



Ihr 15 Minuten Leitfaden zum **Enterprise Content-Management**



Vorwort

In der Geschäftswelt ist Zeit ein wertvolles Gut. Ständig müssen Konzepte ausgearbeitet, Chancen erkannt und bewertet und komplexe Transaktionen gemanagt werden. Dafür benötigen Sie Informationen - in einer Form, in der das Wesentliche schnell erkennbar ist, also alles auf den Punkt gebracht. Deshalb zielen wir darauf ab, Konzepte und Ideen so klar wie möglich zu kommunizieren, um Ihnen ein Thema in kürzester Zeit nahe zu bringen. Dieser 15 Minuten-Leitfaden ist der zweite einer Serie, die mit dem „15 Minuten Leitfaden zum Enterprise Content-Management“ gestartet wurde. Der Name dieser Serie passt ganz genau, denn in nur 15 Minuten erfahren Sie das Wesentliche zum Thema. Dieser Leitfaden befasst sich mit der Bedeutung des Information Lifecycle Management (ILM) für Anwender von Enterprise Content-Management. Wir möchten Ihnen die wichtigsten Gründe zeigen, die für Information Lifecycle Management sprechen, warum Organisationen eine ILM-Strategie brauchen und welche Vorteile ILM für Anwender von Enterprise Content Management bringt.

Was kann man in nur 15 Minuten erreichen?

Es ist vielleicht interessant zu wissen, dass der Dichter Percy Shelley sein berühmtes Gedicht „Ozymandias“ offenbar in nur 15 Minuten schrieb - bei einem Dichterwettbewerb in einem Pub (siehe <http://www.poets.org/poems>). Sicher hat es etwas länger gedauert, diesen Leitfaden zu verfassen, aber Sie werden nicht länger als 15 Minuten brauchen, um ihn zu lesen.

Die Auswirkungen Ihres in 15 Minuten erworbenen Wissens werden Ihnen langfristigen Nutzen bringen - über Monate und Jahre. Sie sind absolut messbar, denn Sie können damit Tausende Euros sparen.

Inhalt

Was	4
Was ist Enterprise Content Management (ECM)? Welche Technologien sollte ich für das Management von unstrukturiertem Content, der in meiner Organisation enorm zunimmt, in Betracht ziehen?	
Warum	5
Warum sind ECM und verwandte Technologien für mich so interessant? Warum sollte ich ECM als eine strategische Notwendigkeit betrachten? Warum sollte ECM auf meiner Prioritätenliste für Investitionen ganz weit oben stehen?	
Wann	6
Ich muss etwas tun für das Management von all diesem unstrukturierten Content, aber wann ist der beste Zeitpunkt für die Implementierung? Sollte ich alles auf einmal implementieren oder die einzelnen Komponenten jeweils nacheinander, damit jede einzeln überprüft werden kann?	
Wie	8
Ist ECM nicht komplex? Wie kann ich solche Technologien erfolgreich implementieren, wenn sie sehr wahrscheinlich abteilungs- und funktionsübergreifend sind und auch Lieferanten, Partner und Kunden mit einbeziehen?	
Wo	9
Wo soll ich anfangen? Welche Bereiche in meinem Unternehmen sollten von den Vorteilen des ECM zuerst profitieren?	
Wer	11
Können wir die Implementierung mit internen Ressourcen durchführen? Oder brauche ich Hilfe von meinen Lieferanten? Gibt es externe Unternehmen, die Services anbieten, um uns bei der Erreichung unserer Ziele zu helfen? Und letztlich: Wer profitiert von den Vorteilen?	



Das Was?

Was ist Enterprise Content Management?

Enterprise Content Management (ECM) bezeichnet die Softwarekategorie, die bei der Verwaltung unstrukturierter Daten, dem so genannten Content, im Unternehmen zum Einsatz kommt. Diese Daten liegen in einer Vielzahl von digitalen Formaten vor: als Textdokumente, technische Zeichnungen, XML-Dateien, Fotos, Audio- und Videodateien sowie in zahlreichen anderen Dateitypen und Formaten. Mit einer ECM-Lösung lässt sich anhand gängiger Desktop-Applikationen und benutzerfreundlicher Vorlagen geschäftsrelevanter Content erzeugen. Auch bestehender Content aus verschiedensten Quellen kann so erfasst und eingebunden werden.

Enterprise Content Management verwaltet neben diesen Informationen auch den Content anderer Unternehmensapplikationen, zu denen z. B. Enterprise Resource Planning (ERP)- und Customer Relationship Management (CRM)-Software sowie Unternehmensportale gehören. ECM beinhaltet intelligente Funktionen und stellt ein Kategorisierungsschema, Metadaten und Tags zur Verfügung, mit denen sich Informationen sehr viel schneller suchen und abrufen lassen. ECM übernimmt ferner die Verwaltung von Prüf-, Überarbeitungs- und Freigabeprozessen für sämtliche Content-Elemente und geht dabei von benutzerdefinierten Geschäftsregeln aus. Um diese Funktionen zu erfüllen, ist ECM mit integrierten Fähigkeiten zur Workflow- und Lebenszyklusverwaltung ausgestattet.

