

Special Innovation

Eine Beilage des economy-Verlages

Stiefkind elektronische Signatur

Die elektronische Signatur hat bis jetzt in Österreich nur wenig Akzeptanz gefunden, wie eine aktuelle Studie belegt; es wird noch viel Aufklärungsarbeit erfordern, um dieses Potenzial für die Zukunft zu erschließen.

Gerhard Scholz

Das E-Commerce Competence Center, kurz EC3 genannt, betreibt anwendungsorientierte Forschung im Bereich E-Commerce. EC3 ist ein industrielles Kompetenzzentrum, das aus Mitteln des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit und der Stadt Wien gefördert wird. EC3 besteht aus dem EC3-Forschungsverein, der in der Grundlagenforschung tätig ist, und der EC3 Networks GmbH, die sich laut Eigendefinition als „Denkwerkstatt für elektronische Geschäftsformen“ sieht.

Vor wenigen Tagen hat EC3 Networks eine 340 Seiten starke Studie zum Thema „elektronische Signatur“ veröffentlicht. Diese gibt erstmals einen Überblick über Verwendung und Akzeptanz der elektronischen Unterschrift im erweiterten europäischen Raum. Unter-

sucht wurden 44 Länder von den EU-Staaten bis Russland. Die elektronische Signatur kann bei elektronischen Transaktionen die persönliche Unterschrift ersetzen. Im Grunde sind es Daten, mit denen geprüft wird, ob die elektronischen Informationen tatsächlich vom Unterzeichner stammen und nicht manipuliert wurden. Weiters können Signaturen zur Identifikation (wie etwa beim Online-Banking) verwendet werden.

Fehlende Akzeptanz

Die EC3-Studie vergleicht rechtliche Rahmenbedingungen, Sicherheitsstandards, Marktdurchdringung, Akzeptanz in der Bevölkerung sowie Angebote von Behörden und Unternehmen. An der Spitze des Ländervergleichs stehen Belgien, Finnland, Estland und die Niederlande. Michael Tremmel, Geschäftsführer von EC3



Voraussetzung für die Verwendung von elektronischen Signaturen sind ein Kartenlesegerät und eine Signatur-Software. Kosten inklusive Aktivierung und Jahresgebühr: rund 75 Euro. Foto: Reiner SCT

Networks, erklärt dazu: „Diese Länder haben die meisten elektronischen Signaturen in Umlauf. Die Technik ist dort ausgereift, es gibt klare gesetzliche Rahmenbedingungen – das erleichtert den Einsatz der elektronischen Unterschrift.“ Öster-

reich liegt im besseren Mittelfeld, etwa auf Akzeptanzniveau von Litauen, Kroatien, Tschechien oder der Türkei. Tremmel meint: „Die Infrastruktur ist in Österreich gut ausgebaut; gerade im öffentlichen Bereich gibt es viele Angebote. Trotzdem

wird die Signatur kaum genutzt; es fehlt die Akzeptanz. Speziell im elektronischen Zahlungsverkehr sehen die Menschen keinen Sinn für den Einsatz der Signatur, sie bezahlen lieber mit Kreditkarte.“

www.ec3.at

Michael Tremmel: „Es gibt kaum Anbieter im E-Tourismus-Bereich, die ihre Kompetenzen derart gebündelt haben: Wir arbeiten mit renommierten Partnern und greifen auf das Grundlagenwissen und den universitären Background des EC3-Forschungsvereins zurück“, erklärt der Geschäftsführer von EC3 Networks.

Neue Services für den E-Tourismus

economy: In welchen Forschungsbereichen ist EC3 Networks tätig?

Michael Tremmel: Spezialgebiet von EC3 Networks ist der E-Tourismus. Aber auch die Themen virtuelle Welten, Web 2.0, Data-Warehousing und Data-Mining sowie die Organisation großvolumiger Daten zählen zu

unseren Stärken. Unser größter Vorteil ist die Nähe zu den Wiener Universitäten und dem EC3-Forschungsverein. Dadurch haben wir raschen Zugriff auf neues und spezifisches Fachwissen. Und die Erkenntnisse und Innovationen der E-Commerce-Forschung fließen laufend in unsere Arbeit ein.

anschauf, erkennen wir, welchen Urlaubstyp wir da vor uns haben, und machen zielgerichtete Vorschläge. Das hilft Interessenten bei der Erstellung ihrer Urlaubspläne, macht Spaß und ist neu.

