung zur Verfügung, Videokonferenzen schaffen persönlichen Kontakt über große Distanzen, ohne die Reisekosten zu erhöhen. Ohne derartige Hilfsmittel wäre die Entwicklung rund um die Uhr, wie sie heute etwa in der Automobil- oder Elektronikindustrie üblich ist, erheblich erschwert, wenn nicht ausgeschlossen. Aber auch unter weniger herausfordernden Bedingungen können solche Werkzeuge die Arbeitseffizienz erhöhen.

Knowledge Management

Knowledge Management ermöglicht es, das Wissen im und über das Unternehmen, sei es Fachwissen oder prozedurales Wissen, etwa über die Zuständigkeitsverteilung bei wichtigen Kunden, von Personen zu abstrahieren und allen zugänglich zu machen, die im Unternehmen davon profitieren können. So verkürzt sich die Zeit, bis der Support ein Problem lösen kann, wenn er auf eine Wissensdatenbank mit bereits gelösten Problemen zurückgreifen kann, statt jedes Mal das Rad von neuem zu erfinden.

Brand Marketing

Brand Marketing könnte schon heute durch die Verknüpfung mit digitalen Inhalten vollkommen neue Formen annehmen.

Ein Beispiel ist die Verknüpfung von mobiler Kommunikation und Kundenportalen. So kann man auf Plakaten oder Werbeanzeigen codierte Informationsfelder anbringen, die, wenn der potentielle Kunde sie mit dem Handy fotografiert, automatisch eine für den Anrufer kostenlose Verbindung zu einer Website mit produktspezifischen, eventuell sogar personalisierten Informationen öffnen. Voraussetzung dafür auf Zielkundenseite ist allerdings ein Software-Client, der auf das Handy geladen wird.

Zum Beispiel könnte ein Code auf einem Filmplakat auf die Website der Kinobetreiber verweisen, die diesen Film heute zeigen und dem Kunden verschiedene verfügbare Tickets zur Handy-Vorbuchung offerieren. Ist der Kunde bei dem Kino bereits registriert, könnte er zusätzliche, personalisierte Informationen erhalten, etwa weitergehenden Content zum Film.

Solche Lösungen setzen aber als Basis unter anderem ein ausgefeiltes Enterprise Content Management voraus, welches dann mit weiteren Anwendungen, etwa CRM, verknüpft wird.

Bildbearbeitungs- und -speicherungssysteme

Bildbearbeitungs- und -speicherungssysteme helfen zum Beispiel in der Medizin, schnellere und sicherere Diagnosen zu erstellen. Externe Spezialisten können ohne Anreise hinzugezogen werden. Die Ergebnisse bildgebender Verfahren stehen den behandelnden Ärzten nicht mit tagelanger Verzögerung, sondern sofort zur Verfügung. In der Geologie sind Bildinformationen maßgeblich daran beteiligt, neue Ressourcen aufzuspüren, in der Meteorologie helfen sie, Schäden zu verhindern.

Aber auch in der produzierenden Wirtschaft gibt es zahlreiche mögliche Anwendungen für sie. Unternehmen können sie in der Qualitätssicherung verwenden, um nachzuweisen, dass Produkte die Herstellung in einwandfreiem Zustand verlassen haben. Im Support können sie dazu dienen, Schäden zu dokumentieren und Remote-Unterstützung beim Fachmann einzuholen. Versicherungen können sie zur Schadensaufnahme nutzen.

Hartmut Lürßen

Geschäftsführer Lünendonk GmbH