Absolut stabile Lösungen ermöglichen es, die Beziehungen zwischen den einzelnen Content-Elementen zu verwalten, so dass ein gegebenes Content-Element je nach Kontext und Version mehrere Identitäten besitzen kann. Dieses Konzept ist unter der Bezeichnung „Objektmodell“ des Content Managements geläufig. In Kombination mit einer intelligenten Markierung von Content ermöglicht das Objektmodell die effiziente Mehrfachnutzung von Informationen.

Die Veröffentlichung von Content über mehrere Kanäle gehört ebenfalls zum Aufgabenbereich einer ECM-Lösung. So kann ein bestimmtes Content-Element beispielsweise gleichzeitig auf einer Website veröffentlicht, als Fax verschickt, als Textdokument gedruckt und an ein drahtloses Handheld-Gerät übertragen werden.

ECM wird allgemein als Verschmelzung zahlreicher unterschiedlicher Applikationen betrachtet, die zugleich alle miteinander verbunden sind: Enterprise Document Management (EDM), Web Content Management (WCM), Digital Asset Management (DAM), Enterprise Records Management (ERM), Business Process Management (BPM), Enterprise Content Integration (ECI) und Collaborative Content Management (CCM). BPM geht über die bloße Workflow- und Lebenszyklus-Verwaltung hinaus. Mit BPM lassen sich alle Arten von Geschäftsprozessen einheitlich und zuverlässig definieren, modellieren und verwalten, auch über Organisations-, System- und Anwendungsgrenzen hinweg. Die ECI-Technologie, ein Unterbereich von ECM, ermöglicht die Integration aller unternehmensexternen und -internen Content-Quellen, unabhängig davon, wo sie gespeichert sind oder wie auf den Content zugegriffen wird. Die Collaboration-Technologie, ein anderer Unterbereich von ECM, wird in Unternehmen immer wichtiger. Sie ermöglicht den Teilnehmern eines Geschäftsprozesses im Zusammenspiel mit BPM, im Team an einer Optimierung zum beiderseitigen Nutzen zu arbeiten. So werden Geschäftspartner, Lieferanten, Kunden und Agenturen auf kontrollierte Weise zusammengebracht und Collaboration Content, wie z. B. Diskussionsverläufe, Abstimmungsergebnisse und Dokumente verwaltet und wirksam eingesetzt.

Die gesamte Funktionalität des Enterprise Content Management verfolgt dabei einen einzigen Zweck: das Wissenskapital Ihres Unternehmens möglichst gewinnbringend auszuschöpfen.

Das Warum?

Warum ist ECM so wichtig für mich?

Es wird angenommen, dass unstrukturierter Content je nach Unternehmensbranche jährlich zwischen 65 % und 200 % wächst. Studien, die von EMC und anderen Quellen gesponsert wurden, haben ergeben, dass pro Person und Jahr weltweit 800 MB Daten oder Content produziert werden.

Unternehmen ersticken unter einem Berg von Content. Sie sind nicht in der Lage, diesen effektiv zu klassifizieren. Sie können nicht beurteilen, ob ein Content-Element wertvoll ist oder nur die Kanäle ihrer Dateisysteme verstopft. Sie können nicht feststellen, ob sie über die neueste Version verfügen. Sie wissen nicht, wer Zugang zum System oder wer die Kontrolle darüber hat. Unternehmen können den Lebenszyklus eines Content-Elements nicht überprüfen und in Geschäftsprozesse integrieren. Ein Content-Element wird vielleicht in mehreren Datenbeständen verwendet. Dabei sind die Auswirkungen, die eine Änderung auf ein Content-Element hat, nicht erkennbar. Wichtiger Content mag zwar vorhanden sein, aber in Repositories oder Dateisystemen abgelegt sein, wo er der Kontrolle durch das Unternehmen entzogen ist. Unternehmen sind nicht in der Lage, ein Content-Element unabhängig von seiner Quelle oder seinem Verwendungszweck effektiv wieder einzusetzen.

Es kann schnell passieren, dass Content, der auf einer Website für Kunden veröffentlicht wurde, nicht mit dem Content übereinstimmt, den der Kunde in einer entsprechenden Broschüre liest, in einem Call-Center erfährt oder in einer lokalen Zweigstelle vorfindet. ECM liefert eine Infrastruktur, die es ermöglicht, Content zu überwachen und diese Probleme in den Griff zu bekommen.

