

wissens management

Das Magazin für Führungskräfte

Titelthema

Best Practices:

Erfolgreiche Wissensmanagement-Projekte im Krisenjahr 2010



Praxis ist das beste Erfolgsrezept

Die in dieser Ausgabe präsentierten Unternehmen haben auf dem Gebiet des Wissensmanagements Erfahrungen gesammelt – mit überwiegend positiven Ergebnissen. Unter dem Begriff „Best Practice“, der vielfach verwendet wird, versteht man frei übersetzt etwa beste Praxis, beste Geschäftsmethode und bestes Verfahren. Gemeint sind in diesem Zusammenhang vorbildliche Lösungen und Vorgehensweisen, die zu Spitzenleistungen in den Unternehmen geführt haben.

Im Rahmen der hier vorgestellten Best Practices werden nicht nur die Darstellung, Kommunikation, Bereitstellung und Umsetzung von neu eingeführten Technologien näher erläutert. Darüber hinaus präsentieren wir Erfahrungsberichte von Unternehmen aus verschiedenen Branchen mit den unterschiedlichsten Wissensmanagementansätzen.

Damit soll der Wissensaustausch innerhalb und außerhalb der Unternehmen gefördert werden. Die dargestellten Projekte dienen zur Anregung und sind zur Nachahmung empfohlen.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Suchen und Finden wertvoller Anregungen, Ideen und Tipps – und natürlich viel Erfolg dabei, diese in Ihre Unternehmenslandschaft zu integrieren.



Ihr

Oliver Lehnert

Inhalt – Best Practices

Luftfahrt	
Mit intelligenten Technologien Kundenwünsche erfüllen	4
Textmining	
Insight Mining© – „Knowledge at your fingertips“	6
Beratung	
Direkt zu den wichtigen Informationen mit Enterprise Search	8
Pharma und Gesundheit	
Massive Beschleunigung von Datenanalysen	10
Methodik	
Die Zukunftslandkarte – mehr Sicherheit bei Entscheidungen	12
Weiterbildung	
Kundenorientierung im berufsbegleitenden Master Wissensmanagement	14
Zahnmedizin	
Doctor 3.0: Medizinisches Wissen im globalen Netzwerk	16
Forschungsprojekt	
Prozessorientiertes Wissensmanagement – Wie der Praxistransfer gelingen kann!	18
Förderinitiative	
„Fit für den Wissenswettbewerb“ Wissensmanagement als Innovationsmotor für den Mittelstand	20
Hotelbetrieb	
Softwaregestützte Servicequalität mit persönlicher Note	21
Dienstleistung	
Optimiertes Wissensmanagement in der W+ST-Gruppe	22
Bibliothek	
ELitE – Elektronisches Literaturmanagement & E-Shop-System	23
Wasserwirtschaft	
Enterprise Search – schneller und effektiver unternehmensweite Informationen bereitstellen	24
Wiki	
Drei Wege	25
Behörde	
POLIZEI-ONLINE – Ein Innovationsprojekt für Polizei und Landesverwaltung	26
Telekommunikation	
Der steinige Weg zum Enterprise 2.0	28

Mit intelligenten Technologien Kundenwünsche erfüllen



Millionen von Menschen diskutieren online über Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen. Doch wie ist es möglich, aus dieser Masse von Informationen die relevanten Beiträge herauszufiltern und auf deren Basis auf die Kunden einzugehen?

Diese Frage stellte sich auch die US-amerikanische Airline „JetBlue Airways“ mit Sitz in New York. Die Passagiere, die mit JetBlue Airways fliegen, tun dies vor allem wegen des ausgezeichneten Service: Die Fluglinie bietet ihren Gästen alles, was das Herz begehrt, von Satellitenfernsehen und -radio an jedem einzelnen der bequemen, weichen Ledersitze über eine Vielzahl an Gratissnacks und einem kostenlosen „Schlafpaket“ bis hin zum gratis WLAN-Zugang in den größeren Terminals und teilweise sogar an Bord der Flugzeuge. JetBlue versucht, seine Gäste stets mit einem kleinen bisschen Luxus zu verwöhnen. Ausschlaggebend für den Erfolg des Unternehmens ist seine Philosophie, die die Kunden und die Kundenzufriedenheit in den Mittelpunkt stellt. In Sachen Service stellt JetBlue höchste Anforderungen an seine Mitarbeiter und geht

neue Wege, um die Bedürfnisse seiner Kunden besser zu verstehen.

Hierfür verlässt sich JetBlue auf Kunden-Rückmeldungen aus erster Hand. Wertvolle Informationen finden sich sowohl im Feedback, das JetBlue in Form diverser Befragungen selbst einholt, als auch in Rückmeldungen, wie zum Beispiel E-Mail-Nachrichten oder Kommentare im sogenannten „SpeakUp“-Bereich der JetBlue-Website, ganz zu schweigen von den unzähligen Kommentaren und sonstigen Informationen auf Websites, Foren und Blogs. JetBlue erhält fast 500 E-Mails pro Tag und mehr als 40.000 Antworten auf Kundenbefragungen im Monat, von denen die Hälfte wiederum Kommentare in Form von unstrukturierter Freitext enthält. Auch das Kundenfeedback auf der SpeakUp-Site sowie in anderen Online-Communities, Foren, Blogs etc. besteht aus unstrukturierten Daten. Die Verarbeitung des strukturierten Feedbacks ist für das Unternehmen relativ problemlos; jedoch bietet diese Art Rückmeldungen keine Informationen darüber, warum Kunden etwas gefällt oder nicht gefällt. Viel wertvollere Informationen befinden sich hingegen in unstrukturierten Daten; schließlich geht

winnt man gerade hierdurch Einblicke in die wahre Gefühlswelt der Kunden. Bisher hatte JetBlue nicht genügend Einblick in die genauen Gründe, weshalb Kunden zufrieden sind oder weshalb sie sich beschwerten. Das Unternehmen machte es sich daher zur Aufgabe, herausfinden, was die genauen Ursachen für Veränderungen in der Kundenzufriedenheit sind. Im Idealfall hätte das Unternehmen natürlich gerne die Meinung jedes einzelnen Kunden analysiert; jedoch war es weder kosteneffizient noch – angesichts des zeitlichen Aufwands – möglich, den Kundenzufriedenheitsexperten von JetBlue das Lesen unzähliger Kundennachrichten zuzumuten.

„Chaoswochenende“ legte die Probleme offen

Das berühmte „Chaoswochenende“ um den President’s Day im Jahr 2007 verdeutlichte, wo genau das Problem lag. Im Zeitraum von fünf Tagen musste JetBlue aufgrund von heftigen Schneefällen und Blitzeis rund 1.000 Flüge absagen. JetBlue wurde damals zum Inbegriff schlechter Passagierbehandlung erklärt. Die Airline erhielt nicht weniger als 30.000 E-Mails innerhalb von zwei Tagen. Um diese zu lesen, fehlte schlicht und einfach das Personal. Dem Unternehmen war klar, dass es das Ruder so schnell wie möglich herumreißen musste – andernfalls wären sein Ruf und seine Kunden verloren. JetBlue fürchtete, dass wichtige Details zur Stimmungslage der Kunden angesichts der schier Masse an E-Mails übersehen werden könnten und beschloss daher, die Textanalyse-Software von Attensity einzuführen. Mit Hilfe dieser Lösung, die die Bearbeitung von Kundenfeedback automatisiert, ist das Unternehmen seitdem in der Lage, Unmengen an Feedback nachzuverfolgen und zu analysieren.

Die Kundenserviceberater von JetBlue verwenden das Textanalysetool nun in ihrer täglichen Analysearbeit, um wertvolle Einblicke in Kundenfeedback zu gewinnen und entsprechende Maßnahmen daraus abzuleiten. Mithilfe der Anwendung können sie Kundenstimnungen, -präferenzen und -anfragen ans Tageslicht fördern, die in verschiedensten Texten verborgen sind und zu

denen sie ansonsten keinerlei Zugang hätten. Darüber hinaus können die Daten intelligent strukturiert, durchsucht und in Business-Intelligence-Anwendungen und andere Systeme, die geschäftskritische Entscheidungen stützen, integriert werden. Durch die schnelle und effiziente Extraktion von massenhaft verfügbaren Informationen ist JetBlue nun jederzeit bestens über die Wünsche und Ansprüche seiner Kunden informiert und kann die wahren Gründe verstehen, die hinter der Kundenstimmung liegen.

der Kunde für die Unannehmlichkeiten entschädigt – das Vertrauen ist wieder hergestellt, der Passagier ist zufrieden und bleibt als Kunde erhalten.

Diese Zusammenführung des strukturierten und unstrukturierten Kundenfeedbacks durch die Attensity-Software verschafft JetBlue ein vollständiges Bild von der Gefühlswelt des Kunden und ermöglicht es, fundierte Entscheidungen zu treffen, die sowohl die Servicequalität als auch die Kundenzufriedenheit wesentlich verbessern. Neben der

zuständige Team weiter, sodass Anfragen und Probleme quasi in Echtzeit bearbeitet werden können. Dies steigert nicht nur die Zufriedenheit bei den Endkunden, sondern reduziert gleichzeitig die Kundenabwanderung und die Kosten für den Support. Darüber hinaus können Unternehmen Probleme mit ihren Produkten, Wettbewerbsrisiken und Chancen frühzeitig erkennen.

Sämtliche Kommunikationsvorgänge werden mithilfe eines integrierten „Ticketing-Systems“ für das Contact Center nachverfolgt. So haben die Benutzer jederzeit Zugriff auf die Vorgänge und können beispielsweise die Antworten des Serviceteams, frühere Anfragen und viele andere entscheidende Informationen einsehen. Sie erkennen auf den ersten Blick, welche Nachrichten noch beantwortet werden müssen, welche in Bearbeitung sind und welche Vorgänge bereits abgeschlossen sind.

Attensity Respond for Social Media ist auch mit führenden CRM-Systemen integrierbar, sodass jede Interaktion auch kundenspezifisch nachverfolgt werden kann.

Der Servicemitarbeiter erhält wichtige Daten zum Kundenprofil, sowohl aus Social Media als auch aus dem CRM-System, und kann diese einbringen, um seine Kundeninteraktionen zu optimieren. Antwortzeiten und -inhalte werden für jeden Kunden festgehalten, sodass sie jederzeit wieder eingesehen werden können; hinzu kommt ein vollständiger Satz an aussagekräftigen Reports für das Interaktionsmanagement.

„Attensity bietet uns die einmalige Chance, Kundenstimmungen, -Präferenzen, und -Anfragen, zu denen wir ansonsten keinerlei Zugang hätten, automatisch zu extrahieren. Darüber hinaus ermöglicht uns die Lösung von Attensity, die Daten intelligent zu strukturieren, zu durchsuchen und in Business-Intelligence-Anwendungen und andere Systeme, die geschäftskritische Entscheidungen stützen, zu integrieren. Durch die schnelle Extraktion von massenhaft verfügbaren Informationen sind wir nun jederzeit bestens über die Wünsche und Ansprüche unserer Kunden informiert. Keiner versteht unsere Kunden so gut wie wir!“

**Bryan Jeppsen,
JetBlue Research Analyst**

Vorteile und Nutzen

Dank des Systems ist JetBlue nun in der Lage, Beschwerden anhand des Flugzeugkennzeichens nachzuverfolgen, sodass die Analyseexperten des Unternehmens sofort erkennen können, bei welchen Flugzeugen es am meisten bzw. wenigsten Probleme gibt. Zusätzlich sind die Flugroute, das Flugzeugkennzeichen, das Datum des Flugs, die Sitznummer jedes Kunden sowie die Piloten und Flugbegleiter jedes Flugs in strukturierter Textform in den Erhebungen des Unternehmens hinterlegt. Beschreibt beispielsweise ein Passagier in seinen eigenen Worten, also in Form von unstrukturiertem Feedback, dass ein Flugbegleiter unhöflich oder unaufmerksam war, so liefert die Software von Attensity das dazugehörige Flugdatum, die Flugnummer und das Kennzeichen. JetBlue kann dann mithilfe dieser Informationen nachverfolgen, welche Flugbegleiter bei diesem Flug im Einsatz und welche Sitze betroffen waren. Auf Grundlage dieser Informationen kann JetBlue dann rasch reagieren: Durch die Gutschrift von Extra-Flugmeilen wird

täglichen, wöchentlichen und monatlichen Analyse des Kundenfeedbacks erstellt die Software auch zusammenfassende Reports für die JetBlue-Manager. Auf diese Weise können die Führungskräfte des Unternehmens auf Grundlage von Informationen „aus erster Hand“ fundierte Entscheidungen über die langfristige Unternehmensstrategie treffen.

Neue Lösung „Attensity Respond for Social Media“

Attensity arbeitet kontinuierlich an neuen Lösungen, die in der Lage sind, den Kundenservice noch weiter zu optimieren. So bietet beispielsweise die neue Lösung „Attensity Respond for Social Media“ einen echten Mehrwert. Die Kombination aus Social Media Monitoring und einem Multichannel Response-Management-Tool beobachtet nicht nur Millionen von Einträgen in Twitter, Facebook, Bewertungsportalen, Blogs etc. und analysiert sowie klassifiziert sie mit Hilfe semantischer Technologien, sondern sie leitet die Nachrichten anschließend automatisch an den zuständigen Mitarbeiter bzw. das

Kontakt

ATTENSITY

Attensity Europe GmbH
Frau Martina Tomaschowski
Europaallee 10
67657 Kaiserslautern
Telefon: +49 631 303 5500
Fax: +49 631 303 5507
Email: martina.tomaschowski@attensity.com
www.attensity.de

Insight Mining[©] – „Knowledge at your fingertips“

Intelligente Analyse und Visualisierung von verstreuten internen und externen Daten
Best Practice Lufthansa Technik – ausgezeichnet mit dem Innovationspreis

Entwicklung Insight Mining[©]: Ausgangspunkt, Ziel und Partner

Am Anfang stand die Anforderung, ein Tool für die Lufthansa Technik zu entwickeln, mit dem sich verteilte interne und externe Daten schnell und einfach ohne aufwendige Datenintegration und Wissensmodellierung analysieren und visualisieren lassen. Das daraufhin in Zusammenarbeit von Lufthansa Technik, Business Intelligence Group und Texttech GmbH entwickelte Tool, wurde 2010 mit dem Innovationspreis der Deutschen Marktforschung ausgezeichnet und erfährt seitdem eine kontinuierlichen Weiterentwicklung.

Auf Basis von Text Mining-, Computer-Linguistik-, Semantic Web- und Business Intelligence-Methoden und -Technologien wurde diese Innovation als Best of Breed-Ansatz entwickelt. Stefan Althoff, Team

Manager Marketing Research bei der Lufthansa Technik AG, erklärt: „Das Tool Insight Mining verbindet zwei Welten: Data Management Systeme und Textmining. Eine elektronische Dokumentensammlung aufzubauen, ist keine große Kunst. Einen Datenpool mit Textmining-Techniken zu analysieren und zu erschließen, ist das eigentlich Spannende.“

Funktionsweise Insight Mining[©]

Mit Insight Mining ist es möglich, Dokumente und Quellen jedweder Art miteinander zu verknüpfen und schnell und intuitiv neue Zusammenhänge zwischen den Daten zu erkennen. Im ersten Schritt werden Dokumente unterschiedlicher Formate aus verschiedenen Quellen automatisch importiert. Aus allen Dokumenten wird der enthaltene Text extrahiert und mit ver-



Abbildung 1: Mobil die wichtigsten Daten abrufen.

schiedenen Methoden weiterverarbeitet. Hierzu müssen die Texte in Sätze und Wörter zerlegt und die Wörter auf ihre Grundform reduziert werden. Anhand von Synonymen werden Wörter zu Konzepten zusammengefasst. In allen Texten wird dann das gemeinsame und benachbarte Auftreten von Konzepten in definierten Fenstern wie z.B. Sätzen gezählt und statistisch aufbereitet. Signifikante Nachbarn bilden den Konzeptgraphen, der in Insight Mining navigierbar ist. Mittels des Volltextindexes ermittelt das System beim Navigieren durch den Graphen – live und völlig transparent für den Nutzer – ständig die passenden Dokumente zu den aktuell gewählten Konzepten. Das spart nicht nur Klicks, sondern zeigt dem Nutzer auf intuitiver Ebene und ohne aufwendige Modellierung logischer Modelle wie Topic Maps, in welchem Kontext die Wörter bzw. Konzepte gebraucht wurden.

Insight Mining[©] in der Praxis – Knowledge Navigator „Knowledge at your Fingertips!“

Das Knowledge Cockpit ergänzt die Knowledge Maps um aussagekräftige Kennzahlen, Trends und Benchmarks. So lassen sich z.B. Fragen beantworten wie: „Was sind Auf-/ Absteiger bezogen



Abbildung 1: Knowledge Maps aggregieren und verdichten Informationen zu Wissen

auf Themen, Autoren und Diskussionen?“, „Was sind zentrale Trends?“ oder „Wie unterscheidet sich das Unternehmen zu seinen Wettbewerbern?“.

