

Horst Ziegler, zetVisions AG

## Portale und Business Intelligence gehören zusammen!

Ob man es aus Anwendersicht, von der Kostenseite oder der technologischen Entwicklung betrachtet: Ohne Business Intelligence sind Portale nur die Hälfte wert – ebenso umgekehrt. Erläuterungen dazu und zehn Thesen zum Portalmarkt in diesem Artikel. Der Autor ist Gründer und Vorstandsvorsitzender der zetVisions AG ([www.zetvisions.de](http://www.zetvisions.de)) in Heidelberg.

In der August-Ausgabe 2003 des E-Commerce-Magazins wurde innerhalb eines Schwerpunktthemas „Portale“ „die zweite Generation“ ausgerufen. Nach einem ersten Hype hätten sich Unternehmensportale etabliert, es komme jetzt verstärkt auf Anwendungsintegration an. Ein Jahr später im gleichen Magazin gab es erneut ein Portalspecial. Dort war bereits von der vierten Generation von Portalen die Rede, dieses Mal mit Prozessen als Kernthema. Immerhin hat sich die Generationszählung auch im abgelaufenen Jahr 2005 behauptet und in „manage it“ wurde nach wie vor „die vierte Generation: Prozessportale“ verkündet.

Man kann zweierlei Schlüsse ziehen: die vierte Generation ist erwachsen geworden und unterdrückt jegliche Nachkommen. Oder, realistischer, Portale hatten von Anfang immer die gleichen Themen und die gleichen Ansätze – sehr viel geändert hat sich daran nichts in den letzten drei bis fünf Jahren. Man hat nur gelernt, dass der konkrete Nutzen einer derartigen IT-Investition viel deutlicher dargestellt werden muss. Und das geht nun mal entweder über gesteigerte Wertschöpfung oder gesenkte Kosten, beides erreicht durch Prozessoptimierungen.

Portale stellen Zugänge zu Informationen und Prozessen her. Die Relevanz dieser Informationen und Prozesse ist der entscheidende Faktor. Es drängt sich geradezu die Verbindung mit „Business Intelligence“ auf. Unter diesem Begriff versteht man, verkürzt formuliert, nichts anderes als die Bereitstellung von geschäftsrelevanten Informationen zur Entscheidungsunterstützung. Meine These ist demnach: Ohne Portale ist Business Intelligence nicht denkbar und ohne Business Intelligence sind Portale sinnlos.

### **Anwenderperspektive: Hochwertigere Informationen für mehr Empfänger**

Die Benutzer eines Portals wollen Informationen vorfinden, die für sie relevant und wichtig sind. Dabei kann es ganz unterschiedliche Nutzergruppen geben, von Mitarbeitern, Management und Geschäftsführung über Lieferanten und Partner bis zu Kunden, Banken oder Investoren.

Der Trend zu einer Ausweitung der Zielgruppen ist unverkennbar: Ohne umfangreiche und aktuelle Informationen auf allen Ebenen ist ein Unternehmen nicht steuerbar.

Geschäftsinformationen müssen in je unterschiedliche Form – verdichtet, detailliert, eingeschränkt, umfassend – zur Verfügung gestellt werden. Wenn es sich dabei um aktuelle und das eigene Tätigkeitsfeld betreffende Informationen handelt, muss man sich auch keine Sorgen um die Akzeptanz von Portalinitiativen machen.

### **Kostenperspektive: Verteilung und Genierung von Informationen**

Mittlerweile gibt es manche Business-Intelligence-Anbieter, die zu ihren Produkten ein Berichtportal mit ausliefern. Dadurch werden aufwändige Client-Installationen ebenso vermieden, wie Schulungskosten für die immer zahlreicheren Nutzer gesenkt. Ein Bericht, der über ein Intranet ständig aktuell verfügbar ist, muss nicht teuer ausgedruckt und verschickt werden, die Archivierung erfolgt zentral und digital, Berichtsvarianten können dank multidimensionaler Datenaufbereitung ad hoc generiert werden – alles Faktoren, die zu einer erheblichen Kostenreduktion beitragen.

Aber Kostenreduktion ist nicht alles: Die Steigerung der Datenqualität wird vor allem beim Einsammeln von Daten hergestellt. Auch hier können Portale gute Dienste leisten. Periodische Freischaltung von Datenerfassungsmasken, dezentrale Pflege und zentrale Validierung, erläuternde Texte und erklärende Kommentare sind geeignete Methoden, die nur mit einem entsprechend leistungsfähigen Portal eingesetzt werden können.

Während heute vor allem die Informationsverteilung mit Portalen organisiert wird, wird zukünftig stärker auch die Informationsgewinnung für einen vermehrten Einsatz von Portaltechnologie sorgen. Alleine durch dezentrale Erfassung und workflow-gestützte Freigabe können enorme Einsparungen realisiert werden – vor allem, wenn es sich um unstrukturierte Informationen handelt, die nicht automatisiert in ein Datawarehouse geladen werden können.