Viel wichtiger ist jedoch, dass ECM, auf Unternehmensebene eingesetzt, kommerzielle oder öffentliche Unternehmen dabei unterstützt, bestimmte Herausforderungen zu meistern. Die Welt wird immer mehr durch Vorschriften geregelt. Zudem werden die geltenden Vorschriften, unabhängig von der Branche, immer strikter. Die Compliance unterscheidet sich deutlich von Branche zu Branche: für die Life Sciences-Branche ist 21CFR Part 11 eine wichtige Vorschrift; für Finanzdienstleister Basel II, SEC 19B-4, SEC 17A-3 und 4; für die Mineralöl- und Gasindustrie OSHA und Umweltrichtlinien (EPA); für Staatliche Unternehmen Richtlinien zum Datenschutz und zur Informationsfreiheit usw. Trotz all dieser Vorschriften, gleich ob gesetzlich vorgeschrieben oder Best Practice, ist es jedoch für Unternehmen vorrangig, Prozesse in Bezug auf Content und Dokumente bereitzustellen. Das macht es erforderlich, bestimmten Content, der wertvoll, zulässig oder beides ist, für einen festgelegten Zeitraum in sicheren, unveränderbaren Speicherumgebungen abzulegen. Die Dokumentenverwaltung stellt zusammen mit ihrem verwandten Bereich Records Management die Strukturen bereit, mit denen die Richtlinien für ein Content-Element definiert werden können. Das Element wird in ein Speichersystem für Fixed Content wie EMC Centera integriert. So können die entsprechenden Richtlinien eingehalten werden, während die Unveränderlichkeit und Authentizität der Daten gewährleistet bleibt.

Die Kosten schnellen in die Höhe. Innerhalb von Unternehmen werden Content Management-Systeme unterstützt, die in Abteilungssilos enden und auf bestimmte Standorte beschränkt sind. Content kann nicht gemeinsam genutzt werden. Content wird verdoppelt, verdreifacht, oder noch schlimmer. Für Websites wird digitaler Content, wie Grafiken, benötigt. Unternehmen möchten Collaborative-Content archivieren können. Wenn E-Mail-Content aus allen Nähten platzt, wäre es von Vorteil, wichtigen Content zu kategorisieren und zu archivieren, und den Rest zu beseitigen. Die Lösung für diese und viele andere Probleme ist die Implementierung eines ECM-Systems.

Aber dieser ganze Aufwand soll nicht nur Kosten sparen und helfen, gesetzliche Vorgaben einzuhalten. Was wäre daran schon so besonders? Unternehmen wollen, dass sich ihre Systeme von anderen abheben; dass sich die Innovationsrate verbessert; dass sich die Entwicklung und Einführung neuer Produkte beschleunigt; dass sich neue Marktkanäle erschließen lassen usw.

Mit ECM-Systemen lassen sich diese Ziele erreichen: Zusammenarbeit mit Lieferanten, Partnern und Kunden zur Beschleunigung von Produktentwicklung und -einführung; effektive Verwaltung von Markendaten; Steigerung der Effektivität von Marktkanälen durch rechtzeitige und passende Auslieferung von Content an die entsprechenden Stellen usw. ECM reduziert die Endkosten, verschafft bessere Endergebnisse und hilft, den gesetzlichen Anforderungen zu entsprechen.

Das Wann?

Wann ist Eile geboten? Muss ich sofort etwas unternehmen?

Es ist wichtig, zu erkennen, dass die aktive Kontrolle über Content viele Vorteile hat. Aber wie wichtig ist dies im Vergleich zu allen anderen IT-Investitionen eines Unternehmens? Soll ECM vor anderen Investitionen Priorität bekommen? Content Management wird, in der einen oder anderen Form, als strategischer Investitionsbereich wahrgenommen. In einer Umfrage von Morgan Stanley, in der CIOs und IT-Führungskräfte nach ihren Investitionsprioritäten gefragt wurden, wurde Dokumentenverwaltungssoftware von allen Befragten hohe Priorität eingeräumt. Ein Großteil der ECM-Komponenten hat sich von einem Nischenprodukt zu einer etablierten Lösung entwickelt. Großhändler in den Bereichen Applikationen, Infrastruktur und Speicherlösungen haben mittlerweile ihr Augenmerk auf diese Softwarekategorie gerichtet. Ein sicheres Zeichen dafür, wie wichtig ECM für Unternehmen ist. Die Frage ist nun „Wann ist Eile geboten?“. Warum sollte ich ausgerechnet jetzt in ECM investieren? Sollte ich nicht lieber warten, bis sich der Markt weiterentwickelt hat und Großhändler ihre eigenen Lösungen für die Verwaltung von unstrukturiertem Content anbieten?

Kurz gesagt, nein. Es gibt mehrere Faktoren, die die Einbindung von Content Management-Technologien bereits jetzt schon absolut notwendig machen. Diese können ganz einfach zusammengefasst werden: Compliance, Collaboration und Konsolidierung. Diese drei Technologien unterscheiden sich nach Dringlichkeit und Fokus.