Insight Mining[®] in der Praxis – Web, Market and Competitive Intelligence

Eine Besonderheit von Insight Mining liegt in der Nutzbarmachung des Internet. So können etwa verschiedenste Inhalte aus Blogs, Foren und Communities in einem Datenpool verbunden werden. Die semantische und linguistische Analyse offenbart interessante Verbindungen und zeigt beispielsweise die Diskrepanz zwischen Fremd- und Eigenwahrnehmung eines Unternehmens oder die Assoziationsmuster der Kunden zu einem bestimmten Thema. Dieses semantische Differential über die Zeit hinweg zeigt darüber hinaus auf, welche Themen, Autoren, Quellen und Threads aufsteigen und welche absteigen. Die quellenübergreifende Aggregation von Suchtermen und ihren Synonymen ermöglicht eine flächendeckende Wettbewerbsbeobachtung.



Abbildung 2: Knowledge Cockpit – mit einem Klick wissen was man wissen muss

Insight Mining[®] in der Praxis – Innovation Management/ Open Innovation

Analog zum Mind Mapping ermöglicht die automatisierte Verknüpfung von in-

ternen und externen Informationen die Erschließung neuer Zusammenhänge und Ideen. Das Verknüpfen über die unterschiedlichsten internen und externen Datenquellen überwindet jede mentale Trägheit und ermöglicht den viel zitierten Blick über den Tellerrand. Da Insight Mining damit auch überraschende, vorher nicht bekannte Zusammenhänge zu Tage fördert, liefert das Tool wichtige Impulse für das Innovation Management.

„Die Zeitersparnis bei Recherchen beträgt mindestens Faktor Vier bis Fünf“

Stefan Althoff, Team Manager Marketing Research bei der Lufthansa Technik AG.

Vorteile Insight Mining[®]. Die 10 wichtigsten Besonderheiten

1. KISS – Keep it simple und stupid: Extrem einfache und intuitive Bedienung
2. Keine Integration von Datenquellen notwendig
3. Verknüpft interne und externe Daten
4. Keine aufwendige Modellierung logischer Modelle notwendig
5. Kontextspezifische und personalisierte Knowledge Maps, die dynamisch erzeugt werden
6. „Knowledge Drill Down“ verknüpft Knowledge Maps mit den relevanten Dokumenten
7. Unterstützt alle gängigen Dokumentformate und importiert automatisch neue Dateien aus Verzeichnissen, Netzlaufwerken und E-Mail-Postfächern
8. „Research on demand“ bzw. die Sicherheit, keine wichtige Quelle bei der Analyse vergessen zu haben
9. Fehlertolerant und mitdenkend: Auto Spelling, Nutzung von Synonymen, Thesauri und Grundwortreduktion
10. Insight Mining als „Software as a Service“ möglich: Keine internen IT-Abstimmung, Wartungsverträge oder Serverkosten

Kontakt



BUSINESS INTELLIGENCE GROUP
Thinking Beyond Data

Prof. Dr. Peter Gentsch
Mobil: +49 (0)177- 453 453 0
Geschäftsführender Gesellschafter

Office Berlin

Schützenstraße 6
10117 Berlin
Mobil: +49 (0)177- 453 453 0
Tel.: +49 (0)30 – 89 67 78 87 – 0
E-Mail: gentsch@intelligence-group.com
<http://www.intelligence-group.com>

Direkt zu den wichtigen Informationen mit Enterprise Search

Über zwei Millionen Dokumente verfügt die Beratungsgesellschaft Ebner Stolz Mönning Bachem allein am Standort Stuttgart. Das sind rund 720 Gigabyte an Daten. Und durch die rund 300 Mitarbeiter in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer-, Rechts- und Unternehmensberatung kommen ständig neue hinzu. Um einfach und ohne langes Suchen die gewünschten Informationen zu finden, setzt das Unternehmen seit Dezember 2008 auf eine Enterprise-Search-Lösung.

Gesetzestexte, Studien, Marktanalysen oder kundenspezifische Informationen – um ihre Mandanten optimal zu beraten, benötigen die Mitarbeiter von Ebner Stolz Mönning Bachem eine Vielzahl an Informationen. Häufig stehen die Berater vor der Herausforderung, die jeweils aktuellste Version zu finden. Doch wie lässt sich das Gewünschte schnell entdecken in zwei Millionen Dokumenten, die über 30 Server, 120 Rechner, 210 Laptops und eine WMS-Datenbank verteilt liegen?

Unternehmensinterne Suchmaschine

Eine Speicherung aller Dokumente in einem Datenbanksystem wäre viel zu aufwendig und deshalb nicht realisierbar. Ebenso wenig sind die Suchoptionen einzelner Branchenlösungen nutzbar, da die Mitarbeiter übergreifende Ergebnisse erhalten sollen. Abhilfe schafft die unternehmensinterne Suchmaschine xfriend: Über den Webbrowser gibt der Mitarbeiter den gesuchten Begriff in die Suchmaske ein und erhält sofort eine Ergebnisliste mit Vorschau auf die einzelnen Dokumente – unabhängig von Speicherort oder Format. Einbezogen werden nicht nur das gesamte Netzwerk im Unternehmen, sondern auch E-Mails inklusive Anhänge, Intranet und Internet oder Wechseldatenträger.

„Durch xfriend entfällt das langwierige Suchen nach bestimmten Dokumenten oder Entwürfen, so dass ich schneller und effizienter arbeiten kann. Häufig erspart es auch Mehrarbeit, da ich recherchierte Daten einfacher wiederfinde“, sagt Rechtsanwalt Rafael Gaida. „Die Lösung unterstützt die Suche nach Know-how im Unternehmen und schafft dadurch Zeit für die wirklich wichtigen Arbeiten im Auftrag unserer Mandanten.“

Rechteverwaltung und Datenschutz

Jeder Mitarbeiter kann nur die Dokumente finden, die für ihn freigegeben sind. Die Enterprise-Search-Lösung unterstützt die Microsoft-Rechteverwaltung ADS vollständig, so dass hier keine zusätzlichen Maßnahmen erforderlich sind und der administrative Aufwand gering bleibt.

„Keine Rechte – keine Ergebnisse“, bringt Sasan Sepahbodi, Systemadministrator bei Ebner Stolz Mönning Bachem, das Konzept auf den Punkt. „Das Tool hilft uns in der IT auch sehr wenn Mitarbeiter versehentlich ganze Datenstrukturen verschieben. Mit xfriend können wir diese ganz einfach wieder lokalisieren.“

Internes Search-Team

Über ein halbes Jahr hatte sich die Beratungsgesellschaft Zeit genommen, um fünf verschiedene Tools zu installieren und zu testen. Das Search-Team umfasste neben Sasan Sepahbodi zwei Geschäftsführer sowie zwei Mitarbeiter aus den Fachbereichen, die die Lösungen aus Anwendersicht testeten. Die Anforderungen waren klar: Die Mitarbeiter wünschten sich eine intuitiv bedienbare Software, um Dokumente einfach und schnell zu finden. Aus IT-

Sicht sollte die Lösung die Webtechnologie unterstützen, weil eine Client-Installation aufgrund des hohen Administrationsaufwands und der großen Anfälligkeit von Clients nicht in Frage kam. Zudem sollten die Index-Dateien eine gewisse Größe nicht überschreiten, um eine einfache Handhabung und Sicherung zu gewährleisten. Datensicherheit und Datenschutz spielten ebenfalls eine große Rolle.

Und nicht zuletzt war die einfache Skalierbarkeit durch das Lizenzmodell ein entscheidendes Kriterium.

„Es war damals bereits klar, dass wir bei Bedarf die Lösung später auch unseren anderen Standorten zugänglich machen wollen. Dies sollte zu gegebener Zeit ökonomisch tragbar sein“, erläutert der Systemadministrator. Ferner war es der Beratungsgesellschaft wichtig, dass es keine Begrenzung der Index- oder Dokumentenzahl gibt. „Einige Anbieter verweigern die Einsicht in ihre Technologie. Dadurch hat man es mit einer Blackbox zu tun und ist in hohem Maße abhängig. Das kam für uns nicht in Frage“, so Sepahbodi.

IT made in Germany

Die Entscheidung fiel schließlich auf den xfriend enterprise Server. Die transparente Enterprise-Search-Lösung wird von der xdot GmbH in Münster entwickelt, einer Tochter der Convotis AG. Der Hersteller gewährleistet, dass sämtliche deutschen Datenschutzrichtlinien eingehalten werden und keine Daten aus dem Unternehmen nach außen gelangen können. „Die Installation des Servers und die Inbetriebnahme dauerten nur wenige Tage. Die Erstellung des Index benötigt zu Anfang etwas Zeit, da einmalig sehr viele Daten indexiert werden“, beschreibt Sasan Sepahbodi das Vorgehen. Unterstützt wurde er dabei telefonisch und über Remotezugriff durch den Support des Herstellers.

Trotz der rund 720 Gigabyte Daten am Standort Stuttgart hat der Index lediglich eine Größe von 17 Gigabyte. Dadurch ist die Suche über alle Quellen und Formate für die Mitarbeiter deutlich schneller, als wenn sie im ursprüngli-

chen Datenbestand suchen würden. Zudem erleichtert die recht geringe Größe die Verwaltung und Sicherung der Index-Dateien.

Einsatz ohne Schulung

Ein weiterer großer Vorteil der unternehmensinternen Suchmaschine neben der schnellen Installation: Sie ist intuitiv bedienbar, so dass eigentlich keine Schulungen notwendig sind. „Zur Bekanntmachung des Tools gab es Veranstaltungen in der Mittagspause, bei denen uns die wichtigsten Funktionen kurz vorgestellt wurden“, so Rafael Gaida. „Die Enterprise-Search-Lösung ist so einfach, dass wir sie sofort nutzen konnten und mittlerweile nicht mehr missen möchten.“

Neben der Volltextsuche ist in xfriend auch eine Suche über Metadaten wie Autor oder Datum möglich. In der Trefferliste werden die Dateinamen, ein kurzer Auszug des jeweiligen Dokuments und die Pfadangabe angezeigt. Per Klick können die Anwender das gewünschte Dokument im Original sofort öffnen und bearbeiten sowie die Trefferlisten speichern, exportieren, versenden und drucken. Zudem können die Suchergebnisse weiter eingegrenzt und somit verfeinert werden.

Große Dateien sind bei Ebner Stolz Mönning Bachem keine Seltenheit. Während viele Search-Lösungen nur die ersten 10.000 oder 100.000 Wörter in einer PDF-Datei berücksichtigen, indexiert xfriend das gesamte Dokument. Sehr beliebt ist auch die Suche in E-Mails und angehängten Dateien sowie nach Fotos oder eingescannten Dokumenten. Dank der integrierten Texterkennung (OCR) können die Nutzer solche Dokumente nicht nur anhand des Dateinamens oder mit Schlagworten wiederfinden, sondern auch über den Inhalt.

Integration des CRM

Im Juli 2009 wurde xfriend von der 32Bit- auf die 64Bit-Version umgestellt, was eine noch bessere Suchperformance bei großen Datenmengen ermöglicht.

Seitdem stellen auch die riesigen Excel-Dateien mit bis zu 140 Megabyte bei der Indexierung kein Problem mehr dar.

Weitere Ergänzungen sind bereits geplant. Der Enterprise-Search-Anbieter xdot arbeitet derzeit gemeinsam mit dem Hersteller daran, einen Konnektor für das CRM-System zu entwickeln. Anders als bei einem Federated-Search-Konnektor, der die Suchanfrage lediglich an das CRM weiterleitet, sollen die Inhalte des CRM künftig in die übergreifende Suche integriert werden.

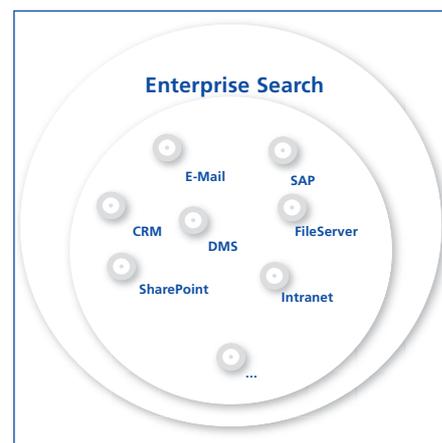
„Die umfassende und übersichtliche Suchmaske von xfriend ist für die Arbeit mit dem von uns eingesetzten CRM eine große Bereicherung. Die Nutzer können die Suchanfrage nach Relevanz sortieren. Schnell und zuverlässig liefert xfriend die gewünschten Ergebnisse aus dem CRM-System und ermöglicht sogar eine grafische Vorschau (Thumbnail) der Treffer“, beschreibt Sasan Sepahbodi den erweiterten Einsatz der Enterprise-Search-Lösung.

Einheitliche Suchoberfläche

Durch die Anbindung an das CRM können die Mitarbeiter von Ebner Stolz Mönning Bachem künftig mit einer einheitlichen Suchoberfläche arbeiten: xfriend. Dank des Konnektors sind sie in der Lage, darüber Dokumente und E-Mails im Archiv des CRM zu durchsuchen. Diese Daten werden von der Enterprise-Search Lösung ebenfalls indexiert.

Beim Klick auf einen Treffer aus dem CRM öffnet die Enterprise-Search-Lösung die passende Maske des CRM. Zudem stehen auch alle Standardfunktionen wie Hitmarkx, Drucken der Trefferliste, Texterkennung (OCR) und viele weitere Features zur Verfügung. Damit niemand unberechtigterweise Zugriff auf Daten erhält, übernimmt die Lösung automatisch die Zugriffsrechte des CRM.

„Unsere Mitarbeiter setzen xfriend sehr gerne ein und sind von der einfachen Bedienungsweise und den Ergebnissen begeistert. Sie sparen damit kostbare



Zeit – eine Tatsache, von der auch unsere Mandanten profitieren“, ist Partner Hans-Dieter Harm überzeugt. Die guten Erfahrungen mit der Enterprise-Search-Lösung im Stuttgarter Büro haben sich herumgesprochen – mittlerweile nutzen auch die 100 Kölner und 20 Mitarbeiter in Bonn sowie die 70 Kollegen am Standort Solingen die unternehmensinterne Suche.

Buchtipps:

Datenflut – Fluch oder Segen?

Ein Buch von Jürgen Lange
Gebundene Ausgabe: 200 Seiten
Verlag: Frankfurter Allgemeine Buch
Auflage: 1 (6. Juli 2009)
ISBN: 3899811968

Kontakt

CONVOTIS AG
IT für die Praxis. Erfolg für den Mittelstand.

Convotis AG
Lyoner Str. 11a
60528 Frankfurt
Tel.: +49 (0) 69 - 677 290 60
Fax: +49 (0) 69 - 677 290 88
E-Mail: info@convotis.de
www.convotis.de

Massive Beschleunigung von Datenanalysen

Riesige Datenmengen aus unzähligen Quellen und in unterschiedlicher Granularität zeitnah zu analysieren ist eine der Kernkompetenzen von IMS Health, dem führendem Marktforschungsunternehmen für die Pharma- und Gesundheitsindustrie. Der Anbieter entschied sich vor drei Jahren für ein hochskalierbares Datenbankmanagement-System, das die Performance zur Erstellung der Analysen einzelner Datenbestände um bis zu Faktor 80 steigern konnte.

Die Herausforderung

Zur Erschließung, Aufbereitung und analytischer Nutzung neuer Datenquellen wurde auf lokaler Ebene ein leistungsstarkes System benötigt, um große Datenmengen in ein Data Warehouse zu laden, zeitnah zu analysieren und ad hoc in entsprechenden Strukturen auszugeben. Darüber hinaus musste das eingesetzte System hochskalierbar sein, denn es kamen neue Datenlieferanten hinzu, was einherging mit ständig steigenden Datenvolumina und eine Integration verschiedener Datenquellen erforderte. Um diese Aufgaben professionell zu meistern, setzte IMS Health auf ein breites Produktportfolio mit verschiedenen Hardware, Datenbanken und Client-Server-Applikationen. Den speziellen, lokalen Bedürfnissen Rechnung tragend ergab sich die Notwendigkeit, ein alternatives System zu finden, auf dem Prototypen für neue, innovative Projekte und Produkte entwickelt werden konnten, ohne jedoch die Kosten massiv in die Höhe zu treiben.

