

Horst Ziegler, Vorstandsvorsitzender zetVisions AG

Der Einstieg in die Zukunft: Vom Internetauftritt zum personalisierten Arbeitsplatz

Konsolidierung, Kostensenkung, Effizienzsteigerung – das sind die gegenwärtigen Schlagworte in der IT-Branche. In den Hintergrund gedrängt werden Innovation, der nach vorne gerichtete Blick, der Mut, in die Chancen der Zukunft zu investieren. Sicher, in Zeiten knapper Kassen, flauer Wirtschaft und stetig steigendem Wettbewerbsdruck durch Öffnung der Märkte haben die Controller in den Unternehmen das Sagen. Gerade in solchen krisenhaften Situationen sind aber unternehmerische, weit blickende Manager gefragt, die über den nächsten Quartalsbericht hinaus blicken. Ein Unternehmen fit für die Zukunft zu machen darf nicht ausschließlich in Kostensenkungsprogramme bedeuten – sondern muss eine Stärkung der Kernkompetenzen, ein stetiger Innovationsfluss und die Schaffung einer leistungsfähigen Infrastruktur von der Verwaltung bis hin zur IT beinhalten. Dieser Artikel soll aufzeigen, wie die stufenweise Einführung eines Unternehmensportals sowohl zur Kostensenkung als auch zur Innovationserleichterung beiträgt.



1. Kostengünstiger Einstieg

Ein gut gepflegter Internetauftritt gehört mittlerweile zum Standard eines jeden Unternehmens ab einer gewissen Größe. Er dient der qualitativ hochwertigen Außendarstellung und erleichtert die Erstkontakte von außen ungemein – ob es sich um Pressevertreter, Interessenten oder Jobsuchende handelt. In Bereichen, wo dies sinnvoll ist, kann über das Internet ein zusätzlicher Vertriebskanal mittels Shop-Applikation oder ein Servicebereich mit Downloads und FAQ-Support angeboten werden.

Von Zeit zu Zeit muss ein solcher Internetauftritt grundlegend überarbeitet werden, aus verschiedenen Gründen: Die Kommunikations- oder Corporate-Design-Richtlinien des Unternehmens haben sich geändert, Angebot und Ausrichtung haben sich an wechselhafte Marktgegebenheiten angepasst oder die Standards im Internet haben sich derart

weiterentwickelt, dass ein veralteter Internetauftritt als Wettbewerbsnachteil angesehen werden könnte.

Bei diesen Ersatzinvestitionen ergibt sich die Gelegenheit, neue Funktionen und Module einzuplanen und einen deutlichen Mehrwert zu schaffen. Die Integration einer Newsletter-Funktionalität wäre hierfür ein Beispiel oder auch ein geschlossener Bereich für spezielle Zielgruppen (Kunden, Geschäftspartner). Aber diese Erweiterungen haben auch eigene Probleme: Oft wird damit eine weitere proprietäre Insellösung geschaffen, die auch nachträglich kaum mehr in bestehende oder neu anzuschaffende Systeme integriert werden kann – etwa ein CRM-System, aus dem die Newsletterdaten generiert werden können.

Schon an dieser Stelle muss also eine strategische Entscheidung getroffen werden: Soll der neue Internetauftritt Teil eines integrierten, ausbaufähigen Gesamtkonzepts sein oder kann auf die dadurch möglichen Effizienz- und Investitionssicherungsgewinne verzichtet werden? Mit einer flexiblen Portallösung, etwa dem zetSmartPortal der zetVisions AG (www.zetvisions.com), kann innerhalb kurzer Zeit ein voll funktionsfähiger Internetauftritt ohne Programmieraufwand und mit umfangreichen Content-Management-Funktionen bereitgestellt werden – und man erhält zusätzlich die Option auf eine nachträgliche Erweiterbarkeit. Der Charme an der Lösung: Die Kosten bleiben für den Moment mit denen eines „normalen“ CMS vergleichbar, man erhält allerdings eine Option auf die Zukunft – nämlich Flexibilität und Erweiterbarkeit, wie sie nur ein Portal der neuen Generation bieten kann.

2. Nächster Schritt: Prozessintegration

Im nächsten Schritt kann damit begonnen werden, Prozesse zu integrieren: formularbasierte Urlaubsanträge, automatisierte Workflows, Reisekostenerfassung, effizientes Wissensmanagement und so weiter und so weiter. Bis vor einiger Zeit blieb Unternehmen gar keine andere Wahl, als dafür ein eigenständiges Intranet aufzubauen. Das bedeutete Kosten für neue Hardware, Einrichtung, Schulung – und ein zusätzliches System, an das die Anwender wieder gewöhnt werden mussten. In Großkonzernen lohnt sich der Aufwand vielleicht – für mittelständische Unternehmen ist der Aufwand schwer zu kalkulieren.