Wie bereits oben erwähnt, ist die Compliance eine treibende Kraft. Wenn ein Unternehmen nicht gewährleisten kann, dass die gesetzlichen Vorschriften eingehalten werden, haben der CEO und CFO am meisten zu verlieren. Beide sind nicht vor rechtlichen Folgen gefeit, wenn den Vorgaben nicht entsprochen wird. Die Verantwortung liegt beim CFO. ECM hat deshalb für ihn einen besonderen Stellenwert. In bestimmten Branchen stehen Fristen an, die eingehalten werden müssen. Die meisten europäischen Regierungen richten ihre Abteilungen und lokalen Behörden für den Online-Zugriff ein - nicht nur, um ihre Bürger mit Informationen zu versorgen, sondern auch, um einen aktiven Austausch mit ihnen zu ermöglichen und Vorgänge online abzuwickeln. In den USA stellt der Sarbanes-Oxley Act erhebliche neue Anforderungen an die Corporate Governance. Im Finanzsektor ist es der Basel II Capital Accord mit Schwerpunkt Risk Management, der den betreffenden Unternehmen einen Compliance-Termin bis 2005/2006 vorgibt. Die SEC-Vorschriften zur Archivierung von Unternehmenskommunikation bestehen zwar schon seit den 30er Jahren, werden aber in Bezug auf E-Mail-Archivierung und -Speicherung immer strenger. Mit dem Content Management steht Unternehmen ein Schlüsselinstrument zur Verfügung, um diesen vielfältigen Compliance-Anforderungen gerecht zu werden.

Konsolidierung ist ein zweiter wichtiger Antriebsmotor. Eine Aufgabe, die vor allem dem CIO vorbehalten ist. Der CIO ist dafür zuständig, seinem Unternehmen einen erstklassigen Service bereitzustellen und dabei IT-Möglichkeiten zu einem möglichst niedrigen Preis auszuschöpfen. Die Investitionen in IT-Lösungen sind nach wie vor sehr hoch, und es ist auch kein Rückgang in Aussicht. Die Erwartungen jedoch sind dementsprechend gestiegen. Der CIO muss die Kosten, die für sein Unternehmen entstehen, so weit wie möglich senken. Er ist auf der ständigen Suche nach Möglichkeiten, diese Vorgabe in die Praxis umzusetzen. Mit ECM-Systemen lassen sich diese Anforderungen bewältigen und gleichzeitig die Gesamtkosten senken. Anstatt viele verschiedene Systeme für die Verwaltung von Dokumenten, Multimedia-Daten, digitalem und Collaborative-Content sowie Records einzusetzen, können mit einer ECM-Lösung all diese Content-Arten in einem Standard-Repository verwaltet werden. ECM stellt darüber hinaus ein ganzes Bündel an Content-, Prozess- und Repository-Management-Services bereit, die sich auf alle Content-Typen gleichermaßen anwenden lassen. So ist es möglich, eine einzige, standardisierte Infrastruktur für Content zu implementieren, anstatt viele einzelne Systeme betreiben zu müssen. Die Größenvorteile (Economies of Scale) überwiegen, während die Gesamtkosten reduziert werden. Hinzu kommt, dass die Skalierbarkeit von ECM-Systemen ständig wächst. Repositories verwalten mittlerweile Milliarden von Objekten und bieten dabei immer noch Reaktionszeiten von unter einer Sekunde. Dies etabliert sie als interessante Alternative zu herkömmlichen Mainframes für Transaktionen mit hohem Content-Volumen, zu denen z. B. Darlehensanträge, die Schadensbearbeitung oder die Darlehensvergabe gehören.

Schließlich hat ein CEO das Ziel vor Augen, die Leistung seines Unternehmens, die Trefferquote für neue Produkte und die Reaktionszeiten der Supply Chain zu verbessern. Mit der Business Process Management- und der Collaboration-Technologie lassen sich diese Vorhaben verwirklichen. ECM ermöglicht es, die Geschäftsprozesse in einer grafischen Umgebung abzubilden, die bestehende Prozesse und virtuelle Arbeitsumgebungen einbindet und mit externen Systemen interagiert. Das Zusammenspiel dieser Elemente wird von einer Prozess-Engine umgesetzt, die für vielfältige Aufgaben zuständig ist: die Ausführung, Überwachung und Verwaltung von Geschäftsprozessen und Task-Warteschlangen; die automatische Bewertung von Geschäftsregeln; die Zuweisung von Tasks zum jeweils richtigen System, zur richtigen Gruppe oder zur richtigen Person zur richtigen Zeit; die Lieferung von Prüfdaten, die für die Feinabstimmung der Leistung und für Compliance-Initiativen dringend benötigt werden. Ferner besteht die Möglichkeit, virtuelle Arbeitsumgebungen einzurichten, denen Geschäftsprozesse zugeordnet werden. Von dort aus kann die Zusammenarbeit zwischen Lieferanten, Partnern und Kunden koordiniert werden. Die Pläne, Aufgaben und Ergebnisse usw. können festgehalten und über eine benutzerfreundliche Web-Oberfläche ausgetauscht werden. Wenn Collaboration mit einem grundlegenden Geschäftsprozess verknüpft wird, können Unternehmen Kundenbeziehungen verbessern, die Supply Chain optimieren und Produktinnovationen und -einführungen beschleunigen.