Die Lösung

Als IMS Health vor drei Jahren die In-Memory-Cluster-Datenbanktechnologie von der EXASOL AG aus Nürnberg testete, erhielt die deutsche Firma die

Möglichkeit, die Leistung ihres Produkts EXASolution mit einem Proof-of-Concept unter Beweis zu stellen. Die Lösung brachte eine um bis zu Faktor 80 höhere Performance als die vorhandenen Client-Server-Systeme. Die Einführung der Lösung verlief reibungslos und nach etwa sechs Wochen stand das System für die erste produktive Nutzung bereit. Der Nürnberger Anbieter führte zunächst einen dreiwöchigen Stresstest auf einem Datenvolumen durch, das mit den Anforderungen der Marktforscher vergleichbar war, und setzte dann bei IMS Health den Cluster mit der Datenbanklösung auf. Auf Wunsch von IMS Health implementierte der Datenbankanbieter zwei wichtige Features: Es wurde eine zusätzliche Funktion im ETL- (Extraction Transformation Loading) Bereich integriert, die es ermöglicht, Dateien im FBV-Format in die Datenbank performant zu laden. Darüber hinaus wollte IMS Health in der Lage sein, eigene Client-Applikationen zu programmieren und über native Schnittstellen auf die Datenbank zuzugreifen. Die Bereitstellung eines Client-SDK (Software Development Kit) machte diese Anforderung möglich.

Das Data-Warehouse-System bestand zunächst aus fünf Servern mit Intel Xeon-CPU's, von denen einer als Stand-by für die Ausfallsicherheit sorgte. Die Prozesse der Befüllung konnte der Projektleiter bei IMS Health mit einem dreiköpfigen Team nach einer Schulung von EXASOL binnen sechs Wochen selbst durchführen. Das Team definierte die Strukturen für die Daten, konfigurierte das Sicherheitskonzept und stellte die Integration in die IT-Infrastruktur des Rechenzentrums sicher. Sehr wichtig war das Aufsetzen der Validierungsprozesse, das heißt die Implementierung der Regeln, nach denen die Daten validiert bzw. aufbereitet werden, bevor sie aus dem System extrahiert und für die Analysen und weiterführenden Systeme bereitgestellt werden. Zuletzt musste das Team noch die verschiedenen Ab-

fragen, Reports, Extrakte und Datenauschnitte programmieren, die in der Produktion verwendet werden. Bestimmte Prozesse und Analysen verlangen den Aufruf von kompletten Datenbeständen in der Größe von mehreren hundert Gigabyte, was sehr hohe Ansprüche an die Leistungsfähigkeit des Systems stellt. Deshalb musste das neue System die Nutzer in die Lage versetzen, die Performance Ihrer Prozesse und Programme signifikant zu erhöhen und dabei die Kosten niedrig zu halten.

Vorteile auf einen Blick:

- Leistungsstarkes Datenmanagement für vielschichtige Ad-hoc Abfragen
- Echtzeit-Auswertungen auf unbegrenzten Datenmengen
- Skalierbarkeit durch Hinzunahme neuer Server bei steigenden Anforderungen oder größerer Datenmenge
- Reduzierte Betriebskosten durch einfache Integration und Administration

Kontakt

EXASOL

EXASOL AG
Olga Mendscheritski
Neumeyerstr. 48
90411 Nürnberg
Tel.: 0911/23991267
Email: olga.Mendscheritski@exasol.com

Wussten Sie, dass Ihre Mitarbeiter in Wirklichkeit Seismographen sind?

Seismographen mit einem feinen Gespür für die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens.

CoreX ist ein methodisch fundiertes Werkzeug, mit dem wir dieses Gespür in konkrete Aussagen übersetzen.

Aussagen, mit denen Sie die Weichen richtig stellen können.

Mehr erfahren Sie unter www.imk-sturz.de/corex

Die Zukunftslandkarte – mehr Sicherheit bei Entscheidungen

Schneller Wissenszuwachs, beschleunigte Entwicklungen bei Technologien und Innovationen sowie individuellere Kundenwünsche steigern die Komplexität, die Unternehmen bewältigen müssen. Reagieren auf Veränderungen reicht oft nicht mehr aus, „vorausschauendes Fahren“ wird deshalb zur Notwendigkeit.

Die Zukunftslandkarte ist eine Methode, um Trends in ihrem Wirkzusammenhang zu verstehen und damit eine mögliche Zukunft zu beschreiben. Die Beziehungen zwischen relevanten Trends werden dazu ausgewertet und mögliche Konsequenzen sichtbar gemacht. Mit dem Bild einer denkbaren Zukunft auf die Gegenwart zurückzublicken, gibt frühzeitig Einsicht in bevorstehende Veränderungen im Unternehmensumfeld. Ergebnis ist ein neues Zukunftsverständnis für Geschäfts- und Wissensstrategien sowie neue Ideen für Geschäftsmodelle, Innovationen und Patente.

Zeitreise in eine denkbare Zukunft

„Prognosen sind schwierig, besonders wenn sie die Zukunft betreffen.“ Diese Aussage bildet häufig die Grundlage für die Argumentation, dass es nicht effizient sei, sich intensiver mit der Zukunft zu beschäftigen. Aus dem privaten Bereich kennen wir jedoch Modelle, die genau darauf basieren, für eine grundsätzlich denkbare Zukunft Vorsorge zu treffen. Dazu gehören insbesondere Kranken- und Rentenversicherungen. Die erste deckt nicht auszuschließende Gesundheitsrisiken ab, während die andere auf der optimistischen Annahme basiert, dass wir sehr alt werden.

Wie sich die Zukunft im Detail zu bestimmten Zeitpunkten entwickeln wird, lässt sich zweifellos nicht vorhersehen. Dennoch sind bestimmte Entwicklungen innerhalb einer abschätzbaren Bandbreite so vorgezeichnet, dass ihr

Eintreten wahrscheinlicher ist, als das alternativer Szenarien. Beispiele dafür sind verbrauchsabhängige Reichweiten von Rohstoffen, die zeitliche Verfügbarkeit von Technologien, demographische Prognosen oder der zukünftige regionale Bedarf an Nahrungsmitteln, Trinkwasser und Energie.

Für die Zukunftslandkarte werden längerfristige Trends identifiziert und in ihrer Wirkung zu einem Bild einer denkbaren Zukunft verknüpft. Damit wird ein Blick zurück auf unsere Gegenwart möglich – methodisch betrachtet ist dies eine Retropolation, sozusagen eine virtuelle Zeitreise aus der fernen Zukunft zurück in die Gegenwart. So bekommen wir zwangsläufig einen anderen Eindruck von dem, was vor uns liegt, als bei einer Extrapolation, die vor allem Vergangenheitserfahrungen in die Zukunft fort-schreibt.

Der besondere Nutzen der Zukunftslandkarte besteht darin, dass die mit der Erstellung verbundene Zeitreise in unserem Gehirn Erfahrungen hinterlässt, die uns bei zukünftigen Entscheidungen als Wissensvorsprung zu Verfügung stehen.

Der Weg zur Trendsammlung

Eine kurze Skizze beschreibt den Projekttablauf: Startpunkt ist die Definition des Betrachtungsrahmens. Damit wird festgelegt auf welche Branchen, Märkte, Technologien und auf welchen Zeitraum die Trendsuche fokussiert wird.

Für den nächsten Schritt wird für diesen Rahmen in einem Projektteam eine Charakterisierung erarbeitet. Aus den verschiedenen Blickwinkeln der Teammitglieder werden bekannte Informationen, wichtige Fragen und spontane Ideen in Form von Mind-Maps gesammelt. Damit werden die Filter für unsere Wahrnehmung neu justiert. Denn unsere Aufnahmefähigkeit für Neues ist dann

am größten, wenn wir eine Vielzahl offener Fragen kennen, auf die wir Antworten suchen.

Bewährte Quellen für die nun folgende Trendsammlung sind zielgerichtete Internet-Recherchen, Fachliteratur in Form von Büchern und Magazinen sowie interdisziplinäre Expertengespräche. Verfügbare Zukunftsstudien erweitern die Datenbasis für Auswertungen.

FENWIS kann für seine Kunden aus einer bestehenden Trenddatenbank eine speziell erstellte Trendauswahl zur Projektarbeit beisteuern und damit diese Phase inhaltlich unterstützen und verkürzen.

Von Trends zu Zukunftslandkarten

Wie die gesammelten Trends gegliedert werden, ist abhängig vom Projektumfang – von Trendkarten, die gemeinsam geclustert werden, bis hin zum Aufbau einer länger nutzbaren Trenddatenbank reicht hier das Spektrum.

Meist ist es zunächst sinnvoll gängige Themenbereiche wie Wirtschaft, Kunden, Wettbewerb, Gesellschaft/Politik, Umwelt und Technologien als Struktur zu verwenden. Sie wird dann projektspezifisch erweitert oder untergliedert.

In der Analysephase werden prägende Mega-Trends identifiziert, die großen Einfluss auf die zukünftige Entwicklung haben. Ergänzt wird diese Sicht durch Trends, die verstärkend oder hemmend wirken. Wichtig ist hier die intensive Team-Kommunikation. Einschätzungen zu den Trendwirkungen werden ausgetauscht und diskutiert, um ein umfassendes Bild der Wirkzusammenhänge zu gewinnen.

Mit dieser Basis werden nun Zukunftsbilder entworfen, die Zukunftsmärkte und Geschäftsoptionen beschreiben. Neue Ideen entstehen für Produkte, Dienstleistungen und Lösungen. Auch für strategische Überlegungen zu Vision/Mission, Geschäftsmodellen, Patenten und Wissensbedarf werden neue Beiträge gewonnen.

Für die Ableitung von Schlussfolgerungen bewährt sich eine Matrix für kurz-, mittel-, langfristige Konsequenzen. In

Anlehnung an die Szenario-Technik bietet es sich an, für robuste Entwicklungen Master Actions zu definieren. Falls noch nicht erkennbar ist, welche Richtung eine technologische Entwicklung in 5 Jahren nehmen wird, ist es dennoch hilfreich Entscheidungen für die nächsten 2 Jahre an der grundsätzlichen Verfügbarkeit dieser Technologie auszurichten. Die Anpassungen an erst später verfügbare Details finden dann im Rahmen regelmäßiger Strategie-Überprüfungen statt.

Die Stärken der Methode

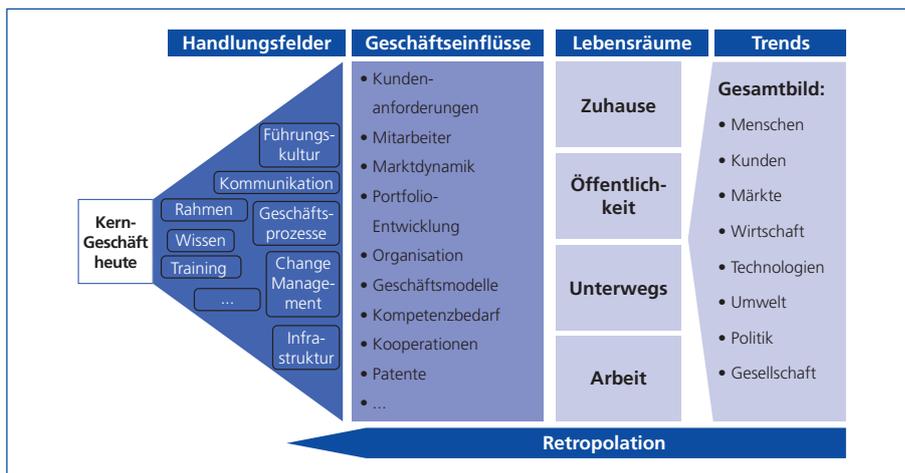
Ein wesentlicher Anknüpfungspunkt für die Zukunftslandkarte ergibt sich aus Ergebnissen der Hirnforschung. Unser Gehirn besitzt erstaunliche Fähigkeiten in der Verarbeitung und Filterung großer Datenmengen. Allerdings passiert die Filterung der Daten erfahrungsbasiert, was dazu führt, dass sie für jeden einzelnen Menschen sehr subjektiv erfolgt. Fazit: Wir nehmen bevorzugt das war, was wir auf der Grundlage unserer Erfahrungen und Prägungen erwarten.

Für Zukunftstrends bedeutet dies, dass die Kombination verschiedener Sichtweisen die gewohnten Erwartungen in Frage stellt. Erst im Team wird es möglich die individuell gewohnte, erfahrungsbasierte Extrapolation zu verlassen und den Freiraum für Zukunftsbilder zu schaffen.

Der Nutzen der Zukunftslandkarte

Teams verbinden unterschiedliche Blickwinkel und Erfahrungen der Mitglieder zu einem neuen Gesamtbild der Gruppe. Durch intensive Diskussion verändern sich bei allen Beteiligten die Wissensbasis und die Erwartungen an eine wahrscheinliche Zukunft. Aus schlagzeilenartig bekannten Trends wird ein charakteristisches Wirkungsnetzwerk für morgen. Bei Entscheidungen verringert sich die Gefahr der „Monokausalitis“ – einer eiligen Entscheidung auf Basis einer erkannten Ursache. Gute Entscheidungsvorbereitung basiert heute mehr denn je auf einer gesamtheitlichen Betrachtung eines Themenfeldes.

Eine gängige Darstellung illustriert diese Aussage:



Elektroautos verursachen kein CO₂, deshalb sind sie die richtige Lösung für die zukünftige Mobilität.

Wichtig ist jedoch, wie der Strom erzeugt wurde, mit dem ein Elektroauto fährt. Legen wir für Deutschland den heutigen Strommix zugrunde, müssen wir feststellen, dass darin der Anteil fossiler Energien heute knapp 50% beträgt. Die Folge ist, dass ein Smart ForTwo electric drive mit seinem Stromverbrauch einen CO₂-Ausstoß von 71 g/km verursacht. Der Vergleichswert für einen Smart mit Dieselantrieb sind 86 g/km bei gleichzeitig 33% mehr Leistung. Elektroautos senken die CO₂-Emission also erst bei einem hohen Anteil nicht-fossiler Stromerzeugung deutlich ab. Zusätzlich werden nach heutiger Technologie Lithium-Ionen-Akkus eine Schlüsselkomponente von Elektroautos darstellen. Prüfen wir, wo die notwendigen Lithium-Mengen zukünftig verfügbar sind, stellen wir fest, dass wir in eine neue Abhängigkeit geraten werden. Denn statt wie beim Öl auf die OPEC-Staaten angewiesen zu sein, sind wichtige Lieferanten dann Länder mit großen Lithiumvorkommen, z.B. Argentinien, Bolivien und China.

Teamarbeit ist Erfolgsfaktor

Mindestens so wichtig wie das Ergebnis der Zukunftslandkarte ist der intensive Gedankenaustausch der Beteiligten bei deren Erstellung. Die Summe der Kompetenzen und Blickwinkel der Mitarbeitenden fließt über die gemeinsame Diskussion in die Vernetzung und Bewertung der Trends ein. Die Wahrnehmungsfilter der

Einzelpersonen werden so nicht zu Hindernissen bei der Erststellung eines Zukunftsbildes, sondern die Gruppendynamik sorgt für aktive Wissensflüsse, die das Herstellen bisher unbekannter Zusammenhänge ermöglichen. Außerdem wird durch die Zeitreise eine gemeinsame Sichtweise erarbeitet, die auch zukünftige Gespräche und Entscheidungsvorbereitungen deutlich effizienter und fundierter gestaltet.

Wer sich frühzeitig auf eine Zukunft vorbereitet, die kommen kann, ist auch besser für die gerüstet, die morgen kommen wird. Zum Zeitpunkt von Entscheidungen können die Beteiligten schon auf „vorgedachtes Erfahrungswissen“ zurückgreifen und so sicherer, umsichtiger und schneller handeln.

Quelle

zu den Daten des Smart ForTwo:
<http://www.jatrofuels.com/302-0-Energie-+und+CO2-Bilanz+von+Elektroautos.html>

Kontakt



FENWIS GmbH – Thomas Strobel
 Postfach 1525 – 82120 Gauting
 Tel.: 089/89 35 77 98
 E-Mail: thomas.strobel@fenwis.de
www.fenwis.de

Kundenorientierung im berufsbegleitenden Master Wissensmanagement

Wissenschaftlich fundierte & praxisorientierte Qualifikation im Wissensmanagement



Immer mehr Unternehmen und Organisationen erkennen den Wert von Information und Wissen für ihren Unternehmenserfolg. Um Informations- und Wissensmanagement zu nutzen, implementieren sie entsprechende Funktionen bzw. Einzelaspekte in den Unternehmensablauf. Dadurch verändern sich die Aufgaben von Mitarbeitern, die häufig ohne eine zusätzliche Qualifikation in die Rolle von Informations- und Wissensmanagern hineinwachsen.

Schaut sich der angehende Wissensmanager nach geeigneten Qualifikationsmöglichkeiten um, so findet er eine Fülle von Seminarangeboten und Fortbildungskursen zu Einzelaspekten des Informations- und Wissensmanagement. Für ein umfassendes Programm, das ihn grundlegend und ganzheitlich für die Funktion des Wissensmanagers qualifiziert, findet er kaum Angebote.

Die Fachhochschule Hannover (FH Hannover) schließt mit dem Masterstudiengang Informations- und Wissensmanagement diese Lücke.

