



Künstler Burgy Zapp [<http://burgyzapp.de>]

Die neue Informationstechnologie stellt den Mitarbeiter in den Mittelpunkt

von Ulrike Voigt

Während die Welt noch fachsimpelt, ob im Internet eher das Geschäft mit dem Konsument (Business-to-Consumer) oder das mit dem institutionellen Geschäftspartner (Business-to-Business) Furore machen wird, sprechen Organisationsexperten von einem völlig neuen Zweig der Internet-Nutzung: Business-to-Employee. Mit diesem Entwicklungstrend soll die Verbreitung von Informationen und Wissen über eine globale Infrastruktur die Mitarbeiter einer dezentralen Organisation, an mobilen Arbeitsplätzen und in entfernten Außenstellen erreichen. Und umgekehrt: Informationen „aus dem Feld“ sollen „in der Zentrale“ möglichst schnell verfügbar, aggregiert und weiterverbreitet werden. In dieser globalen Infrastruktur verlieren jedoch Begriffe wie „zentral“ und „dezentral“ ihre Bedeutung. „Im Zentrum“ ist der, der über das Wissen verfügt.

Der Ausbau und die Pflege eines Wissensvorsprungs gegenüber dem Wettbewerb und ein daraus resultierender Technologievorsprung ist inzwischen der alles entscheidende Erfolgsfaktor. Neben Time-to-Market tritt Market-Knowledge und mehr noch Customer Relation. Die Beziehungen zum Markt und zum Kunden bestimmen den Unternehmenserfolg ebenso wie die Verfügbarkeit innovativer Produkte. Kunden binden statt Kunden finden. Der Mensch steht dabei immer im Mittelpunkt. Die „richtigen“ Personen mit dem „richtigen“ Wissen zu identifizieren und - physisch oder virtuell - zusammenzubringen schafft Innovationen. Groupware-Tools unterstützen diesen Prozeß ebenso wie WAP-Technologie Brücken baut und eLearning das lebenslange Lernen vereinfacht. (Siehe dazu weitergehende Artikel in dieser Ausgabe).

Entscheidungsunterstützungswerkzeuge (Data Warehouse, Data Marts, EIS) setzen ebenso auf weiche Informationen wie Vertriebsinformationssysteme (SFA, CRM, CAS). Computer-Based und Online-Training werden ebenso wie Knowledge Management und Dokumenten-Management zu einem umfassenden Qualifizierungsinstrument zusammengefaßt. IBM und Lotus, HP, Siemens, Microsoft und Microsystems oder die großen Telekommunikations-Spezialisten und Internet-Provider arbeiten mit Hochdruck an der notwendigen Infrastruktur für den Knowledge-Worker im Internet, Intranet und Extranet. Und je schneller Informationen überall dort im Unternehmen zur Verfügung stehen, wo sie gebraucht werden, desto mehr Kapazitäten haben die Mitarbeiter für ihre Kernaktivitäten frei: Zur Kundenbetreuung, zum Support, zur Entwicklung neuer Produkte.

Trennung von Informationen und Daten

Die Trennung von Wissen und Zahlen, von Informationen und Daten, von weicher und harter Logik wurde Ende der sechziger Jahre vollzogen, als sich die Buchhaltung der Zahlenverarbeitung bemächtigte und das Beziehungsmanagement sich der Computerunterstützung entzog.

Fortan entwickelten die einen immer feiner ausgeklügelte DV-Lösungen mit immer weiter zunehmendem Integrationsgrad über die Konten, Stammdaten und Vergleichsfunktionen, die das harte Unternehmenswissen übernahmen und fortführten. Die Beziehungsmanager dagegen verließen sich weiterhin auf Bauchgefühl, Kaffeetrinken beim Kunden und nicht zuletzt den gesunden Menschenverstand. Managementtugenden, die in den achtziger und neunziger Jahren sukzessive durch die Informationsverarbeitung „wegmodernisiert“ wurden.

Data Warehouses

Data Warehouse-Konzepte führen Daten und Informationen wieder zusammen. Das ist die Hoffnung der Unternehmen, die in Datenmärkte investieren. Sie sollen das gute alte Bauchgefühl mechanisieren. Aber sie sind erst durch Internet-Technologie wirklich vollständig, weil nur so die Vertiefung des Wissens mit der Verbreiterung der Wissensbasis einhergeht.

Viele Anbieter von Unternehmenslösungen runden inzwischen ihre Lösungen durch Data Warehousing-Funktionen ab. In der Tat: Entscheidungsunterstützungs-Werkzeuge werden als wesentliche Baumaßnahme der gegenwärtigen IT-Umgebungen angesehen. Mehr als die Hälfte der mittelständischen Unternehmen plant den Ausbau der eigenen Infrastruktur um Wissenskomponenten wie Archivierung, Data Warehouses und Wissensbasen in konzernweiten Intranets. P&DSS – Planning and Decision Support Services wird der gesamte Datenzyklus genannt. Dazu gehören:

- Datengewinnung aus den operativen Systemen
- Filterung der Daten in abteilungs- oder fachthemenbezogene Data Marts
- Bildung von Metadaten, Datendokumentation und -analyse
- Zusammenfassung der Data Marts in einem umfassenden Data Warehouse
- Datenanalyse (Online Analytical Processing – OLAP)
- Intelligente Auswertungsverfahren (Data Mining)
- Reporting und
- Geschlossene Informationsnetzwerke

Ziel ist es, aus dem gesicherten Bestand an operativen Daten gesicherte Informationen zu generieren. Diese Anforderung an eine stärker nach strategischen und planerischen Gesichtspunkten ausgelegte Informationsverarbeitung ist nach der Umsetzung rein operativer Prozesse die entscheidende Anwenderforderung. Die so geschaffene Informationsstruktur kann den Produktions- und Vertriebsprozeß gezielt bestimmen, wenn sie Daten darüber liefert, welche Produkte zuletzt am begehrtesten waren, wer sie wann wo gekauft hat, welche Zulieferer zuverlässig, günstig und flexibel waren oder wo Stärken und Schwächen der Konkurrenz liegen.

Der „gläserne Vertrieb“

This content is available for purchase. Please select from available options.

- [7 Euro/Monat NEWSabo digital - sofort zugreifen.](#)
- [13,5 Euro/Monat NEWSabo plus inklusive 5x Login & Print-Ausgabe - sofort zugreifen.](#)