Sollte diese Technologie jetzt also sofort implementiert werden? Wenn ein Wettbewerbsvorteil erzielt werden soll: ja. Die Technologie ist heute stark genug, um einem Unternehmen effektiv Mehrwert zu verschaffen.

Das Wie?

Ich möchte die Technologie implementieren, aber wie gehe ich am besten vor?

ECM ist keine Einheitslösung, die für alle gleich gut geeignet ist. Die Anwendungsmöglichkeiten von ECM können enorm variieren. Ein Großhändler für Rennsportmotoren verwendet die Collaboration-Technologie z. B. um seine Lieferanten zusammenzubringen und seine Supply Chain zu optimieren; Pharma-Unternehmen nutzen sie für die Beantragung neuer Medikamente; Investmentbanken verwenden die Technologie, um die Vertragserstellung bei Swap- und Derivatgeschäften zu automatisieren; Regierungen setzen sie für Online-Portale für die Bürger ein; Fluglinien verwalten damit wichtige Flugzeughandbücher, und Einzelhändler benutzen sie, um Online-Kataloge zu erstellen und zu pflegen. In jedem Fall ist ein anderer Aspekt der Applikation von zentraler Bedeutung. Wie die Applikation zusammen mit anderen Applikationen funktioniert, ist ebenfalls von Branche zu Branche und von Applikation zu Applikation unterschiedlich. Es gibt eine Reihe von Grundlagen, die, rechtzeitig in Betracht gezogen, eine reibungslosere Implementierung ermöglichen.

Erstens ist die Auswahl der ECM-Applikation entscheidend. Die geplante Ausführung und Entwicklung des Content Management innerhalb eines Unternehmens bestimmt den Umfang und die Komplexität der gewählten ECM-Applikation. Es darf nicht unterschätzt werden, wie wichtig es ist, den richtigen Lieferanten auszuwählen. Jedes Unternehmen wünscht sich eine Partnerschaft mit einem zuverlässigen Lieferanten, der führende Produkte anbietet, sich aber auch um guten Kundendienst bemüht. Gerade im heutigen Wirtschaftsklima möchte man sichergehen, dass ein Lieferant finanziell so stabil ist, dass er langfristig Produkte entwickeln und einen dauerhaften Support liefern kann. Angesichts der Fülle an Lieferanten, die ECM-Lösungen anbieten, ist es ziemlich schwierig, einen bestimmten Lieferanten auszuwählen. Der aussagekräftigste Hinweis auf die Fähigkeiten eines Lieferanten und die Produktfunktionen, die er anbietet, ist in seinen Referenzen zu finden. Zudem sollte ein Unternehmen sichergehen, dass die entsprechenden Applikationen von einem anerkannten Kunden bestätigt wurden. Die meisten führenden ECM-Lieferanten stellen Tools und Material für den Beurteilungsprozess zur Verfügung. Documentum hat beispielsweise einen einfachen Leitfaden zu ECM entwickelt, in dem nur Tatsachen aufgeführt und ganz klar die Beurteilungskriterien aufgelistet werden, die für ein erfolgreiches Vorgehen notwendig sind.

Zweitens ist es wichtig zu überlegen, wie das ECM-System in einer bestimmten Geschäftsumgebung funktionieren wird. Kein ECM-System, das Mehrwert für einen wichtigen Unternehmensbereich schafft, wird als Einzellösung funktionieren. Es ist wichtig, den Content-Fluss innerhalb eines Unternehmens zu verstehen. Er wird auch als „Content Value Chain“ bezeichnet. Wo liegt der Ursprung von Content? Content kann von Experten aus einer bestimmten Abteilung produziert werden, von einer Unternehmensapplikation (wie CRM- oder ERP-System) erstellt werden, oder aus einer externen Quelle, von einem Geschäftspartner oder Lieferanten ins Unternehmen gelangen. Der Geschäftsprozess muss zugeordnet werden. Dabei ist es wichtig, zu beachten, wie und wo er Grenzen von Abteilungen oder Funktionen überschreitet. Beispiel: Ein Content-Element wird von einem Pharmaforscher in einem Labor erstellt. Dieser Content kann Teil eines Patentantrages, einer klinischen Studie, einer Beantragung eines neuen Medikaments sein oder sogar zu den Schulungsdaten für den Außendienst gehören. Der Content überschreitet viele Grenzen innerhalb und außerhalb des Unternehmens und muss mit Systemen wie Publishing Engines, Applikationen für klinische Studien und einem Vertriebs- und Marketingportal interagieren können.