Seit 2006 bietet die FH Hannover eine wissenschaftlich fundierte Qualifikation für Wissensmanager an. Im Laufe von fünf Semestern werden die für das Wissensmanagement wichtigen Kompetenzen vermittelt. Sowohl Theorie- als auch Praxiswissen zum Informations- und Wissensmanagement sind auf dem neuesten Stand. Das Studium ist darüber hinaus ganzheitlich ausgerichtet und berücksichtigt gleichermaßen die Aspekte Mensch, Organisation und Technik. Die Absolventen erlangen über das berufs begleitende Studium einen formal anerkannten Abschluss als Master (Master of Arts).

Inzwischen liegen praktische Erfahrungen aus zwei Jahrgängen vor. Der dritte Jahrgang startete im Oktober 2010.

Ergebnis ist ein Studiengangskonzept, das inzwischen als Best Practice für die Konzeption neuer Programme herangezogen wird.

Im Folgenden sollen die Grundsätze, die für die grundlegende Konzeption maßgebend waren, dargelegt und erläutert werden.

Die Grundsätze lassen sich im Wesentlichen auf drei Aspekte konzentrieren:

1. Angebot einer wissenschaftlich fundierten und praxisorientierten Qualifikation im Wissensmanagement
2. Erfüllung von Qualitätsstandards
3. kundengerechte Gestaltung des Programms

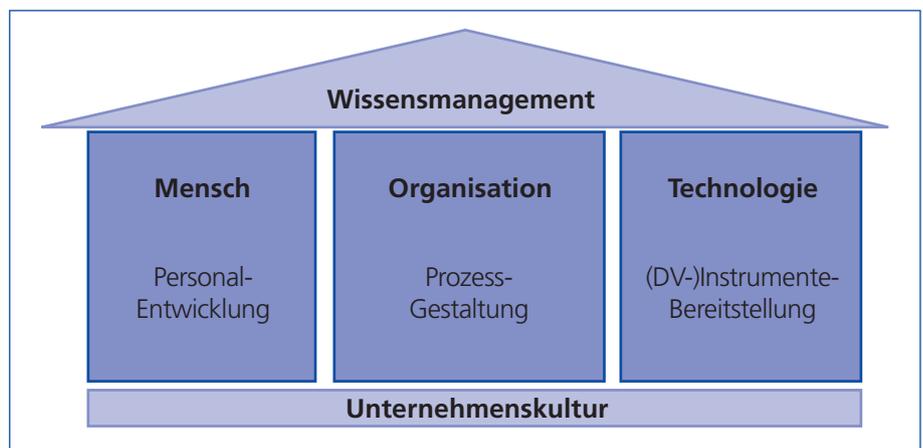
Im nächsten Schritt wird aufgezeigt, wie die Umsetzung der Grundsätze und die praktische Ausgestaltung – auch in Zusammenarbeit mit den bisherigen Studierenden – erfolgte:

Mit dem Masterprogramm wird eine wissenschaftlich fundierte Ausbildung in der Disziplin Wissensmanagement angeboten. Grundlage hierfür ist eine Kombination aus Theorie nach dem neuesten Stand der Wissenschaft und anwendungsorientierter Praxis.

Verantwortlich hierfür ist ein Team aus hauptamtlichen Lehrenden der Fakultät und Gastdozenten. Diese sind zum einen Experten aus der Praxis des Wissensmanagements und zum anderen Wissenschaftler, die Themen aus ihren aktuellen Forschungsprojekten einbringen. Wo immer möglich werden im Studium selbst Tools und Methoden des Wissensmanagements aktiv eingesetzt: sei es das E-Learning als Lern- und Arbeitsform, die Arbeit in virtuellen Teams, der Aufbau eines Content-Management-Systems, der Einsatz von Social Media für das persönliche Wissensmanagement, die Durchführung von Lessons learned z.B. für die Weiterentwicklung des Studiengangs.

Darüber hinaus erhalten alle Master-Studierenden die Gelegenheit (und finanzielle Unterstützung), an Fachtagungen teilzunehmen, wie z.B. an den Wissensmanagement-Tagen 2010 in Stuttgart. Damit bietet sich ihnen nicht nur ein Einblick in die jüngsten Entwicklungen sondern insbesondere die wichtige Möglichkeit des Networking im (künftigen) Berufsfeld.

Der Einsatz adäquater IT-Infrastruktur, Medienausstattung und Informationsver-



sorgung an der FH Hannover bietet die Voraussetzung für moderne Wissensmanagement-Tools und IT-Anwendungen.

Qualitätsstandards

Die Erfüllung von Qualitätsstandards erfolgt dadurch, dass der Master als anerkannter akademischer Abschluss häufig für die Übernahme von Leitungsfunktionen in der Berufspraxis vorausgesetzt wird. Andererseits eröffnet er den Zugang zur Promotion und damit den Einstieg in eine wissenschaftliche Laufbahn.

Die Qualität hinsichtlich der Inhalte, Lehr- und Lernmethoden, Dozenten, Beratung und Betreuung wird intern durch studentische Evaluation gesichert. Die Reakkreditierung des Studiengangs als externe Qualitätssicherung ist in Arbeit.

Die 2010 durchgeführte Befragung der Absolventen und Studierenden des zweiten Jahrgangs sowie eine extrem niedrige Abbrecherquote zeugen für eine sehr hohe Zufriedenheit mit dem Weiterbildungsstudium. Alle Befragten empfehlen das Programm weiter und würden es wieder studieren.

Kundenorientierung

Mit der Einführung eines Weiterbildenden Studiengangs spricht die Fachhochschule Hannover eine neue Zielgruppe an. Da die Studienorganisation der „normalen“ Vollzeitstudiengänge hier nicht übertragbar ist, löste sich die Fakultät von bestehenden Konzepten und entwickelte das Programm vollständig neu aus der Kundenperspektive heraus. Es entstand ein berufsbegleitender Teilzeit-Studiengang, der Präsenzphasen und E-Learning mit einander kombiniert, und sich dadurch mit einer Berufstätigkeit verbinden lässt. Terminierung und Abstand der Präsenzphasen (alle drei Wochen Donnerstag bis Samstag ganztägige Präsenzphasen in Hannover) sind aus den Erfahrungen des ersten Jahrgangs erwachsen und haben sich inzwischen bei den Studierenden, die aus ganz Deutschland anreisen, bewährt. Die Präsenzphasen werden ca. drei Monate vor Semesterbeginn festge-



Daten – Informationen – Wissen

legt, so dass die berufstätigen Studierenden Planungssicherheit haben. Die Lehrinhalte orientieren sich sowohl an dem Vorwissen als auch am beruflichen Umfeld und dem Tätigkeitsbereich der Studierenden. Drei Pflicht-Module vermitteln die Kernkompetenzen für die angehenden Wissensmanager (s. Abb. 2 Studienstruktur). Über Wahlpflichtmodule können Wissensdefizite ausgeglichen oder auch spezielle Aspekte des Wissensmanagements vertieft werden (z.B. im Bereich der Sprach- und Wissensverarbeitung). Dadurch ermöglicht das Curriculum den Teilnehmern eine individuelle Profilbildung entsprechend ihrer persönlichen Ziele bzw. der angestrebten Position.

Die Masterstudierenden erleben schnelle Lernergebnisse und -fortschritte und sind durch die praktische Umsetzbarkeit des erweiterten Wissens motiviert. Die kleine Lerngruppe unterstützt das selbstgesteuerte Lernen und das Lernen von einander (Wissensaustausch) in idealer Weise sowohl in der Diskussion mit dem Dozenten in der Präsenzlehre als auch bei der Arbeit im virtuellen Team. Die semesterbegleitenden Prüfungen sind in der Regel in die Präsenzlehrveranstaltungen integriert (Präsentation statt Klausuren) oder dienen der individuellen Forschungsvertiefung (z.B. als Hausarbeit oder IT-Arbeit).

Auch die Beratungsangebote spiegeln ein hohes Maß an Kundenorientierung: vor der Bewerbung, bei der Organisation von Berufstätigkeit und Studium, während des Studiums und in der Abschlussphase (Erarbeitung der Master-

thesis) erfolgt eine zeitnahe Beratung durch einen zentralen Ansprechpartner. Eine wertvolle Ergänzung ist die Beratung aus studentischer Perspektive durch Studierende und Teilnehmer des vorjährigen Jahrgangs.

Was sich beim Master Informations- und Wissensmanagement so gut bewährt hat, soll nun als Best Practice an der FH Hannover für die Planung weiterer berufsbegleitender Studienprogramme zu Rate stehen. Wir sind gespannt, welche neuen inspirierenden Ideen dabei entstehen und freuen uns über Ihr Feedback!

Weiterführende Informationen zum Masterprogramm finden Sie unter: <http://www.fakultaet3.fh-hannover.de/>

Kontakt

 Fachhochschule Hannover
University of Applied Sciences and Arts

Prof. Dr. Gudrun Behm-Steidel
Fakultät III – Medien, Information und Design (MID)
Abt. Information und Kommunikation (IK)
Fachhochschule Hannover –
University of Applied Sciences and Arts
Lehrgebiet Informations- und Bibliotheksmanagement
Koordination Master Informations- und Wissensmanagement
Expo Plaza 12
30539 Hannover
eMail: gudrun.behm-steidel@fh-hannover.de
<http://behm-steidel.fh-hannover.de>

Doctor 3.0: Medizinisches Wissen im globalen Netzwerk



Von der Informationsplattform zur Knowledge Community: Das International Team for Implantology ITI ist ein internationales und multidisziplinäres Experten-Netzwerk von Zahnärzten und Kieferchirurgen mit weltweit mehr als 8'000 Mitgliedern. Nachfolgend soll aufgezeigt werden, mit welchen Konzepten und Technologien aus dem ursprünglich relativ statischen Informationsportal des ITI eine offene, dynamische Plattform entstehen konnte, die durch ihre Funktionalitäten und Anwendungen laufend neues Wissen aus der Community generiert.

Als unabhängige wissenschaftliche Organisation unterstützt das ITI (www.iti.org) die Erweiterung des Wissens in der oralen Implantologie und der dentalen Geweberegeneration. Es fördert aktiv die Vernetzung und den Informations-

austausch und hat seit seiner Gründung 1980 bedeutend zum wissenschaftli-

„Mit der finebrain™ ClusterSearch-Technologie bieten wir unseren Ärzten mit einem Klick die aktuellsten wissenschaftlichen Informationen in der dentalen Implantologie.“

Dr. Friedrich Buck, Executive Director, International Team for Implantology

chen Fortschritt in der Implantattherapie beigetragen.

Die finebrain AG ist als langjähriger Partner des ITI mit der Realisierung von online-Lösungen betraut, die die Organisation in ihrem primären Ziel, der Bereitstellung und Verbreitung von fachspezifischen Informationen und Wissen im Bereich der oralen Implantologie, unterstützen.

Das geschlossene Informationsportal

In der ersten Phase war die online Member-Plattform des ITI als relativ statisches Ressourcenportal in Betrieb, die den verschiedenen Benutzergruppen über eine rollengesteuerte Wissensstruktur (Taxonomie) basierend auf der finebrain-Technologie Inhalte zielgruppenspezifisch zur Verfügung stellte. Obwohl es sich bei diesem online-Angebot um eine konzeptionell und technologisch ausgereifte Lösung handelte, blieb der Nutzungsgrad der Plattform hinter den Erwartungen zurück. Einer der Hauptgründe hierfür war der Umstand, dass die Aktualisierungszyklen der ITI-eigenen Informationen relativ gross sind und die Nutzer bei wiederholten Besuchen der Plattform jeweils mehrheitlich dieselben Inhalte vorfinden. Dies senkte langfristig die Attraktivität des Informationsangebots für bestehende Nutzer.

Die dynamische Einbindung externer Inhalte

Eine zentrale Massnahme zur inhaltlichen Belebung der Plattform stellte die Einbindung von finebrains Federated Search und Clustering-Technologie dar. Neben der dynamischen Gruppierung (Clustering) von Suchresultaten erlaubt diese Technologie, parallel externe Quellen in die Suche einzubezie-

hen. Nebst Resultaten aus den diversen internen Repositories werden somit extern gepflegte Ressourcen, wie z.B. PubMed (grösste Literaturdatenbank im Bereich Biotechnologie und Life Sciences), genutzt, die jederzeit hochaktuelle und konfigurierbare Resultate zu den gesuchten Themen liefern und die ITI-Inhalte in den aktuellen Kontext der medizinischen Fachdiskussion stellen.

Die implementierte Federated Cluster-Search greift neben den ITI-internen Inhalten auf fünf weitere Quellen zu: PubMed, Google Scholar, Web (Google, Bing und Yahoo), Google Images (für die Bildersuche) und Youtube (für die Videosuche). Die Einbindung dieser Quellen erhöht nicht nur die Aktualität der gelieferten fachspezifischen Informationen, sondern steigert auch die Attraktivität der online-Plattform in genereller Weise, da die Suchtechnologie auch für Anfragen des täglichen Gebrauchs ein mächtiges (und vollständig werbefreies) Instrument darstellt.

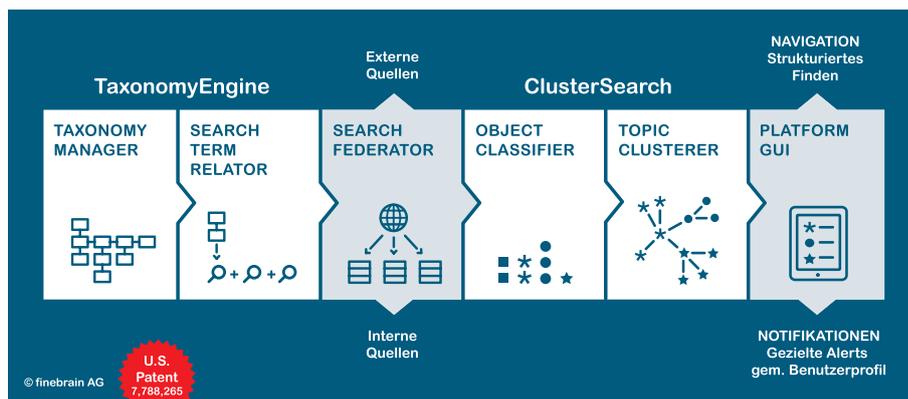
„This is an unprecedented and powerful research tool. Once more Bravo!“

Dr. med. dent. German Gallucci, Director of Oral Implantology, Harvard School of Dental Medicine

Das ITI bietet seinen Kunden damit einen höchst attraktiven „one stop shop“ für umfassendes Fachwissen und erreicht dadurch eine hohe Bindung und Loyalität seiner Mitglieder.

Der intelligente „Motor“ dahinter

Die unterliegende, von finebrain entwickelte und patentierte Suchtechnologie (finebrain™ Enterprise Cluster-Search) verbindet die semantische Strukturierung von Inhalten (z.B. über Taxonomien) mit der Statistik-basierten Methodik leistungsfähiger Suchmaschinen. Mit einem Klick werden dabei alle zum einem Themen-Feld massgeblichen Quellen durchsucht und die gefundenen Objekte automatisch in die Struktur der betreffenden Wissensdomäne klassifiziert („virtual classification“). Dem Benutzer werden in einer sehr intuitiven Bedienungs-oberfläche verschiedene Möglichkeiten angeboten, mit welchen schnell über alle gesuchten Informationen verfügt werden kann: So hat der Benutzer die Möglichkeit, die Informationen nach Quellen oder nach Themen-



„One-Click-to-Information“ Technologie, © finebrain AG 2010

bündeln (Clusters) zu filtern, welche aus dem ersten Resultat-Set dynamisch generiert werden. In der Filterung nach bestimmten Fachbegriffen wird der Anwender durch gezielte Vorschläge unterstützt, welche die ClusterSearch über ihre intelligente „Suggest“-Funktion anzeigt.

Die Knowledge Community

Ein weiterer entscheidender Erfolgsfaktor neben der Attraktivität des Informationsangebots auf online-Portalen ist die Identifikation des Nutzers mit der Organisation, welche diese Dienstleistung zur Verfügung stellt. Zur Förderung der internen Kommunikation des ITI-Netzwerks wurde deshalb neben der ClusterSearch-Technologie eine Social Platform auf der Basis von Liferay Portal integriert. Diese erlaubt es den Nutzern, ihre eigenen Profile zu verwalten, ihr Kontaktnetzwerk zu pflegen und in globalen (Englisch) und nationalen (Landessprache) Foren sowie über persönliche Kommunikationskanäle in einen aktiven Fachaustausch mit anderen ITI-Mitgliedern zu treten.

Die in den Foren stattfindenden fachspezifischen Diskurse, unterstützt durch dynamischen Zugriff auf interne und externe Informationen mittels finebrains Federated Search und Clustering-Technologie, haben zu einem sprunghaften Anstieg der Nutzung des gesamten Portals geführt. Durch die Einbindung der Foren-Diskussionen in die ITI-internen Suchresultate wird der Wissensaustausch sichtbar. Dies regt eine immer breitere Nutzerschaft dazu an, daran

teilzunehmen und das in den Fachdiskussionen abgebildete und diskutierte Wissen durch eigene Beiträge zum Nutzen der gesamten Organisation zu erweitern.