### **Inhaltliche Perspektive: Strukturierte und unstrukturierte Informationen**

Angenommen, das Management-Cockpit im Unternehmensportal meldet einen Umsatzanstieg von 10 Prozent. Das klingt gut. Wenn allerdings gleichzeitig der Markt um 20 Prozent gewachsen ist, sieht das schon anders aus. Eine solche Marktinformation steckt jedoch nicht in den eigenen Finanz-IT-Systemen – wohl aber lässt sich diese per Webservice beziehen oder aus einer Datenbank besorgen. Erst mit einem Portal wird die Information wirklich komplett und dadurch aussagefähig. Umgekehrt hilft ein Portal, das lediglich die Marktinformation zusammenfasst, auch nicht weiter.

Der weitaus größte Teil von Informationen in den Unternehmen liegt nicht in Form von auswertbaren Tabellen und Zahlen vor, sondern in Anleitungen, Zeichnungen, Protokollen, Handbüchern, Patentschriften, kurz: in einer Unzahl heterogener Dokumente. Um einen vollständigen Geschäftskontext herzustellen ist also ein System gefragt, das strukturierte

ebenso wie unstrukturierte Informationen darstellen kann. Mit einem integrierten Dokumentenmanagement einschließlich Klassifizierungsmöglichkeiten, geeignetem Contentmanagement und intelligenten Suchfunktionen ist schon viel gewonnen.

Oft würde die Nutzung von BI-Systemen schon dadurch sprunghaft steigen, wenn man bestehende Berichte und Auswertungen um erklärende Texte, aktuelle Nachrichten, vertiefende Dokumente und vor allem um eine effiziente Prozesssteuerung (Workflows) zur Durchführung der notwendigen Aktionen erweitern könnte. Dazu benötigt man ein ausgewachsenes Portal mit eingebetteten Business Intelligence-Funktionen.



Nur auf mit einem Portal können Informationen aus einem Business-Intelligence-System direkt genutzt werden. Im Beispiel ein Workflow in zetControl SMB, der Unternehmenssteuerungslösung der zetVisions AG.

### Marktentwicklung

Wenn man sich nun umschaut, wie sich sowohl Portalhersteller als auch Business-Intelligence-Anbieter momentan entwickeln, lassen sich zwei Lager feststellen. Die einen bleiben in ihrer jeweiligen Nische und bieten - wenn sie aus der Portalecke kommen - unverdrossen verbesserte Contentmanagementsysteme als Baukästen an oder - die BI-Anbieter - stricken statische HTML-Seiten um ihre OLAP-Datenbanken. Andere wiederum versuchen, auf die eingangs erwähnte Integration von Informationen, Prozessen und Menschen zu reagieren, und ergänzen sukzessive ihr Produktportfolio um die jeweils fehlenden Komponenten beziehungsweise krempeln ihre Lösungspalette entsprechend um.

Die zetVisions AG hingegen hat seit der Unternehmensgründung das Konzept verfolgt, Business Intelligence und Portaltechnologie von Beginn an konsequent in fertigen Lösungen zu verbinden. Beispielsweise steht so mit zetControl SMB eine ausgereifte, und ergonomisch mit SAP integrierte Unternehmenssteuerungssoftware zur Verfügung, die auch für mittelständische Unternehmen erschwinglich ist und neben betriebswirtschaftlichen Inhalten auch eine aktive Prozessunterstützung sowie die Einbettung von Controlling-Daten in den gesamten Geschäftskontext erlaubt. Völlig andere Beispiele sind unsere Standardlösungen für Studentenwerke oder Private Equity-Unternehmen, welche basierend auf der gleichen Technologie ganz andere, individuelle Prozesse dieser Branchen in das jeweilige Portal integriert.

### **Zusammengefasst meine Thesen zum Portalmarkt:**

1. Ohne Prozesse und deren Integration bleiben Portale ungenutztes Flickwerk.
2. Ein einheitliches System für Internet, Extranet und Intranet unter Berücksichtigung der CD-Richtlinien gehört heute zur notwendigen Unternehmensinfrastruktur.
3. Der Kunde will schnelle Erfolge und ROI's durch schrittweise Implementierung.
4. Akzeptanz bei Mitarbeitern ist erfolgskritisch. (Usability, Performance)
5. Portalprojekte müssen vom Top-Management initiiert und gesponsort werden. Deshalb ist unbedingt ein Managementinformationssystem zu integrieren.
6. Die Kosten einer Portaleinführung bleiben weiterhin ein Schlüsselfaktor für die Entscheidung für ein Portalprojekt vor allem im Mittelstand.
7. Vordefinierter Business Content (Best-Practices oder Branchenlösungen) und benötigte Ressourcen (IT, Personal) werden deshalb immer wichtiger.
8. Standardisierung im Sinne einer Service-Orientierten Architektur wird voranschreiten.
9. mySAP ERP und SAP Netweaver werden noch dominierender. Portalsoftware kommt an einer Integration mit den SAP-Systemen nicht vorbei.
10. Reine Contentmanagementsysteme werden für Unternehmen immer uninteressanter. Gefragt ist Integration, Wissensmanagement und vor allem: Business Intelligence.

### **Kontakt**

Horst Ziegler  
zetVisions AG  
Im Breitspiel 21  
69126 Heidelberg  
Tel. 06221/339 38-0  
Fax 06221/339 38-922  
[horst.ziegler@zetvisions.de](mailto:horst.ziegler@zetvisions.de)  
[www.zetvisions.de](http://www.zetvisions.de)