Wenn der Geschäftsprozess einmal zugeordnet ist, kann eine Auswirkungsanalyse durchgeführt werden. Dabei werden alle erforderlichen Integrationspunkte genau aufgezeigt. Zudem muss der Umfang der notwendigen Entwicklungsarbeiten und Anpassungen eingeschätzt werden. Anhand der Ergebnisse wird dann die Anzahl der verfügbaren Ressourcen festgelegt. ECM-Systeme beinhalten im Normalfall integrierte Entwicklungsumgebungen (IDEs), um die Entwicklung an sich zu verbessern und zu beschleunigen.

Das Wo?

Wo soll ich anfangen? Lieber alles in einem Aufwasch oder Abteilung für Abteilung?

Wer davon überzeugt ist, dass eine Implementierung von ECM-Technologien notwendig ist, fragt sich jetzt sicherlich, wo man am besten anfangen sollte. Ist ein umfassendes Implementierungsprojekt innerhalb des gesamten Unternehmens notwendig, wie es viele Unternehmen in den späten 90er Jahren mit ERP-Systemen gemacht haben? Oder ist eher eine schrittweise Methode empfehlenswert, mit der ECM Abteilung für Abteilung implementiert und stufenweise im Unternehmen eingeführt wird? - Nach dem Grundsatz „Klein anfangen, groß denken und schnell handeln“. Die Antwort ist: beide Methoden sind möglich. Es gibt sicherlich gewisse Vorteile, die für eine schrittweise Implementierung von ECM sprechen. So kann man sich auf bestimmte Schlüsselanforderungen konzentrieren, ein Budget genehmigen lassen und schnellstmögliche Erfolge erzielen.

Womit beginnt man also? Als erstes müssen die wichtigsten Investitionsbereiche ermittelt werden. Ist es notwendig, gesetzliche Vorschriften zu erfüllen und ein Compliance-Kontrollsystem zu implementieren, in dem Nachweise, elektronische Signaturen und langfristige Aufbewahrung von Content Vorrang haben? Wenn ja, wird empfohlen, mit der Implementierung eines Dokumentenverwaltungssystems zu beginnen, das, wenn möglich, auch mit Records Management ausgestattet werden sollte. Den Unternehmen, für die es eine entscheidende Anforderung ist, die Beziehungen zwischen Lieferanten und Geschäftspartnern effektiver zu verwalten, werden Business Process Management- und Collaboration-Systeme empfohlen. Wer seine größte Herausforderung in der Verbesserung der Qualität und Funktionalität von Websites für Kunden sieht, sollte mit Web Content Management anfangen. Es gibt noch viele andere Beispiele für Content-bezogene Prozesse, die für Unternehmen von zentraler Bedeutung sind und die mithilfe von Content Management-Systemen verbessert werden können: Katalogverwaltung, Erstellung von Richtlinien, Eröffnung neuer Konten, Derivat-Verarbeitung, SOP-Verwaltung, Verarbeitung von Rechnungen (oder Forderungen oder Bewerbungen) usw. Auch hier sollten zuerst die wichtigsten Bereiche ermittelt werden und bei der Implementierung Vorrang genießen.

Es gibt Unternehmen, die ECM als ganzheitliche Lösung betrachten und es sich als erstes zum Ziel setzen, ein unternehmensweites Content Management-Basisnetz zu implementieren. Solche Unternehmen sehen ECM als eine Infrastrukturtechnologie an, vergleichbar mit einer relationalen Datenbank oder einem ERP-System. Sie beginnen die Implementierung jedoch prinzipiell Abteilung für Abteilung und haben dabei ein klares Bild vor Augen, wie eine Verbindung zwischen den Abteilungen hergestellt wird, um Content in allen Geschäftsprozessen optimal zu nutzen. Nur wenige strategische Geschäftsprozesse sind auf eine einzige Abteilung beschränkt, und bei den meisten ist wichtiger, unstrukturierter Content zu finden. Unternehmen mit Weitblick erkennen diese Tatsache.

Eines ist jedoch klar: Ein Unternehmen beschränkt sich äußerst selten auf eine einzige EMC-Applikation. Erfahrungen zufolge implementieren die meisten mittelständischen bis großen Unternehmen mindestens drei oder sogar noch mehr Content-bezogene Applikationen, nachdem sie erste Erfolge mit einer ECM-Applikation verzeichnen konnten. Und das ist der entscheidende Punkt: Man kann davon ausgehen, dass ECM, wenn es einmal eingesetzt wurde, über kurz oder lang und in der einen oder anderen Form in mehr als nur einem Unternehmensbereich implementiert wird. Geschieht dies, entsteht auch schnell der Wunsch, Content systemübergreifend nutzen zu können.