Kontakt



ITI International Team for Implantology
ITI Center
Thomas Kiss,
Head of Knowledge Management
Peter Merian-Weg 10
CH – 4002 Basel
Tel.: +41 (0)61 270 83 83
Email: thomas.kiss@iticenter.ch
www.iti.org

finebrain.com

finebrain AG
Alex Hatebur, Geschäftsführer
Leimenstrasse 29
CH - 4051 Basel
Tel.: +41 (0)61 226 94 10
Email: alex.hatebur@finebrain.com
www.finebrain.com

Prozessorientiertes Wissensmanagement – Wie der Praxis-transfer gelingen kann!

Ein Fallbeispiel aus dem Forschungsprojekt „WivU-Transfer“

Der Anteil des Wissens an der Gesamtwertschöpfung in einem Unternehmen liegt heute meist über 60 %. Unternehmen haben diese Relevanz erkannt: Eine Studie, an der über 2.300 Unternehmen aus Deutschland teilnahmen, belegt, dass neben einer höheren Qualität und dem Angebot maßgeschneiderter Einzellösungen der zielgerichtete Umgang mit Wissen für den eigenen Wettbewerbsvorteil maßgeblich verantwortlich ist. Allerdings ist auf die Relevanz noch nicht angemessen reagiert worden: Empirische Studien belegen, dass ein Mitarbeiter etwa 20 % seiner Arbeitszeit mit der Suche nach dem im Unternehmen vorhanden Wissen verbringt.

Um den deutschen Mittelstand in diesem Handlungsfeld zu unterstützen, hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) die Initiative „Fit für den Wissenswettbewerb“ ins Leben gerufen. In ausgewählten Modellvorhaben werden in mittelständischen Unternehmen und Handwerksbetrieben die Möglichkeiten des Einsatzes von Wissensmanagementkonzepten und -systemen demonstriert. Die Erfahrungen fließen in Wissensmanagementansätze und -lösungen ein und werden derzeit über verschiedene Transferkanäle verbreitet.

Dieser Artikel gibt einen Einblick in das Projekt „WivU-Transfer“ (Förderkennzeichen: 68676, www.wivu-transfer.de). WivU-Transfer beschäftigt sich mit einem prozessorientierten Ansatz des Wissensmanagements, der es einem Unternehmen ermöglicht, Wissen zielgerichtet in Geschäftsprozessen einzusetzen.

Lösungsansatz: Prozessorientiertes Wissensmanagement

Grundannahme im Projekt ist, dass Wissen in den täglichen Geschäftsprozessen entsteht und auch dort von den Mitarbeitern nachgefragt wird. Ausgehend von dieser Annahme wird im Projekt „WivU-Transfer“ sowohl eine Methode zur Einführung von prozessorientiertem Wissensmanagement in kleinen und mittelständischen Unternehmen entwickelt, als auch eine Software zur Verfügung gestellt, die es ermöglicht, Prozesse abzubilden und mit Wissen zu verknüpfen.

In insgesamt elf Anwendungsprojekten werden Methode und Software erprobt und angepasst. Anhand eines Fallbeispiels schildert Ludger Häming, Qualitätsmanagementbeauftragter bei der Laser Bearbeitungs- und Beratungszentrum GmbH (LBBZ) und einer der elf Praxispartner im Forschungsprojekt, seine Erfahrungen, Best- und Worst-Practices bei der Einführung von prozessorientiertem Wissensmanagement bei der LBBZ GmbH.

Fallbeispiel – Prozessorientiertes Wissensmanagement bei der LBBZ GmbH

a) Einleitung

Die LBBZ GmbH ist vor nahezu 20 Jahren als Spin-off aus dem Fraunhofer Institut für Lasertechnik (ILT) in Aachen entstanden. Zu Beginn des Unternehmens bestand das Leistungsangebot in der Materialbearbeitung mittels Laserstrahlung und der dazugehörigen Beratungstätigkeit. Im Laufe der Zeit hat sich das Unternehmen zu einem Systemlieferanten und Partner für eine Vielzahl von Branchen weiterentwickelt. Neben Kunden aus der Automobil- und Luftfahrtindustrie sowie des Schienenfahr-

zeugbaus finden sich auch Referenzen aus dem Maschinen- und Anlagenbau, der Wehrtechnik und des Handwerks im Kundenportfolio. Heute beschäftigt das Unternehmen ca. 50 Mitarbeiter an zwei Standorten, ist nach dem Standard ISO/TS 16949 zertifiziert und hat Zulassungen gemäß DIN 2303.

b) Ausgangssituation

Die Diversifikation des LBBZ auf den oben genannten Märkte bzw. Branchen brachte im Zuge des Wachstums eine neue Herausforderung hinsichtlich der branchenspezifischen Anforderungen mit sich. Da jede Branche im Hinblick auf die Prozesse und die Produktmerkmale ihre eigenen spezifischen Anforderungen hat, müssen diese – üblicherweise in Anwendungsregelwerken kodifiziert – auf die einzelnen Fachabteilungen übertragen sowie im Unternehmen entsprechend mitgeteilt und publiziert werden. Werden über diese regelwerkspezifischen Anforderungen zusätzlich kundenspezifische Anforderungen an den Lieferanten gerichtet, ist die Informationslogistik mit herkömmlichen Informationsstrukturen kaum mehr effizient zu bewältigen.

Die bis dato genutzte EDV-Informationsstruktur bestand aus einer strukturierten Dateiablage auf einem File-Server und einem schwierig zu pflegenden CMS-System mittlerer Akzeptanz. Kurzum, eine häufig in kleinen und mittelständigen Unternehmen (KMU) anzutreffende Summe von Einzellösungen, die eine hohe Gefahr für Redundanzen, Inkonsistenzen oder veralteten Daten, Informationen und Wissen mit sich brachte.

Primäre Motivation für eine Beteiligung im Projekt bestand deshalb darin, vorhandenes Fach- und Normenwissen den Mitarbeitern im Unternehmen zielgerichtet zur Verfügung zu stellen und dessen Nutzung im Kontext der Unternehmensprozesse qualitativ zu verbessern.

Das Forschungsprojekt „WivU-Transfer“ bietet dem LBBZ eine sehr gute Möglichkeit, den Weg hin zu einem gelebten Wissensmanagement mit dem Fokus der Prozessorientierung zu gehen.

c) Mitarbeit im Projekt WivU-Transfer

In der Pilotphase des Projekts wurde mit der Prozessaufnahme „Erstbemusterung“ begonnen, welche im folgenden Bild dargestellt ist.

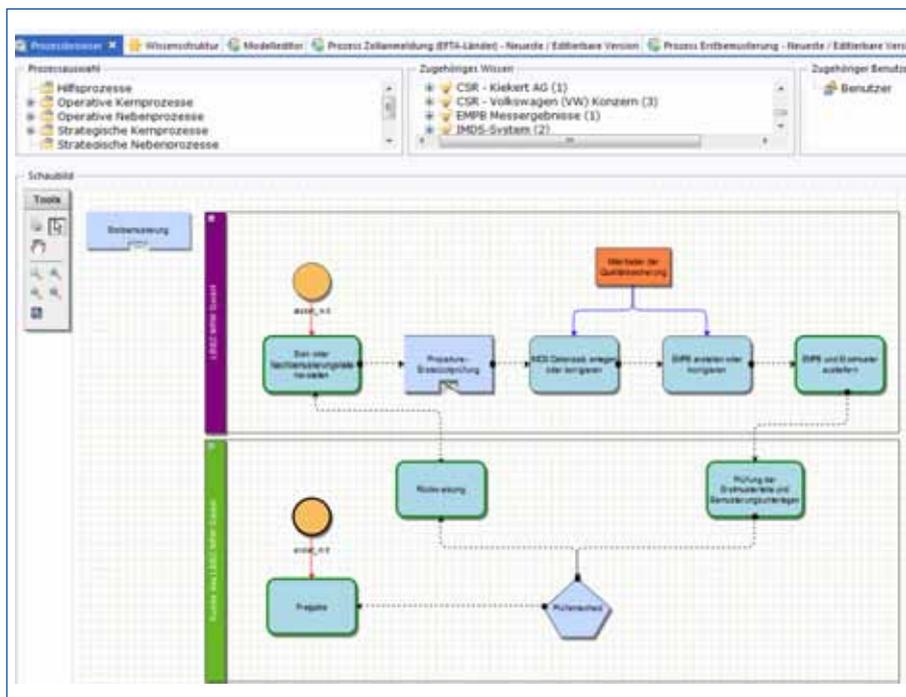
Der prozessorientierte Wissensmanagementansatz und das im Forschungsprojekt entwickelte Tool „ProWim“ ermöglicht es uns dabei zum einen, den Prozess zu visualisieren, und zum anderen, die einzelnen Aktivitäten mit Wissen zu hinterlegen.

Beispiel: Der Mitarbeiter durchläuft den Prozess „Erstbemusterung“. Im Prozessschritt „IMDS-Datensatz anlegen“ benötigt der Mitarbeiter neben den Zugangsdaten für die internationale Materialdatenbank auch umfangreiches Wissen über die verwendeten Werkstoffe. Dieses erforderliche Wissen wird dem Anwender nun vom System kontextbasiert angeboten. Er bekommt exakt nur das Wissen, was er zur Ausführung seiner Tätigkeit wirklich benötigt, statt nach Wissen in tiefen Ordnerstrukturen auf Fileservern und Netzwerklaufwerken suchen zu müssen. Des Weiteren hat er die Möglichkeit, Erfahrungswissen in die integrierte Wikiplattform einzugeben. Von diesem Erfahrungswissen profitiert nicht nur der Mitarbeiter selbst, wenn er den Prozess nach langer Zeit einmal wieder durchläuft, auch seine Kollegen werden bei zukünftigen Bemusterungen von diesen Erfahrungen profitieren und den Prozess der Bemusterung kontinuierlich verbessern können.

d) Erfahrungen

Im Laufe der Einführung des prozessorientierten Wissensmanagements ist mir als Projektleiter u. a. aufgefallen, dass die Auswahl der Mitarbeiter, die die Einführungsphase betreuen, erfolgskritisch ist.

Aus meiner Sicht sollten nur die Mitarbeiter im Unternehmen ausgewählt werden, die der Erfahrung nach neuen Innovationen grundsätzlich positiv gegenüber stehen und ein IT-System oder eine Wissensmanagementinitiative angemessen kritisch bewerten können. Diese und andere Erfahrungen, die wir beim LBBZ im Verlauf der Einführung erleben durften, fließen in die zusammen mit dem FIR e. V. an der RWTH Aachen entwickelte Methode zur Einführung von prozessorientiertem Wissensmanagement ein.



Beispiel Visualisierung Experten-Vernetzung

orientiertem Wissensmanagement ein. Die Methode wird Mitte 2011 zusammen mit dem DIN in einer DIN-Spec veröffentlicht. Ziel dieser DIN-Spec ist es, unter anderem Unternehmen, die prozessorientiertes Wissensmanagement einführen möchten, für mögliche Stolpersteine ex ante zu sensibilisieren.

Schon kurz nach der Einführung des prozessorientierten Wissensmanagements haben unsere Mitarbeiter berichtet, dass ihnen die Suche nach Wissen im Kontext ihrer Prozesse deutlich leichter fällt. Diesen Effekt beschreiben sie als umso wertvoller, desto unregelmäßiger und seltener sie den jeweiligen Prozess durchlaufen.

Als weiterer Vorteil wurde die globale Wissensuche genannt. Gewöhnliche strukturierte Filesysteme bieten diese Möglichkeit zwar auch, haben in der Vergangenheit allerdings in unserem Unternehmen zu einer hohen Anzahl an Dupletten und damit verbunden zu einer regelrechten Dokumentationsüberflutung geführt.

Transferveranstaltungen

Möchten Sie mehr über das Projekt erfahren und weitere Praxisbeispiele kennenlernen?

Dann besuchen Sie doch eine unserer nächsten Transferveranstaltungen zum prozessorientierten Wissensmanagement:

- 23.02.2011: IHK Karlsruhe
- 12.04.2011: IHK Trier

Weitere Informationen finden Sie unter: www.wivu-transfer.de

Kontakt



Jan Henrik Dornberg
 Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR) an der RWTH Aachen
 Research Institute for Operations Management at RWTH Aachen University
 Pontdriesch 14/16
 D-52062 Aachen
 Tel.: +49 241 47705-515
 Fax: +49 241 47705-199
 Mobil: +49 177 5790407
 Email: janhenrik.dornberg@fir.rwth-aachen.de
www.fir.rwth-aachen.de

„Fit für den Wissenswettbewerb“ Wissensmanagement als Innovationsmotor für den Mittelstand

Wissensmanagement wurde in der Vergangenheit insbesondere von großen Unternehmen erfolgreich eingeführt. Für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) ist Wissensmanagement allerdings noch keine Selbstverständlichkeit, obwohl gerade der Mittelstand als Rückgrat der deutschen Wirtschaft gilt. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie hat daher die Initiative „Fit für den Wissenswettbewerb“ ins Leben gerufen. Ziel ist es, die Anwendung von Wissensmanagement in KMU zu begleiten und zu etablieren. Die Angebote der Fit-Initiative unterstützen das strategische und operative Wissensmanagement sowie den Best-Practice Transfer gleichermaßen.

1. Strategisch – mit Blick auf die Unternehmensziele

Mit der „Wissensbilanz – Made in Germany“ wurde eine Methode entwickelt, die es Unternehmen ermöglicht, das intellektuelle Kapital systematisch zu bewerten und zu steuern. Dieser Ansatz hat den Vorteil, dass die ausgewählten Wissensmanagement-Maßnahmen mit messbaren Kriterien verbunden werden und durch die Verknüpfung mit den Unternehmenszielen einen direkten Bezug zum Tagesgeschäft erhalten. Um eine Wissensbilanz einzuführen, stehen verschiedene Hilfsmittel kostenlos zur Verfügung. 50.000 bestellte Leitfäden sowie über 30.000 Abrufe der Software Wissensbilanz-Toolbox belegen, dass Interesse und Bedarf anhaltend groß sind.

2. Lösungsorientiert – mit Blick auf die Prozessoptimierung

Im Rahmen der Initiative sind viele innovative Vorgehensweisen und Technologien

entwickelt worden, um konkrete Problemstellungen im Unternehmen ganzheitlich zu lösen. Neben branchenspezifischen Lösungen werden Werkzeuge für die wissensorientierte Prozessmodellierung, vielseitige Analyseinstrumente sowie umfangreiche Lösungssammlungen angeboten. Diese ermöglichen dem Anwender einen unkomplizierten Einstieg in das unternehmensspezifische Wissensmanagement.

3. Best Practice Transfer – von anderen Unternehmen lernen

Dank der Vielzahl an Aktivitäten, die durch die Initiative im Mittelstand initiiert wurden, gibt es mittlerweile eine große Anzahl von Anwendern, die bereit sind, ihre Erfahrungen mit anderen Unternehmen zu teilen. So gibt es bundesweit ein breites Angebot an interaktiven Veranstaltungen, in denen man direkt von erfahrenen mittelständischen Wissensmanagementanwendern lernen kann. Darüber hinaus hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 25 Unternehmen als „Exzellente Wissensorganisation“ ausgezeichnet. Die Erfahrungsberichte dieser Unternehmen sind in einer Broschüre zusammengefasst und können über die Plattform „wissenmanagen.net“ kostenlos abgerufen werden.

Ein beispielhafter Service der Plattform www.wissenmanagen.net: Der nutzerfreundliche Werkzeugkasten bietet dem Anwender konkrete Angebote nach den drei Herangehensweisen: strategisch, lösungsorientiert, Best Practice Transfer

Kontakt



Fit für den Wissenswettbewerb

Fit für den Wissenswettbewerb
Eine Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie
Kontakt: Ronald Orth
Fraunhofer IPK
Competence Center Wissensmanagement
Pascalstr. 8-9
10587 Berlin
Telefon: 030 / 390 06 171
Telefax: 030 / 393 25 03
E-Mail: ronald.orth@ipk.fraunhofer.de

Softwaregestützte Servicequalität mit persönlicher Note

Jeden Tag die gleichen Leistungen zu erbringen ist die eine Seite. Jeden Tag gleich gute Leistungen zu erbringen, eine andere. „Endlich zuhause“ lautet der Leitsatz der Berliner LINDEMANN Hotelbetriebsgesellschaft. Reibungslose Abläufe, individueller Hotelcharme und kompetentes Personal sollen Gäste die Hektik des Großstadtschunegels vergessen lassen.

Die Farben schwarz und weiß prägen den Charakter des 60er Jahre Bauwerks in Berlin-Schöneberg. Klare Linien, gehobenes Interieur sowie die Lage zwischen Kietz, Shopping und Kultur locken Business- und Privat-Gäste gleichermaßen in die Nähe des Potsdamer Platzes.