Wenn allerdings bereits der Internet-Auftritt mit Hilfe eines Portals realisiert ist, kann über ein entsprechend leistungsfähiges Berechtigungsmanagement sehr leicht ein interner Bereich geschaffen werden, der zunächst einmal alle Funktionen eines „Internets für internen Gebrauch“ erfüllt – also Text und Neuigkeiten präsentiert, auf Veranstaltungen hinweist, verschiedene Dokumente zum Download bereit hält. Ein zetSmartPortal kann aber noch mehr: Ein Formulareditor erlaubt es, ohne jede Programmierkenntnisse Prozesse zu modellieren und darzustellen. Die Einbindung von Back-end-Systemen erlaubt es dabei, eine leicht bedienbare Oberfläche für komplexe Vorgänge zu entwickeln.

Welche Prozesse „portalfähig“ sind, kann das Unternehmen selbst herausfinden und gemeinsam mit dem Portalanbieter nach Lösungen suchen. Ob es sich dabei um einfache Workflows oder aufwändige SAP-Integration handelt: die grundsätzliche Leistungsfähigkeit des Portals als Integrationsplattform ist die Basis.

3. Ausbaustufe: Integrierter, personalisierter Arbeitsplatz

Den höchsten Wirkungsgrad erzielen Portale allerdings dann, wenn für jeden Mitarbeiter genau die Systeme mit genau den Funktionen zur Verfügung stehen, die dieser benötigt. Buchhaltung, Customer Relationship Management, Dokumentenverwaltung – die unterschiedlichsten Applikationen lassen sich über ein Portal zur Verfügung stellen. Spätestens an dieser Stelle versagen „traditionelle“ Ansätze. Ein drittes System neben Internet und Intranet kann diese Leistungsfähigkeit nicht bieten, die gerade in der Reduktion von Komplexität liegt.

Nehmen wir als Beispiel die Funktion „Extranet“, etwa für den Vertriebsaußendienst eines produzierenden Betriebs. Den Mitarbeitern vor Ort müssen in aller Regel nicht nur Kommunikationstechnologien (E-Mail, Fax) zur Verfügung stehen, sondern auch Dokumente unterschiedlichster Art, die teils sehr zeitnah produziert werden – etwa Dokumentationen oder Vertragsänderungen. Mit Hilfe eines Zugangs von außen in den internen Bereich eines Portals, bleibt dieser Mitarbeiter in der Unternehmensinfrastruktur viel stärker eingebunden, als dies über jede andere Lösung möglich wäre. Zudem kommt es gerade im Einsatz beim Kunden darauf an, dass ein schneller, problemloser Zugriff auf unterschiedliche Daten möglich ist. Eine Personalisierung auf den einzelnen Benutzer ist daher unabdingbar.

Das Ergebnis einer hohen Ausbaustufe eines Unternehmensportals ist eine konsolidierte Systemlandschaft, deutlich schlankere Prozesse und eine gesteigerte Effizienz. Das führt auf der einen Seite natürlich zu erheblichen Einsparpotenzialen. Auf der anderen Seite ergeben sich ganz neue Möglichkeiten in den Bereichen Wissensmanagement, Collaboration und Business Intelligence – um nur einige Beispiele zu nennen. Damit steht eine innovationsfördernde Infrastruktur für einen nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens zur Verfügung – mit dem kurzfristigen Nebeneffekt einer Konsolidierung und Kostensenkung.

4. Ausbaustufe: Einbindung externen Partner

Wenn die Systemlandschaft dann so weit konsolidiert ist, ist es ein leichtes, geeignete Schnittstellen zu externen Geschäftspartnern zu schaffen. Natürlich ist das zeitlich gesehen auch schon während vorheriger Schritte innerhalb eines Portalprojekts möglich, ist aber nicht zwingend erforderlich.

So ist es zum Beispiel denkbar, dem Lieferanten einen direkten Zugriff auf die Lagerbestandsdaten zu geben und durch eine vorausschauende, schnellere Nachlieferung von stark nachgefragten Produkten ein höheres Marktpotenzial zu bedienen. Umgekehrt haben externe Vertriebspartner ein essentielles Interesse an der Lieferbarkeit hinsichtlich Zeit und Quantität. Auch hier ergibt sich erhebliches Wertschöpfungspotenzial, vor allem hinsichtlich einer gesteigerten Kundenzufriedenheit durch Echt-Zeit-Auskünfte und Auslieferungszeitplan.

Weitreichende Entscheidungen wie die Einführung eines Portals sind dann nicht riskant, wenn sowohl Funktionalität als auch die Kosten leicht gestuft und angepasst werden können und damit Investitionen planbar und überprüfbar bleiben. Das Zusammenwachsen vorher getrennter Medien ist mehr als nur eine Vereinfachung, sondern ein qualitativer Sprung im technischen Instrumentarium jedes Unternehmens.

Kontakt

Horst Ziegler
zetVisions AG
Im Breitspiel 21
69126 Heidelberg

Tel. 06221/339 38-0
Fax 06221/339 38-922

horst.ziegler@zetvisions.com
www.zetvisions.com