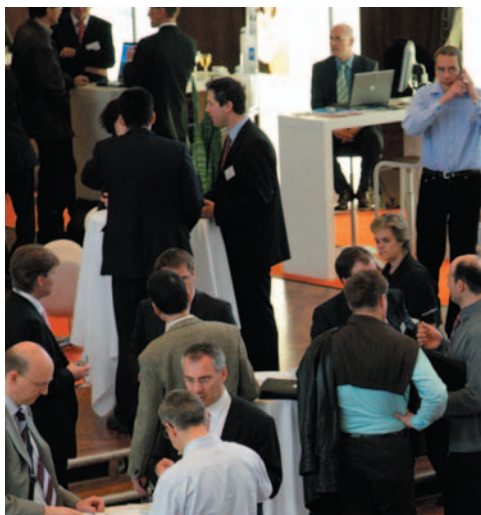


Enterprise Content Management ist, wenn man ... Oder doch nicht?

Ein Hypethema ist es in all den Jahren nie geworden. Trotzdem hat sich Enterprise Content Management (ECM) inzwischen vom Mindset zur handfesten ICT-Disziplin gemausert. So zu erfahren auch im Kongresshaus Zürich am diesjährigen ECM-Forum, das interessante Einblicke in die gelebte ECM-Praxis bot. *Thomas Brenzikofer*

350 Teilnehmende haben sich zum diesjährigen ECM-Forum im Zürcher Kongresshaus gemeldet. Das sind gemäss Veranstalter Reto Guidi rund 10 Prozent mehr als im vergangenen Jahr. Damit dürfte die Veranstaltung in etwa parallel zum Markt wachsen. Wo genau jedoch der Markt steht, konnte selbst Rolf Dornberger, seines Zeichens Professor und Leiter des Instituts für Wirtschaftsinformatik an der Fachhochschule Nordwestschweiz und Knowledge Partner des Forums, nicht genau orten: «Befinden wir uns vor dem Hype oder bereits nach dem Hype?» Auch bei Gartner würde man nicht schlauer. Auf deren Hype Cycle finde ECM schon gar nicht erst statt. Immerhin würden sich Themen wie Master-Daten-Management Zuwachsraten von 30 Prozent erfreuen. Doch ist dies aufs Konto von ECM zu buchen?

Was letztlich alles unter der Marke Enterprise Content Management läuft, ist also immer noch einigermassen unklar. Doch während Begriffe wie Web 2.0 durch ihr diffuses Bedeutungsfeld nur an Attraktivität gewinnen, hat ECM bislang nie den Status eines ICT-Blockbuster-Themas erreicht. Immerhin ist es jedoch als steter Tropfen gelungen, in den vergangenen Jahren den Stein zu höhlen: Dass die unstrukturierten Daten im Unternehmen zu wichtig sind, um ihrem eigenen



Vom Strukturieren des Unstrukturierten: Networking am ECM-Forum 2008

Schicksal überlassen zu werden, gehört heute zum Allgemeinwissen.

Mit Wikis gegen das Silos-Denken

Dass ECM für die Post etwas bedeutet und was, führte Frank Marthaler, Konzernleitungsmitglied der Post und Leiter strategische Kunden und Lösungen, in seinem anregenden Referat aus. An die Oberfläche des strategischen Bewusstseins gespült wurde das Thema angesichts der beiden grossen Herausforderungen,

denen sich die Post durch die Marktliberalisierung ausgesetzt sieht: Wettbewerb und E-Substitution durch elektronische Angebote. Die Post musste sich also etwas einfallen lassen. Innovation setzt jedoch voraus, dass Informationen im Unternehmen fliessen und dass Wissen ausgetauscht werden kann. Gerade in divisionalen Unternehmensorganisationen sei dies nicht so einfach. Hier setzte die Post dann auch ihre ECM-Initiative an: Bottom-up, mit Wikis, Communities of Practices oder Onlinearchiven galt es, das Silo-Denken zu durchbrechen.

Dass hingegen die frei wuchernde Content-Produktion top-down gebändigt und strukturiert werden kann und muss, zeigte Matthias Sonnenschein, Zuständiger für das Business Development bei E-Mediat. So ist die Galenica-Tochter dabei, sich im Arzneimittelbereich als Informationsdrehschreibe zwischen Behörden, Pharmafirmen, Spitalverwaltungen und Ärzten sowie dem Pflegepersonal zu positionieren. Eine Herkulesaufgabe, zumal «jeder Stakeholder über sein eigenes autistisches Subsystem verfügt».

E-Mails ausdrucken und einscannen

Unter dem Stichwort Risk-Management stellte David Höhn, Business Project Manager of Global and Legal Compliance, die ECM-Initiative der Credit Suisse vor. Dass hierbei nicht nur aufgrund jüngster Ereignisse im Hypothekengeschäft Not am Mann ist, zeigte sich mitunter beim Thema Compliance und elektronischer Datenverkehr. Denn E-Mails auszudrucken, um sie dann wieder als eingescanntes File aufzubewahren, kann in der Tat nicht der Weisheit letzter Schluss sein.

Ebenfalls eingrößeres ECM-Projekt konnte der vierte Keynote Speaker im Bunde ankündigen, Peter Fischer, im Finanzdepartement Delegierter Informatikstrategie des Bundes. So habe der Bundesrat zu Beginn des Jahres den Beschluss gefasst, dass bis 2011 das elektronische Dossier das Papier ersetzt. Zumindest im Kopf, so Fischer, brauche es hierzu ein Content Management System Schweiz, denn es könne ja nicht sein, dass jeder wieder sein eigenes Silo fülle.

Stiefkind Knowledge Management

Während ECM als ICT-Disziplin mit konkretem Geschäftsbedürfnis Fuss zu fassen beginnt, scheint es mit dessen «esoterischer» Schwester – oder Stieftochter? – noch etwas weiter hergeholt. Dies verrät auch ein Blick in die vorläufigen Resultate einer aktuellen Umfrage zum Thema Knowledge Management (KM), die am ECM-Forum diskutiert wurde. So haben zwar 55 Prozent der Antwortgebenden aktive KM-Projekte am Laufen. Angesichts der Tatsache, dass bei solchen Studien vor allem Teilnehmer mitmachen, die eine gewisse Affinität zum Thema haben, ist dies trotzdem als eher bescheiden zu werten. Wissensmanagement in den Arbeitsalltag zu integrieren sowie dessen Erfolg messbar zu machen, wird dann auch als grösste Herausforderung angesehen. Die Waage halten sich die Ansätze, mit denen in den Organisationen KM verfolgt wird: 33 Prozent setzen auf den Menschen, weitere 33 Prozent auf die Technologie, der Rest hat entweder keinen Fokus oder sich die Ausgewogenheit auf die Fahne geschrieben. Definitive Ergebnisse sind im Juni zu erwarten. Die Teilnahme an der Umfrage ist noch für wenige Tage möglich unter:

www.wissens-management.ch