Als das neuere der beiden privat geführten Hotels der Gesellschaft, bietet das Designhotel LINDEMANN'S seinen Gästen Großstadtidylle in edlem Ambiente. Aber Berlin ist hart. Erstklassiger Service lautet die Zauberformel der Hotellerie, um sich im starken Konkurrenzdruck der Hauptstadt zu behaupten.

„Servicequalität ist unmittelbar an deren Kontinuität und Organisation gebunden. Nach der Absteckung eines vorgegebenen Rahmens für reibungslose Abläufe, liegt es an dem gastronomischen Feingefühl unserer Mitarbeiter, den Aufenthalt eines Gastes zu einem einzigartigen Erlebnis werden zu lassen.“, sagt Geschäftsführer Lars Lindemann.

Aller Anfang ist schwer

Schon Monate vor Eröffnung des neuen Designhotels im August 2008 beschloss die Hotelbetriebsgesellschaft ein hotelübergreifendes Qualitätsmanagement einzuführen. Schnell zeichnete sich jedoch ab, dass die Formulierung allgemeingültiger Qualitätsstandards an bei-

den Berliner Standorten lediglich einen ersten Schritt in Richtung optimierte Servicequalität bedeutete. Trotz langjähriger Hotelier-Erfahrung von Vater Emil Lindemann im klassischen Fjord Hotel in Berlin Mitte, galt es zukünftig die Abläufe zweier Hotels übergreifend zu koordinieren, Mitarbeiter aktiv in Optimierungen einzubinden und eine solide Wissensbasis für kontinuierliche Verbesserung zu schaffen.

Insbesondere die Anwenderfreundlichkeit lag Lars Lindemann am Herzen: „Ziel musste sein, unseren Mitarbeitern mittels einer Softwarelösung einen roten Faden für Qualität an die Hand zu geben, der gleichzeitig ausreichend Freiraum lässt, um den individuellen Ansprüchen unserer Gäste bestmöglich gerecht zu werden. Darüber hinaus muss Servicequalität gelebt werden. Folglich ist es notwendig, dass der Mitarbeiter die Lösung aktiv nutzt und somit hilft, uns stetig weiterzuentwickeln.“

Die Wahl der Hotelbetriebsgesellschaft fiel auf die Software WissIntra[®], einer Lösung für prozessorientiertes Qualitäts- und Wissensmanagement. Unter Verwendung so genannter Prozesskarten ermöglicht die Software eine prozessschrittgenaue Wissensdokumentation von Abläufen. Je Arbeitsschritt – von Managementprozessen bis Serviceleistungen – wird eine verantwortliche Funktion der jeweiligen Tätigkeit zugeordnet, der Prozessschritt ausführlich beschrieben und direkt um zugehörige Dokumente, Formulare etc. ergänzt. Eine optionale Verknüpfung von Standards oder Regelwerken erlaubt darüber hinaus eine gezielte Ausrichtung an den Anforderungen des Qualitätsmanagements.

Gelebte Qualität als Leitmotiv

Die Mühen des neu erarbeiteten Prozessmodells zahlten sich schnell aus. Die

transparente Dokumentation von Abläufen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten lieferte schon zur Eröffnung des Hotels in Schöneberg bei der Einarbeitung neuer Mitarbeiter einen immensen Mehrwert. Zum einen konnten sich Angestellte in kürzester Zeit selbstständig in die Theorie ihres neuen Aufgabengebiets einarbeiten, zum anderen etablierte sich ein abteilungsübergreifendes Verständnis für die Gesamtorganisation der Hotels, einschließlich aller Funktionen und Schnittstellen.

Aber auch im Alltag fand die prozessbasierte Wissensdokumentation großen Zuspruch. Durch die parallele Verwendung des Prozessmodells in Berlin Mitte eröffnete sich der Hotelbetriebsgesellschaft die Möglichkeit eines flexibleren Personaleinsatzes. Lokale Engpässe aufgrund von Krankheitsfällen und Urlaubszeiten können schnell punktuell behoben werden.

Lars Lindemann resümiert: „Die Einführung eines wissensbasierten Qualitätsmanagements hat unser Servicedenken zu neuem Leben erweckt. Wir haben verstanden, dass perfekter Service das Zusammenspiel von gelebten Qualitätsstandards und individueller Betreuung ist. Es handelt sich um einen unendlichen Kreislauf, den es stetig zu optimieren gilt.“

Die Agilität dieses Qualitätsgedankens reflektiert nicht zuletzt den Charakter der 3,5-Millionen-Metropole. Denn Stillstand ist ein K.O.-Kriterium – insbesondere in Berlin.

Kontakt



k+k information services
Wir machen aus Daten verwertbares Wissen

k+k information services GmbH
Höhenstr. 16
D-70736 Fellbach
Tel.: +49 711 578813-66
Fax: +49 711 578813-77
E-Mail: info@wissintra.de
www.wissintra.de

Optimiertes Wissensmanagement in der W+ST-Gruppe

Die W+ST-Gruppe mit Hauptsitz in Dillingen/Saar zählt zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungs-Gruppen für den Mittelstand in Deutschland. Das Unternehmen bietet das komplette Dienstleistungsspektrum von Wirtschaftsprüfung über Steuerberatung, Rechtsberatung, Unternehmensberatung bis hin zu IT-Consulting und Weiterbildung. W+ST wurde vor über 50 Jahren gegründet und besteht heute aus 33 Gesellschaften an 19 Standorten und hat etwa 400 Mitarbeiter.

Ausgangssituation

„Orientierung“ ist die Leitlinie der W+ST-Gruppe. Das Unternehmen gibt seinen Kunden Orientierung und professionelle Unterstützung in steuerlichen und wirtschaftlichen Fragen.

Dies hat zur Folge, dass große Mengen von Dokumenten, die im Rahmen der Arbeit mit den Mandanten entstehen, schnell und effektiv im Zugriff sein müssen. Insbesondere vor dem Hintergrund der steigenden Anzahl elektronisch transferierter und aufzubewahrender Dokumente soll auch für die Zukunft die schnelle Verfügbarkeit dieser Informationen gewährleistet sein und damit ein Beitrag zum Know-how-Transfer in der Gruppe geleistet werden.

Es wurde daher eine Lösung gesucht, die als zentraler Informationspool eine strukturierte Ablage der vielfältigen Dokumente und Informationen ermöglicht. Wichtig war auch, dass der Zugriff auf die Dokumente und Daten für alle berechtigten Mitarbeiter – unabhängig davon, in welcher Gesellschaft oder an welchem Standort sie angesiedelt sind – schnell und unkompliziert möglich ist.

Anforderungsprofil

- Elektronische Ablage aller Dokumente, die für Mitarbeiter bzw. Gruppen von Mitarbeitern relevant sind
- Einfache Strukturierungsmöglichkeiten nach unterschiedlichsten Kriterien
- Zugriff auf die bereitgestellten Inhalte von allen Standorten des Unternehmens und bei Bedarf auch von Kunden bzw. Mandanten aus
- Einfache und schnelle Suchmechanismen, die keine lange Einweisung erfordern
- Einfache Bedienbarkeit

Vorgehensweise, erreichte Ziele und nächste Schritte

Nach intensiven Gesprächen mit der META-LEVEL Software AG aus Saarbrücken wurde beschlossen, deren Software META-DOK einzusetzen. Das webbasierte System META-DOK, das sowohl Elemente des Dokumenten- als auch des Wissensmanagements bietet, war die geeignete Plattform für die angestrebten Ziele.

Zunächst wurden für die Bereiche Geschäftsführung, Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Betriebswirtschaft und Akademie der W+ST-Gruppe Ablagestrukturen (Ordner, Klassifikationen und Schlagwortlisten) aufgesetzt, in denen alle relevanten Dokumente abgelegt werden. Dazu gehören beispielsweise Muster für Angebote oder Berichte, die aktuellen Versionen der Vertriebsunterlagen und Präsentationen und allgemeine Unterlagen. Darüber hinaus wurden Informationen über Fachveranstaltungen, Literaturhinweise oder auch Auszüge aus Veröffentlichungen und Dokumentationen hinterlegt.

Dieses umfangreiche Material steht nun allen berechtigten Personen zu Recherchezwecken zur Verfügung und sorgt für schnellen Know-how-Transfer und mehr Transparenz. Durch die Abonnement-Funktion der Software werden alle betrof-



Dem Kunden Orientierung geben, ist die Leitlinie der W+ST-Gruppe

fenen Mitarbeiter automatisch und zeitnah über Neuheiten und Änderungen zu wichtigen, für die Arbeit relevanten Informationen auf dem Laufenden gehalten.

META-DOK ist seit Frühjahr 2008 im Einsatz. In einem nächsten großen Schritt ist geplant, die Projektarbeit verstärkt über das System zu unterstützen und weitere Ablagebereiche für Kundenprojekte aufzubauen.

„Mit META-DOK sind wir unserem Ziel, das Know-how im Unternehmen gezielt zu bündeln und allen Mitarbeitern zur Verfügung zu stellen, ein großes Stück näher gekommen. Dies ist eine notwendige Voraussetzung für eine nachhaltige und effiziente Arbeit in der W+ST-Gruppe, denn unser Know-how ist unser wichtigstes Kapital, das es zu schützen und zu mehren gilt. Ein angenehmer Nebeneffekt war, dass die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen META-LEVEL Software AG zu jeder Zeit sehr konstruktiv und zielgerichtet verlief“, so Harry Thiedemann, Vorstand der W+ST AG & Co. KG.

Kontakt



META-LEVEL Software AG
Dipl.-Informatiker Peter Raber
Saarbrücker Straße 51
66130 Saarbrücken
Tel.: +49 681 99687-0
Fax: +49 681 99687-99
E-Mail: info@meta-level.de
Web: www.meta-level.de

ELitE – Elektronisches Literaturmanagement & E-Shop-System

Die Aufgabenstellung unseres Kunden, einem innovativen und international agierenden Healthcare-Unternehmen, war eindeutig: die eigene interne Fachinformation und Bibliothek war vor einiger Zeit geschlossen worden. Der bestehende weltweite Bedarf an Literatur und sonstigen Medien sollte weiterhin komfortabel bedient werden. Zentrale Einkaufsbedingungen, Kostenüberwachung, Dubletten- und Zugriffskontrolle waren die Stichwörter.

Daher sollte eine zentrale webbasierte Bestellplattform mit Schnittstellen zu den unterschiedlichsten Lieferanten und Datenbanken entwickelt werden, mit gleichzeitiger Einbindung in das SAP-SRM e-Shop-System und Nutzung der bestehenden Datenbank.

Die von der MIRA Consulting GmbH entwickelte Bestellplattform wird direkt aus SAP aufgerufen. Sie basiert auf portierbaren Scripts und arbeitet mit einem Template-System, das die Integration in die verschiedensten Datenbanksysteme unterstützt.

Ausgewählte Medienbeauftragte aus den einzelnen Teilbereichen können über eine Schnittstelle zum internen Active Directory den Empfänger des Mediums auswählen. Dessen BenutzerID wird über den gesamten Prozess protokolliert und gewährleistet die Zugriffskontrolle.

Bestellungen können direkt aus dem Bestand im Literatur- und Bibliothekskatalog erfolgen oder manuell erfasst werden. Die vorgegebenen Parameter entscheiden, welche Quelle/Lieferantenplattform angesprochen wird. Die Abfrageparameter sind abhängig von den Möglichkeiten des Lieferanten, wie zum Beispiel „vorhanden“, „Preis“, „Titeldaten“, „bibliografische Angaben“ etc.

In der Anwendung wurden Schnittstellen für die folgenden Funktionen entwickelt, die Liste lässt sich jederzeit ergänzen:

- Literaturbestellung
- Normenbestellung
- Buchbestellung
- Zeitschriftenbestellung
- Fortsetzungslieferung

Für die Schnittstellen werden die API's der Lieferanten angesprochen wie z.B. OCI, Webservices, openURL oder über soap.

Literaturbestellungen können manuell erfasst, aber auch direkt über die Rechercheergebnisse von Datenbankanbietern geladen werden, zum Beispiel als csv-Dateien. Auch Suchergebnisse von vielen internationalen Datenbankanbietern wie z.B. pubmed können geladen und die Literaturstellen über einen Link integriert werden. Werden Artikel aus Zeitschriften bestellt, für die bereits ein E-Journal-Abonnement des Kunden vorhanden ist, wird der Link angezeigt, über den das Dokument bezogen werden kann.

Die Buchbestellung gliedert sich in folgende Bereiche: Erwerb des Buches, Fernleihe über eine Bibliothek sowie Teilkopie aus einem Buch.

Bei der Zeitschriftenbestellung kann man entweder nur eine bestimmte Ausgabe erwerben, ein Probeheft anfordern oder ein Zeitschriftenabonnement in Auftrag geben.

Sobald das Bestellformular gespeichert wird, werden die beim Lieferanten abgefragten Daten im Warenkorb angezeigt. Falls noch relevante Angaben wie zum Beispiel der Preis fehlen, wird die Einzelbestellung mit einem Vermerk auf die Warteliste gesetzt. Sendet der Lieferant an die vorgegebene Email-Adresse den Preis wird er automatisch im Warenkorb eingetragen.

Über die Warteliste können Bestellungen vorgemerkt werden, ohne sie sofort zu bestellen.

Sobald der Warenkorb ausgecheckt wird, wird die Bestellung an SAP-SRM übergeben. Dies löst die Standardbestellprozedur aus und die Lieferanten erhalten die Bestellung vom SAP-System.

Aus den an eine vorgegebene Email-Adresse gelieferten Dokumenten wird der Volltext extrahiert, zusätzlich werden daraus suchbare PDFs mit hinterlegtem Text erstellt. Es wird auch eine PNG-Datei der ersten Seite generiert, die als Vorschauseite dient.

Die erstellten Meta-Daten und die PNG-Datei werden an den Literatur-Bibliothekskatalog übergeben. Damit stehen der Volltext und eine Vorschauseite allen Benutzern zur Recherche zur Verfügung. Der Besteller erhält eine automatisierte Email mit dem Dokument.

Im Gesamtkatalog werden alle Medien des Kunden verwaltet. Interessierte Benutzer können über einen Bestelllink die für sie interessanten Medien anfordern.

Fazit:

Mit der ELitE-Bestellplattform kann der weltweite Bedarf an Dokumenten und Medien auf komfortable Art bedient werden. Durch den Freigabeworkflow im SAP SRM werden die Kosten kontrolliert und Einsparungen realisiert. Zudem haben die Benutzer einen „Single point of information“ – alle ihre Medien werden an einer zentralen Stelle verwaltet. Ebenso profitieren sie von der Volltextrecherche und der Voransicht aller Einträge im Gesamtkatalog.

Kontakt

MIRA

CONSULTING GMBH

Mira Consulting GmbH
 Frau Daniele Linz
 D-72336 Balingen
 Schurwaldstr. 12
 Tel.: +49-7433-9072310
 Email: linz@mira-consulting.net
 www.mira-consulting.net

Enterprise Search – schneller und effektiver unternehmensweite Informationen bereitstellen

Unternehmen müssen heute auf die komplexer werdenden Prozesse, mit weniger Personal, schneller und innovativ reagieren. Die Zusammenarbeit der Mitarbeiter ist interdisziplinär zu fördern. Bei Unternehmensfusionen sind die einzelnen Strukturen möglichst umgehend und zukunftssicher zusammenzuführen.

Herausforderung

Das waren die umfangreichen, organisatorischen Aufgabenstellungen bei einem Mitteldeutschen Versorgerunternehmen aus der Wasserwirtschaft. Wasser ist eines unserer kostbarsten Lebensmittel und alle damit verbundenen Vorgänge unterliegen strengen Vorschriften und Gesetzen. Während in der Vergangenheit eine Durchdringung mit Systemen der Informationstechnologie vorwiegend im Bürobereich stattfand, sind heute auch die technischen Bereiche betroffen. Im Projekt galt es alle erforderlichen Dokumente für die interne Organisation wie Arbeits- oder Verfahrensanweisungen, Bauvorschriften oder Gesetzesblätter unternehmensweit verfügbar zu machen. Die bestehenden Texte verfügten nicht über eine Verschlagwortung. Die Nutzer kommen aus allen Unternehmensbereichen und haben somit einen völlig unterschiedlichen Blick auf das Gesuchte. Damit bestand der Wunsch einer einfachen und intuitiven Führung des Suchenden zum Suchziel. Im Verlaufe des Projekts kam es zusätzlich zur Fusion mit einem Entsorgungsunternehmen. Beide Teilbereiche sollten auch in diesem Segment möglichst schnell zusammengeführt werden.

Praktische Umsetzung

Das Unternehmen entschied sich, die Dokumente in der bisher bewährten Ordnerstruktur abzulegen und dem Anwender durch Bereitstellung des seman-

tischen Wissensmanagement-Systems Xinoah® einen einfachen Wissenszugang zu ermöglichen.