Die Verwendung unterschiedlicher ECM-Komponenten birgt das Risiko einer komplizierten Systemeinbindung und vor allem erheblicher zusätzlicher Kosten. Wenn ein Unternehmen nämlich verschiedene Applikationen für das ganze Spektrum seiner Content Management-Anforderungen einsetzt, die sich lediglich untereinander verständigen können, bedeutet das ebenfalls eine ganze Reihe von Freigabezyklen, mehrere Gruppenzugehörigkeits- und Sicherheitsmodelle, mehrere Datenbanken, Objektmodelle und Überwachungslisten und außerdem isolierte Datensilos und Plattformzertifizierungen, verschiedene Synchronisierungsschnittstellen mit anfälligen Integrationen und Architekturen. Bei diesem Ansatz schnellen die Gesamtbetriebskosten (TCO) rasch in die Höhe. Der Bedarf verschiedenster Fachleute, besonders im IT-Bereich, erhöhte Administrationskosten für die Unterstützung zeitversetzter Produktfreigaben sowie erhöhte Administrationskosten für die Zusammenstellung der verschiedenen Berichte und Überwachungslisten aus den verteilten Systemen fordern ihren Tribut. Weiterhin bremsen die unterschiedlichen Synchronisierungsschnittstellen all dieser Systeme die Leistung. Es steigt das Risiko von Systemausfällen, und das Erstellen einer einzigen Überwachungsliste für Compliance-Zwecke gestaltet sich schwierig.

Bei der Überprüfung individueller Content Management-Bedürfnisse sollte also immer beachtet werden, wie das anfangs ausgewählte System später auf andere Abteilungen und Geschäftsprozesse ausgeweitet werden kann. Ein Beispiel: Zu Beginn wurde in einem Unternehmen eine Records Management-Applikation implementiert, um zu gewährleisten, dass z. B. das Gesetz zur Freigabe von Informationen eingehalten wird. Bei der nächsten Implementierung könnte es sich um eine Applikation handeln, die die Customer Relationship Management-Applikation in Bezug auf unstrukturierten Content unterstützt. Wäre es nicht effektiver, wenn beide Applikationen von einem einzigen Content Management-Service stammten?

Der Vorteil liegt auf der Hand: Alle Applikationen mit einer gemeinsamen Codebasis, nur ein Gruppenzugehörigkeits- und Sicherheitsmodell, nur eine Datenbank, nur ein Objektmodell, eine Überwachungsliste und eine einheitliche Administrationskonsole. Eine einheitliche Plattform für alle Content Management-Anforderungen bedeutet geringere Kosten für Implementierung und Administration, einen geringeren Schulungsaufwand und hat weniger Schnittstellen und weniger Integrationspunkte, die verwaltet werden müssen. Weniger Integrationspunkte bedeuten gleichzeitig überragende Leistung und Zuverlässigkeit und somit ein vermindertes Systemausfallrisiko. Ein einheitliches Sicherheitsmodell, eine Überwachungsliste und eine Administrationskonsole bedeuten ein weitaus sichereres System, in dem Verantwortlichkeiten besser zugeordnet und transparent gemacht werden können.

Das Wer?

Wer übernimmt die Arbeit? Wer profitiert davon?

Die Anzahl der Ressourcen, die erforderlich sind, um ECM-Technologien erfolgreich in einem Unternehmen zu implementieren, hängt natürlich vom Umfang der Implementierung ab. Wird z. B. die Erstellung und Verwaltung von Websites geplant, stehen innerhalb der Web Content Management-Technologien Tools zur Verfügung, die einen Großteil der Arbeitsprozesse automatisieren. Mithilfe von Vorlagen, XSL-Stylesheets und XML-Unterstützung wird die Erstellung und Verwaltung von Content flüssiger und weniger techniklastig. Diese Technologien sind darauf zugeschnitten, einen Webmaster-Engpass zu verhindern, bei dem der gesamte Content von einem Techniker neu formatiert werden muss, bevor er auf der Website veröffentlicht wird. Bei der Implementierung von Content Management-Applikationen sind technische Kenntnisse in Java, J2EE, .NET und COM-Technologien nützlich. Steht die Verwaltung von Multimedia, z. B. für einen Online-Katalog oder Video-Streaming im Vordergrund, sind eventuell bestimmte digitale Fähigkeiten erforderlich. Auch die Einspeisung eines Video-Streams, die Transcodierung von einem Format zum anderen und das Streamen an verschiedene Geräten erfordert eine gewisse technische Erfahrung. ECM-Lieferanten haben es sich jedoch zum Ziel gesetzt, intuitive, benutzerfreundliche Applikationen zu entwickeln. Ein Großteil der Komplexität bleibt dem Entwickler, dem Administrator und tatsächlich auch dem Kunden verborgen.

Die Implementierung eines Content Management-Systems im kleinen Rahmen, die sich nur auf eine Abteilung beschränkt, erfordert nicht viel mehr als die Hilfe eines Administrators. Die meisten ECM-Produkte werden mit einer stabilen Installationssoftware ausgeliefert, die eine große Erleichterung bei der Implementierung darstellt. Da die meisten Client-Schnittstellen webbasiert sind, wird Benutzern viel Arbeit erspart. Das Hauptaugenmerk sollte vielmehr darauf gerichtet werden, Schulungen und Informationen bereitzustellen, um die Verwendung des Systems zu unterstützen.

Wenn die Implementierung jedoch umfassender ist, werden auf jeden Fall entsprechend mehr Ressourcen benötigt, die sich auf eine erfolgreiche Implementierung konzentrieren. Wer eine effektive Analyse durchgeführt hat und den Content-Fluss nach dem Geschäftsprozess modelliert hat, kann sich auf seine Beurteilung der erforderlichen Anpassungs- oder Entwicklungsarbeiten verlassen. Bei der richtigen Auswahl der ECM-Plattform helfen die Entwicklungsumgebung und die administrative Schnittstelle zur Anpassungsverwaltung, die unternehmensspezifischen Anforderungen zu unterstützen. Die Anzahl der Ressourcen, die hier benötigt werden, hängt vom Umfang der Implementierung ab. Eine unkomplizierte, mithilfe eines Web Content Management-Systems bereitgestellte Internetpräsenz kann innerhalb von wenigen Wochen entwickelt und zum Laufen gebracht werden.

Für komplexere Prozesse ist eine entsprechend längere Implementierungszeit anzusetzen. Bei relativ komplexen Geschäftsprozessen gewinnt man schnell den Eindruck, dass der Zeitaufwand für Analysen dem für die Implementierung der Technologie entspricht. Bei besonders umfassenden Umgebungen, für die eine komplexe Workflow- und Lebenszyklusverwaltung notwendig sind, ist es ganz besonders wichtig, schon im Voraus die Geschäftsprozesse zuzuordnen.

Das kann allerdings durchaus mit der Hilfe eines externen Geschäftspartners erfolgen. Eine Vielzahl von Systemintegratoren besitzt umfangreiche Erfahrungen in der Implementierung von Content Management-Applikationen. Sie können Implementierungen in dem Umfang durchführen, der vom Unternehmen gewünscht wird. Jeder Systemintegrator hat eine andere Spezialisierung, Kernkompetenz und andere Projektmanagement-Qualifikationen. Es wird ein Profilvergleich und Gespräche mit verschiedenen Mitgliedern der Content Management-Gemeinschaft empfohlen. Bezieht sich die Anforderung auf die vertikale Branche, ist die Liste der potenziellen Integratoren vermutlich kleiner, jedoch effektiver. Oft sind ihre Bemühungen den Preisaufschlag, den sie höchstwahrscheinlich verlangen werden, wert.

Die letzte Frage ist schließlich: Wer profitiert eigentlich von ECM? Vor allem profitiert das Unternehmen von ECM. Das Personal zieht Vorteile daraus, Zugang zum aktuellsten und offiziell genehmigten Content zu haben. Lieferanten können eine intensivere Geschäftsbeziehung zum Unternehmen aufbauen, da Collaborative-Technologien implementiert werden, die die Supply Chain verbessern. CFOs werden es gutheißen, dass sie eine Möglichkeit zur Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften und der Corporate Governance an die Hand bekommen. CIOs werden besonders davon profitieren, dass die IT-Kosten gesenkt werden und der gesamte unstrukturierte Content des Unternehmens strukturiert wird. Letztendlich, und wahrscheinlich ist dies auch der wichtigste Punkt, wird der CEO die Möglichkeit begrüßen, sich auf erstklassige Endergebnisse und einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil konzentrieren zu können.



Unternehmensinformationen

Die EMC Corporation (NYSE: EMC) ist der weltweit führende Anbieter von Produkten, Services und Lösungen für die Speicherung und das Management von Informationen. Wir helfen Unternehmen und Organisationen, vom maximalen Nutzen aus ihren Informationen zu profitieren - zu den geringstmöglichen Gesamtkosten und an jedem Punkt des Informations-Lebenszyklus. Informationen über Produkte und Services von EMC finden Sie unter www.emc2.de.

Wenn Sie mehr über Enterprise Content Management wissen möchten, besuchen Sie uns online unter www.software.emc.com oder rufen Sie uns an: **0800 - 10 16 944** (gebührenfrei in Deutschland)

EMC²
where information lives™

EMC Deutschland GmbH
EMC Software Group
Inselkammerstraße 2
82008 Unterhaching
Telefon: +49 89 6 66 81-0
Fax: +49 89 6 66 81-111
Website: www.emcsoftware.de

EMC Computer Systems AG, Schweiz
Hardturmstrasse 181
8005 Zürich
Telefon: +41 43 444 66 66
Fax: +41 43 444 66 67
Website: www.emcsoftware.ch

EMC Computer Systems Austria
Am Euro Platz 1 / 4.OG
(Wienerbergstrasse 41-43)
1120 Wien
Telefon: +43 1 599 52-0
Fax: +43 1 599 52-900
Website: www.emcsoftware.at

EMC², EMC und „where information lives“ sind Marken von EMC Corporation. Alle anderen in diesem Dokument erwähnten Marken sind im Besitz der jeweiligen Eigentümer.

© 2006 EMC Corporation.
Alle Rechte vorbehalten.
Hergestellt in den USA. 3/06

S10320306V3