Alternativ hätte man mit einer umfangreichen Verschlagwortung und Kategorisierung arbeiten können. Als Problem stellte sich die erforderliche richtige Verschlagwortung heraus. Jeder Mitarbeiter hat in seiner konkreten Aufgabenstellung eine andere Sicht auf die Dinge.

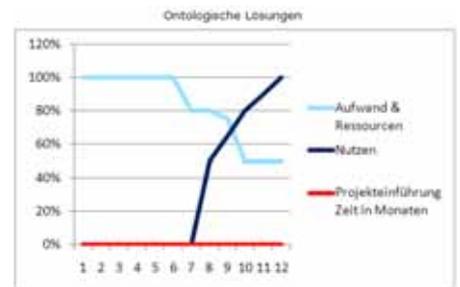
Vorteile mit Text Mining

Um das Trefferbild zu verbessern und vor allem Wissen zu extrahieren, wurden in Xinoah® die innovativen Möglichkeiten des Text Mining integriert. Das Text Mining System basiert auf einem erstmals programmtechnisch umgesetzten sprachwissenschaftlichen Zusammenhang. Dieser wurde in über 25 Jahren universitärer Forschung entwickelt. In Xinoah® sind die effektivsten Regeln integriert und ist damit in der Lage die Inhalte und den Sinn automatisch zu erfassen. Die Zugriffsrechte der Dokumente und der Ort der Speicherung bleiben erhalten.

Für eine benutzerfreundliche Darstellung von Wissen wurden modernste Möglichkeiten an der Schnittstelle Mensch-Maschine genutzt. Mit der einfach zu bedienenden dreidimensionalen Benutzeroberfläche ist es erstmalig möglich, den Benutzer in zwei Ebenen arbeiten zu lassen. In einer abstrakten Ebene, dem Wissensnetz und in der realen Ebene den Dokumenten.

Kosten

Durch den neuen Lösungsansatz in Xinoah® wird Wissensmanagement und Enterprise Search auch für mittelständische Unternehmen wirtschaftlich. Bisher blieben diese Lösungen Konzernunternehmen vorbehalten. Lange Einführungs- und Schulungsphasen entfallen.



Mit jedem Tag des Einsatzes wird das Ergebnis besser und die Kosten liegen im Centbereich pro Mitarbeiter und Tag. Eine Investition, die sich lohnt.

Fazit

Damit wird Xinoah® zum zentralen Ort der Informationsbereitstellung, welches einfach in jegliche Anwendung integrierbar ist. Durch die einzigartigen Technologien in Textanalyse und Präsentation kann es ohne besondere Schulung des Anwenders sofort benutzt werden.

Xinoah®, mehrfach durch Innovationspreise ausgezeichnet, unterstützt das persönliche Arbeitsumfeld der Mitarbeiter und bringt wirtschaftliche Effekte ab dem ersten Tag des Einsatzes. Die Lösung ist innerhalb kurzer Zeit einsatzbereit und bindet wenig personelle Ressourcen für Pflege und Wartung.

Eine Innovation der



Kontakt

NetCon Solutions AG
Eilenburger Str. 1a, 04317 Leipzig
www.xinoah.de
Kontakt: Jens Forker
Email: jforker@netcon-ag.de

Drei Wege

Wie werden Informationen gespeichert, sodass das Wiederauffinden bestmöglich unterstützt wird, ohne viel Zeit bei der Suche zu vergeuden? Soll ein System als Wissensbasis das schnelle Wiederauffinden von Informationen ermöglichen, so ist es sinnvoll, bereits bei der Eingabe der Informationen für ein qualitativ hochwertiges Suchergebnis zu sorgen. Bei Verwendung des Wikis „Confluence“ als Wissensbasis gibt es drei Wege, Informationen bzw. Textseiten zu finden. Die Treffgenauigkeit ist dabei wesentlich von den Suchverfahren abhängig, die die Wissensbasis als Softwaresystem zur Verfügung stellt: Welcher Pfad wird beschritten, um die Information zu finden?

Bei der Einrichtung eines Wikis als Wissensbasis wird mir oft die Frage gestellt: „Kann ich Seiten in Confluence unstrukturiert ablegen?“.

Ja, das geht. So kann der Benutzer spontan eine Seite hinzufügen, ohne sich weitere Gedanken zum Ablageort machen zu müssen. Wie wird diese Seite gefunden, wenn ein anderer Benutzer auf Confluence zugreift? – Die Suchbox erlaubt die Suche nach einem beliebigen Stichwort aus dem Textkörper der Seite. Das ist *ein* Weg, Informationen in Confluence zu finden. Ein weiterer Weg besteht in der Verschlagwortung von Seiten. Seiten werden vom Autor bei der Eingabe oder auch später mit einem Schlagwort versehen (mit einem „Label getaggt“). Mit dem Suchbegriff verschlagwortete Seiten werden bei der Suche in der Trefferliste bevorzugt an vorangestellter Position aufgelistet. Das Schlagwort kommt möglicherweise nicht als Stichwort im Text vor. Ein Beispiel dazu aus dem Bereich der Literatur:

Im System werden in einer Textsammlung viele Texte abgelegt. Texte oder Textbeschreibungen der Gattung „Märchen“, „Idylle“ und weiterer Gattungen.

In den jeweiligen Texten kommt das Wort „Märchen“ oder „Idylle“ nicht vor. Bei der Eingabe der Texte werden diese mit einem Schlagwort „Märchen“ oder „Idylle“ versehen. Möglicherweise sucht ein Benutzer nach einem Text der Gattung Märchen, er findet nun über das Schlagwort eine Liste der Märchen „Rotkäppchen“, „Der Wolf...“ usw.. Damit bietet die Verschlagwortung einen Weg *zusätzlich* zur Stichwortsuche, der die Trefferqualität deutlich erhöht.

Oft stehen einzelne Textseiten in einer hierarchischen Beziehung zueinander. Bleiben wir beim Beispiel aus der Literatur. Texte können nach der geografischen Herkunft ihrer Publikation im System abgelegt werden. Die Herkunft ist sicherlich nicht grundsätzlich Bestandteil des einzelnen Textes, sondern eine zusätzliche Information, die -in diesem Beispiel- der Autor der Wikiseite dem Text durch Ablegen an einer bestimmten Position in der Seitenhierarchie mitgibt:

```
Europa
– Polen
  — Märchen
  — Idyllen
    — Adam Naruszewicz
      ›Pacierz Staruszka‹
– Baltikum
  — Estland
  — Lettland
  — Litauen
    — Märchen
    — Idyllen
      — Antanas Klementas
        ›Sodžiu darbai‹
– Deutschland
  — Märchen
    — Rotkäppchen
    — Idyllen
      — Thomas Mann
        ›Gesang vom Kindchen‹
```

In der Wissensbasis kann nun in einem Teilzweig beginnend abwärts mit der Suchfunktion nach einem Stichwort oder Schlagwort gesucht werden. Eine Suche im Zweig „Baltikum“ nach „Idylle“ findet

nun die entsprechend verschlagworteten Idyllen lettischer, litauischer und estnischer Autoren. Sind die Texte zusätzlich nach der verwendeten Sprache verschlagwortet, so könnte bei der Suche z.B. eine bestimmte Sprache ausgeschlossen werden, etwa um Texte litauischer Autoren auszuschließen, die die polnische Sprache verwenden. Es könnte auch im gesamten Zweig „Baltikum“ nach polnischsprachigen Texten oder nach polnischsprachigen Idyllen gesucht werden. Struktur und eine sinnvolle Verschlagwortung ermöglichen also wiederum eine Verbesserung des Suchergebnisses. Darüber hinaus sortiert der hierarchische Baum Inhalte derart, dass der Benutzer einem Pfad folgen kann: Der Pfad Europa-Baltikum-Litauen-Idyllen- führt zu einer Liste einzelner Texte, u.a. zu „Antanas Klementas ›Sodžiu darbai““. Die Struktur eröffnet dem Suchenden einen zusätzlichen Zugangspfad um einen einzelnen Text zu finden.

Die Struktur wird je nach Anwendungsfall entweder von einem zuständigen Redakteur vorab, oder von den Autoren im Laufe ihrer Arbeit an den Texten angelegt und gewartet. Sie spiegelt den ordnenden Teil des fachlichen Wissens aus dem jeweiligen Anwendungsgebiet wider.

Drei Wege führen zur Information. Nutzen Sie die zusätzlichen Möglichkeiten, die in Ihrem Wiki als Wissensbasis stecken – hier vorgestellt: Verschlagwortung und hierarchischer Aufbau. Pix Software GmbH begleitet Ihr Projekt zum Aufbau einer Wissensbasis mit professioneller Unterstützung beim Aufbau des Systems, in Schulungen und funktionalen Ergänzungen.

Kontakt

 Pix Software GmbH

Joachim Marwinski
Pix Software GmbH
Kessler Weg 17a
41379 Brüggen
Tel. +49 (0)2163 / 98 999 70
EMail: joachim.marwinski@pixsoftware.de
<http://www.pixsoftware.de>

POLIZEI-ONLINE – Ein Innovationsprojekt für Polizei und Landesverwaltung

Mit POLIZEI-ONLINE betreibt die Polizei Baden-Württemberg ein fortlaufend weiterentwickeltes Bildungs- und Wissensmanagementsystem, das mittlerweile national und international Vorbildfunktion hat und als Grundlage für vielfältige Kooperationen dient. POLIZEI-ONLINE bietet an jedem Arbeitsplatz eine umfassende und bedarfsoptimierte Wissensplattform, die weitreichende Informationen sowie Fachanwendungen beinhaltet. Eine wertvolle Bereicherung für die polizeiliche Arbeit stellt auch das seit Kurzem verfügbare Dokumentenmanagementsystem dar, welches der datenbankgestützten Verwaltung elektronischer Dokumente dient und mit einer leistungsstarken Suchfunktion ausgestattet ist. Seit Anfang Juni 2010 verfügt die Polizei zudem über eine netzwerkfähige virtuelle Trainingsumgebung, welche momentan im Rahmen einer Pilotierung eingesetzt und wissenschaftlich evaluiert wird.

POLIZEI-ONLINE ist das Innovationsprojekt des Landes Baden-Württemberg für Polizei und Verwaltung. Durch die Entwicklung innovativer Lösungen zur Unterstützung von Informations-, Bildungs- und Wissensmanagement leistet POLIZEI-ONLINE auch einen Beitrag zur Stärkung des Medienstandortes Baden-Württemberg. Die Umsetzung erfolgt maßgeblich auf Grundlage einer Public-Private-Partnership (PPP) mit der Deutschen Telekom AG – T-Systems und im Rahmen weiterer öffentlich-privater Kooperationen, z.B. mit Microsoft. Breit gefasste gemeinsame Zielsetzungen geben ausreichend Freiraum für Innovationen und ermöglichen auch das kurzfristige Aufgreifen aktueller Bedarfe.

Bildungs- und Trainingsmanagement

Alle Prozesse rund um Bildungsmaßnahmen sowie Schießen und Einsatztraining – von der Angebotserstellung bis hin zur Evaluation – werden bei der Polizei Baden-Württemberg vollständig webbasiert abgewickelt. Das System unterstützt zudem die Erstellung von Bildungs- oder Trainingsprodukten und stellt eine Plattform für die Durchführung von E-Learning zur Verfügung. Ergänzt wird diese Entwicklung um Werkzeuge für die dienststellenbezogene oder landesweite statistische Auswertung, z.B. für die Erhebung von Aufwänden oder Erfüllungsständen.

Lerninhalte in elektronischer Form (E-Learning/Blended Learning) ergänzen die polizeilichen Bildungsmaßnahmen. Sie stellen eine zeitgemäße Erweiterung des „Werkzeugkastens“ aller Lehrenden dar. Die elektronischen Lerninhalte werden über das Bildungs- und Trainingsmanagementsystem angeboten und können direkt über die „Persönliche Seite“ jedes Lernalters im Intranet aufgerufen werden. Die Teilnahme an den E-Learning-Maßnahmen ist grundsätzlich verbindlich. Über eine Kapitelstruktur, die mit Lernzielkontrollfragen verbunden ist, bearbeiten die Anwender die multimedial gestalteten Inhalte. Ein Abschluss der Maßnahme ist nur dann möglich, wenn alle „Hürden“ genommen sind und somit der Lernerfolg nachgewiesen ist. Nach erfolgreicher Bearbeitung erfolgt automatisiert ein Eintrag in die Bildungshistorie des Teilnehmers.

Arbeitsunterstützendes Intranet und informatives Internet

Alle polizeilichen Web-Angebote in Intranet und Internet basieren auf einheitlicher Technologie (Microsoft Sharepoint)

und sind in einheitlichem Design (Corporate Design) umgesetzt. Das vereinfacht redaktionelle Prozesse und reduziert die Schulungsaufwände deutlich. Die Intranetanwendungen sind personalisiert, d.h. eine Anmeldung ist nur noch einmal am Arbeitsplatz-PC erforderlich. Über das Zentralportal werden alle erforderlichen Arbeitsunterlagen angeboten. Zahlreiche arbeitsunterstützende Anwendungen sind integriert und alle aktuellen, landesweit relevanten Informationen auf den ersten Blick verfügbar. In das Portal fließen darüber hinaus auch externe Nachrichtenquellen ein, z.B. ein Nachrichtenticker der Deutschen Presseagentur (dpa).

Neben dem zentralen Portal finden sich Fachportale, die den polizeilichen Leitthemen Verkehr, Kriminalität, Führung, Prävention, Bildung und Technik entsprechen. Diese organisationsübergreifenden Portale stehen in der Verantwortung der Fachexperten in der Polizeiorganisation. So wird der häufig vorhandene „Flaschenhals Zentralredaktion“ vermieden und ein hohes Maß an Aktualität und Praxisrelevanz gewährleistet. Ebenfalls ein wesentlicher Bestandteil des Intranets sind die Portale der Dienststellen, die neben örtlichen und internen Informationen zahlreiche Hilfsmittel für die tägliche Arbeit (z.B. Fahrzeug- und Raummanagement) liefern.

Dokumentenmanagement als Basis für Informationsmanagement

Erst seit kurzer Zeit fertig gestellt ist die Entwicklung eines leistungsfähigen Dokumentenmanagementsystems. Auch diese Entwicklung basiert auf der einheitlichen technologischen Grundlage von POLIZEI-ONLINE und erscheint im einheitlichen Design. Grundlage ist ein webbasierter Dokumentenarbeitsplatz. Dieser stellt z.B. die zuletzt bearbeiteten Dokumente, Wiedervorlagen und leistungsfähige elektronische Umlaufmappen zur Verfügung.

Beinahe Realität – virtuelle Trainingszenarien in 3D

Die Erweiterung um eine zumindest im polizeilichen Bereich europaweit einmalige virtuelle Trainingsumgebung ist bereits weit fortgeschritten. Mit Hilfe dieser sehr realitätsnahen 3D-Trainingswelt können künftig Einsatztrainings der Polizei wirksam unterstützt werden, z.B. immer dann, wenn ein reales Training zu teuer, zu gefährlich oder zu aufwändig wäre. Momentan befindet sich diese Anwendung noch in der Pilotphase. Erstes Trainingsziel ist die Optimierung des Zusammenwirkens von Bodenkraften und Hubschrauberbesatzungen. Hierzu wurde ein weitläufiges Stadt-, Industrie- und Grünanlagenszenario realisiert, welches jederzeit dem Trainingsanlass angepasst werden kann (Tag-/Nachtmodus, Wetteroptionen u.v.m.). Insgesamt stehen rund 150 virtuelle km² frei begeh- sowie befahrbare Gelände zur Verfügung. Selbst einzelne Gebäude sind im Innenbereich voll ausgestaltet und können betreten werden. Der Ausgestaltung des Trainingszenarios mit vielfältigen Szenarioelementen, wie z.B. virtuellen Polizeihubschraubern, sind hierbei kaum Grenzen gesetzt. Virtuell-interaktive Trainingswelten unterstützen damit die Durchführung eines ereignis- und einsatzorientierten polizeilichen Einsatztrainings; Effektivität und Effizienz werden in hohem Maße gewährleistet.

Nationale und internationale Zusammenarbeit

Die Entwicklungen von POLIZEI-ONLINE bilden auch die Grundlage eines nationalen polizeilichen Kooperationsprojekts mit den Ländern Hessen, Rheinland-Pfalz, Berlin, Nordrhein-Westfalen und Saarland. Mit dieser Kooperation werden zwischenzeitlich mehr als 50 Prozent der deutschen Polizeibeschäftigten in den Ländern erreicht. Die Zusammenarbeit ermöglicht beispielsweise den Übertrag und die Weiterentwicklung des Bildungs- und Trainingsmanagements. In länderübergreifenden Arbeitsgruppen werden u.a. E-Learning-Inhalte und Evaluationslösungen erarbeitet, aber auch gemeinsam Softwareanwendungen entwickelt. Zur Unterstützung



der länderübergreifenden technischen Entwicklungszusammenarbeit erfolgt derzeit der Aufbau eines „Sharepoint Competence Center (SCC)“. In diesem virtuellen Entwicklungszentrum sollen zunächst Entwickler der Polizeien Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg zusammenarbeiten. Einheitliche Workflows und Entwicklungsstandards werden künftig ein hohes Maß an Qualität und Übertragbarkeit der Arbeitsergebnisse gewährleisten. Letztendlich leistet diese Kooperation einen wichtigen Beitrag zur IT-Standardisierung in der Polizei.

Die Erfahrungen und Entwicklungen von POLIZEI-ONLINE sind auch Grundlage für die Unterstützung der internationalen polizeilichen Zusammenarbeit. Den im Rahmen der Mitteleuropäischen Polizeiakademie (MEPA) zusammengeschlossenen Polizeien (Polen, Ungarn, Tschechien, Slowakei, Slowenien, Österreich, Schweiz und Deutschland) steht ein innovatives Informations-, Kommunikations- und Bildungsportal zur Verfügung. [1] Dieses Portal ist das Ergebnis eines maßgeblich von der europäischen Kommission geförderten Projekts, in welchem Entwicklungen aus POLIZEI-ONLINE als europaweite polizeiliche Referenzlösung angepasst und zur Verfügung gestellt werden. In der aktuellen Projektphase wird das Portal vor allem um leistungsfähige Sicherheitslösungen

und Werkzeuge zur Echtzeitkommunikation ausgebaut. Diese Lösungen dienen zwischenzeitlich weit über die MEPA hinaus auch der internationalen Polizeizusammenarbeit. [2]

Anmerkungen:

[1] www.mepa.net

[2] www.polizei-online.eu

Kontakt



Uwe Seidel
Innenministerium Baden-Württemberg
– Landespolizeipräsidium –
Referent POLIZEI-ONLINE/MEPA-ONLINE
Dorotheenstraße 6
70173 Stuttgart
Tel.: +49(0)711/231-3356
E-Mail: uwe.seidel@polizei.bwl.de
Web: www.polizei-online.de

Der steinige Weg zum Enterprise 2.0

Ein Praxisbeispiel für eine erfolgreiche Einführung eines Enterprise Wikis

In der derzeitigen Wissensmanagement-Diskussion findet der Themenkomplex „Enterprise 2.0“ zunehmende Beachtung. Wunsch vieler Unternehmen ist es, durch den Einsatz von neuen Technologien (Wikis, Weblogs, etc.) sowie damit einhergehenden organisationalen und kulturellen Veränderungsprozessen die Wissensarbeit zu revolutionieren. Aber auch angrenzende Problemfelder wie Innovationsfähigkeit, Kollaboration und Projektmanagement sollen im Enterprise 2.0 in einer neuen Qualität bewältigt werden.

Die erfolgreiche Transformation zum Enterprise 2.0 ist jedoch in den meisten Fällen kein Selbstläufer, der Weg dorthin ist mit vollständig neuen Problemstellungen verbunden. Die T-Systems Multimedia Solutions ist seit Mitte 2008 im Selbstversuch mit dem internen Einsatz des Enterprise Wiki „TeamWeb“, welches als unternehmensweite Austauschplattform dient. Anhand dieses Fallbeispiels soll im Folgenden gezeigt werden, welche Herausforderungen in den einzelnen Phasen der Einführung auftreten können, und wie man diesen erfolgreich begegnen kann.

Phase 1: Probieren geht über Studieren

Zu Beginn der Enterprise Wiki-Einführung wurde ein am Thema interessiertes Team zusammengestellt, welches das Projekt über den gesamten Zeitraum der Einführung aktiv begleitete und die permanente Weiterentwicklung unterstützte. Hierbei ist es wichtig, dass ein solches Team nicht ausschließlich aus Technikern besteht, sondern Mitarbeiter aus unterschiedlichen Bereichen (Abteilungen/Hierarchieebenen) vertreten sind.

Zunächst wurde die Basistechnologie (Atlassian Confluence) erkundet. Die

verschiedenen Grundfunktionen sowie mögliche Plug-ins wurden mit spielerischer Neugier ausprobiert. Die erste Aufgabe dabei war, gemeinsam im Team herauszufinden, auf welche Weise das Wiki für die tägliche Arbeit eingesetzt werden kann. Erfahrungen aus dieser Phase zeigen, dass Wikis im unternehmensinternen Einsatz nicht nach dem Prinzip der Online-Enzyklopädie Wikipedia betrieben werden können. Vielmehr müssen **an den Arbeitsprozessen ausgerichtete, Anwendungsszenarien** gefunden werden, welche auf konkrete Probleme in der Arbeit abzielen. Die Interdisziplinarität des Teams hat dabei geholfen, vielfältige Einsatzzwecke zu ermitteln (z.B.: gemeinsame Erarbeitung einer Meeting-Agenda, öffentlich-sichtbare Diskussionen zu Inhalten statt E-Mail-Pingpong, etc.).

Eine weitere Herausforderung war die **Optimierung der Usability**. Es hat sich herausgestellt, dass auch vermeintlich einfach zu handhabende Social Software-Technologien für viele User Schwierigkeiten bereiten, z.B. durch eine unübersichtliche Struktur. Beim TeamWeb war es daher insbesondere wichtig, eine Seitenstruktur mit traditioneller Navigationsleiste zu implementieren, welche die Navigationsmöglichkeiten über Hyperlinks und Tagclouds ergänzt.

Phase 2: Pilotierung – Lernen, Lernen, Lernen

Anschließend wurde ein erster Pilot-Bereich angelegt – das sogenannte Strategie-Wiki, kurz StraWiki. Hierbei handelt es sich um einen abgegrenzten Wiki-Bereich, welcher das Führungsteam bei der Strategieentwicklung unterstützt. Das StraWiki dient als Plattform zur gemeinsamen Erstellung von SWOT-Analysen, Strategy Maps sowie Balanced Scorecards.

Die hierbei stattgefundene **frühzeitige Einbindung der Führungskräfte** stellt

einen entscheidenden Erfolgsfaktor für die Einführung dar. Damit besteht die Chance, schon vor der unternehmensweiten Nutzung die Führungskräfte für die Plattform zu begeistern. Beispielsweise freute sich ein Prokurist über „... das Ende der Verwirrung: Endlich bekomme ich nicht mehr x Mails mit x Zwischenständen“. Auch ziellosen Diskussionen über den **schwer monetär quantifizierbaren Return on Investment von Social Software-Plattformen** kann durch das frühe Gewinnen von Befürwortern vorgebeugt werden. Gelingt es in dieser Phase nicht, Führungskräfte vom Nutzen der Plattform zu überzeugen oder wird ein reiner Bottom-Up-Ansatz gewählt, so besteht die Gefahr einer bremsenden Wirkung durch das Management.

Phase 3: Öffnung und Rollout

Nach Erarbeitung der Unternehmensstrategie wurde das StraWiki für alle Mitarbeiter freigeschaltet. So konnte die verabschiedete Strategie den Mitarbeitern präsentiert und der Dialog darüber eröffnet werden. Gleichzeitig wurde in dieser Phase begonnen, weitere Bereiche ins TeamWeb zu migrieren. Neben Präsentations- und Arbeitsbereiche für die einzelnen Abteilungen entstanden auch Bereiche für Interest Groups, das Prozessmodell sowie standortspezifische Themen.

Beim Übergang zur unternehmensweiten Nutzung stand die T-Systems Multimedia Solutions dabei vor dem Problem, dass auch **andere Medien und Plattformen mit teilweise redundanten Funktionen und Inhalten** weiterhin existierten (z.B. Sharepoint, bestehendes Intranet). Aus dieser Redundanz resultiert für die Mitarbeiter Unklarheit, welche Plattform für welche Inhalte verwendet werden sollte, und bei welchen Dokumenten es sich um die aktuelle Version handelt. Es ist daher ratsam, ein offizielles Inhaltskonzept zu entwickeln, welches in groben Kategorien vorgibt, wo welche Arten von Inhalten abzulegen sind (z.B. „Sensible Kundendaten gehören nicht ins Wiki“). Meist ist hier eine vollständige Migration von Inhalten auf die neue Plattform sinnvoller

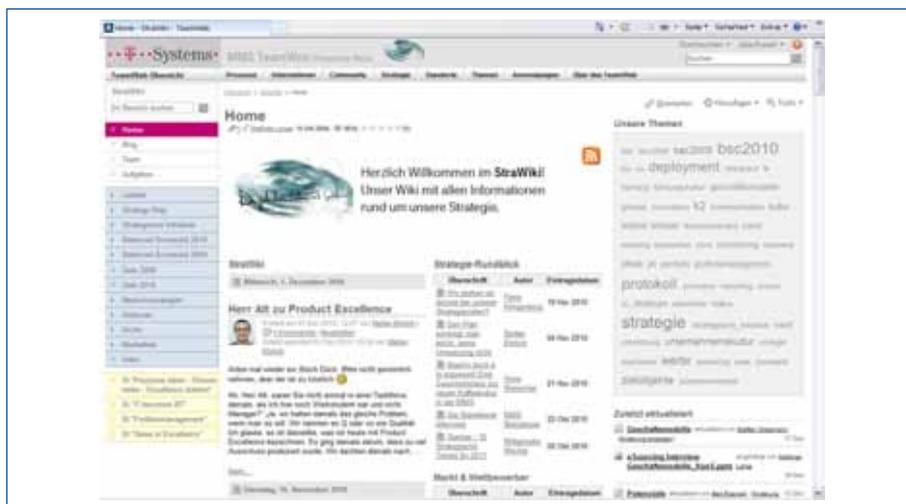
als die Koexistenz und doppelte Pflege redundanter Daten.

In dieser Phase wird auch die **Einführung neuer Mitarbeiterrollen** nötig. Sogenannte **Wiki-Gärtner** sollten ernannt werden, welche die Aufgabe haben, im Wiki Grundstrukturen aufzubauen, veraltete Inhalte zu archivieren – kurz: Ordnung zu schaffen, sowie anderen Usern Hilfestellung zu geben. Außerdem sind einige besonders engagierte Wiki-User („**Poweruser**“) gerade in der Einführungsphase wichtig, um der Plattform skeptisch gegenüberstehende Mitarbeiter zur Nutzung zu überzeugen. Poweruser füllen das Wiki mit interessanten Inhalten (Schwungmasse) und berichten von den Vorteilen des Wikis, z.B. über Mund-zu-Mund-Propaganda.

Phase X: Wie geht es weiter?

In den vorherigen Phasen wurden Anlaufschwierigkeiten überwunden und das Wiki schrittweise allen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt. Aber auch nach der Einführungsphase muss die unternehmensweite Nutzung des Wiki permanent technisch sowie von organisationaler Seite gefördert werden, da es sonst zu einem Rückfall der Nutzung kommen kann. Das TeamWeb wird deshalb als **Perpetual Beta** betrieben. Für eine kontinuierliche Verbesserung werden laufend Anforderungen der User erfasst, neue Plug-ins geprüft, gemeinsam in der Community diskutiert und ggf. eingeführt.

Diese Vorgehensweise ist dringend notwendig, da gerade mit dem Florieren des Wikis neue Herausforderungen auftreten. Ein meistens unterschätzter Aspekt ist z.B. die dramatische Steigerung des wahrgenommenen **Information Overload**. Durch die offen sichtbare Dokumentation der Arbeit eines Großteils der Mitarbeiter entsteht ein rapider Anstieg der zur Verfügung stehenden Datenmenge. Information Overload als „Schattenseite“ des User Generated Content-Prinzip bedeutet hier, dass nicht allgemeingültige oder unfertige Daten als „Datenmüll“ wahrgenommen werden. Auch der Einsatz von Feeds um



StraWiki-Space im TeamWeb

interessante Bereiche zu abonnieren, erhöht (neben der sowieso schon großen Menge an E-Mails) die Anzahl täglich abzuarbeitender Nachrichten.

Für diese Probleme existieren bisher noch keine endgültigen Lösungen. Eine wichtige Voraussetzung ist die Weiterentwicklung der **Medienkompetenz der Wissensarbeiter**: analog zum Navigationsverhalten im WWW muss sich z.B. das Grundverständnis herausbilden, dass eine komplette Erfassung aller Inhalte nicht mehr möglich ist. Stattdessen gewinnt die Fähigkeit, für eine Suchanfrage die richtigen Schlagwörter zu verwenden, entscheidend an Bedeutung.

Weiterhin muss das Unternehmen den arbeitskulturellen Wandel im Enterprise 2.0 zulassen und aktiv fördern. Die ehemals hierarchisch strukturierten Informationsflüsse werden überlagert durch eine **dezentrale Netzwerkorganisation**. Dabei gilt es, eine sinnvolle Balance der Strukturen zu finden, damit die positiven Auswirkungen des Selbstorganisationsprinzips genutzt werden können, ohne in einer organisationalen Destabilisierung im Chaos zu enden.

Warum man es dennoch wagen sollte

Trotz der in diesem Fallbeispiel vorgestellten Herausforderungen gibt es klare Gründe, warum sich Unternehmen mit Social Software und dem Enterprise 2.0-Konzept beschäftigen sollten:

Enterprise 2.0 stellt die Chance dar, die Entwicklung einer wissensfördernden Unternehmenskultur durch Begeisterung für neue Kommunikationstechnologien zu katalysieren – und damit die Qualität der Wissensarbeit auf eine neue Stufe zu heben. Insbesondere durch das „öffentliche“ Arbeiten können Fachexperten leichter identifiziert werden, Kollegen können sich zielgerichteter vernetzen und austauschen – woraus eine höhere Effizienz und Effektivität in der täglichen Arbeit resultiert. Auch die Aufwände für Dokumentationen werden minimiert, da beim direkten Arbeiten im Wiki die Erstellung und Dokumentation von Inhalten zu einem einzigen Prozess verschmelzen. Voraussetzung ist jedoch, dass Enterprise 2.0 nicht als reines Technologie-Thema, sondern als **nächste Evolutionsstufe der Kommunikations- und Wissenskultur** im Unternehmen verinnerlicht wird.

Kontakt

• • T • • Systems • • •

Autor

Dipl.-Wirt.-Ing. Dada Lin
Tel.: +49 351 2820 2768
Email: Dada.Lin@t-systems.com

Co-Autor

Dipl. Ing. f. techn. Informatik
Stefan Ehrlich
Tel.: +49 351 2820 2664
Email: Stefan.Ehrlich@t-systems.com
Homepage: www.t-systems-mms.com

Termine

Die Sonderausgabe „Best Practices: Erfolgreiche Wissensmanagement-Projekte und Anwendungen“ präsentieren wir Ihnen auf den folgenden Veranstaltungen:

- **LEARNTEC 2011**

19. Internationale Leitmesse und Kongress für professionelle Bildung, Lernen und IT

Karlsruhe 01. – 03.02.2011

- **CeBIT 2011**

Der Marktplatz Nr. 1 des digitalen Business

Hannover 02. – 05.03.2011

- **Personal 2011**

Fachmessen für Personalmanagement

Hamburg 06. – 07.04.2011

München 13. – 14.04.2011

- **DMS Expo 2011**

Europas Messe und Konferenz für Enterprisecontent-, Output- und Dokumentenmanagement

Stuttgart 20. – 22.09.2011

- **Zukunft Personal 2011**

Europas größte Fachmesse für Personalmanagement

Köln 20. – 22.09.2011

- **7. Stuttgarter Wissensmanagement-Tage**

Wissen verbindet – Kongress mit Event-Charakter

Stuttgart 16. – 17.11.2011



**Sonderausgabe
Best Practices 2011**

Herausgeber + Verlag

Büro für Medien
Oliver Lehnert e.K.
Postfach 1131
86344 Neusäß
Telefon 0821 486852-90
Telefax 0821 486852-93
verlag@wissensmanagement.net
www.wissensmanagement.net

Objektleitung

Oliver Lehnert (v.i.S.d.P.)
Telefon 0821 486852-92
lehnert@wissensmanagement.net

Redaktion

Nicole Lehnert
Telefon 0821 486852-91
nicole.lehnert@wissensmanagement.net

Anzeigenmarketing

Wolfgang Scharf
Telefon 0221 250860-71
Telefax 0221 270595-54
scharf@wissensmanagement.net

Leserservice

Telefon 0821 486852-90
service@wissensmanagement.net

Druck + Gestaltung

Joh. Walch, Augsburg

©2011

Büro für Medien Oliver Lehnert e.K.
Sitz: Neusäß, HRA 16772

wissensmanagement –
Das Magazin für Führungskräfte und alle darin enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Einspeicherung in elektronischen Systemen.

Die Sonderausgabe Best Practices erscheint einmal jährlich.

Bezugsadresse

Büro für Medien
Oliver Lehnert