Mit dem finnischen Tourismus-Portal Visitfinland.com haben Sie ja eine EU-weite Ausschreibung gewonnen?

Es gibt kaum Anbieter im E-Tourismus-Bereich, die ihre Kompetenzen derart gebündelt haben: Wir arbeiten mit renommierten Partnern und greifen auf das Grundlagenwissen und den universitären Background des EC3-Forschungsvereins zurück. Dadurch sind wir innovativ, kreativ und können rasch auf spezielle Kundenwünsche eingehen. Wir entwickeln Anwendungen, die der Tourismusregion wie auch den Touristen einen größeren Mehrwert bieten: Neben den mobilen Ser-

vices arbeiten wir auch an Video-Diensten und einem integrierten Buchungssystem.

Noch ein Wort zum Thema Community-Services: Nimmt deren Bedeutung zu?

Auf alle Fälle! Allein schon, wenn Sie sich die immer stärker werdende Akzeptanz von App-

likationen wie Facebook, Studivz oder My Space ansehen, spielen diese Services jetzt und vor allem in Zukunft eine wichtige Rolle. Diese Themen sind im Kommen, auch die Mitglieder des EC3-Forschungsvereins beschäftigen sich intensiv mit dem Thema Web 2.0. *gesch*

www.ec3networks.at

Zur Person



Michael Tremmel ist Geschäftsführer von EC3 Networks. Foto: EC3

Was hat EC3 Networks mit dem E-Tourismus zu tun?

Immer mehr Menschen suchen ihren Urlaub im Internet aus, daher steigen die Anforderungen an Tourismus-Portale: Menschen wollen ihren Urlaubsort erkunden, bevor sie ihn buchen. Sie suchen nach Bildern, Emotionen und Meinungen anderer Urlauber. Wir bieten neue Services, die auf diese Bedürfnisse eingehen: mobile Anwendungen, Video-Dienste oder Community-Technologien. Indem wir erfassen, welche Bilder jemand auf einer Website



Den Auftrag für das Web-Portal Visitfinland.com hat EC3 Networks nach einer EU-weiten Ausschreibung erhalten. Foto: Fotolia.com

Special Innovation

Neue Unternehmensstrategien

Im Segment der Business-Intelligence-Systeme vollzieht sich ein Generationswechsel. Treiber dieser Entwicklung ist die Konsolidierung im Markt, die Unternehmenssoftware und Business Intelligence enger zusammenbringt. So wird der Weg frei für einen durchgängigen strategischen und operativen Controlling- und Planungsansatz.

Sonja Gerstl

Business Intelligence ist in jüngster Zeit wieder ins Gerede gekommen. Und das beruht keineswegs auf konzeptionellen Durchbrüchen. Es ist vielmehr die Übernahmestrategie der großen Anbieter, welche die Schlagzeilen dieser Tage bestimmen. Anwender werden diese Entwicklung mit einem weinenden und einem lachenden Auge verfolgen. Dieser Konzentrationsprozess schmälert zwar die Wahloptionen und kostet so manchen BI-Spezialisten die Unabhängigkeit. Andererseits verspricht das Engagement von IBM, Microsoft, Oracle und SAP, dass die Integration der einzelnen BI-Tools nun zunehmend in der Verantwortung der Hersteller liegt. Da die genannten Unternehmen primär im Segment der Unternehmenssoftware aktiv sind, mündet diese Integration beinahe zwangsläufig in einer stärkeren Geschäfts- und Prozessorientierung der Werkzeuge.

Nutzer profitieren

Eine solche Entwicklung deckt sich durchaus mit den Bedürfnissen der Anwender. Denn ungeachtet der vielfältigen Nutzung sowie Definition des Begriffs Business Intelligence (BI) sollte es unstrittig sein, dass BI ein integratives Konzept zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenserfolgs ist. Beschränkten sich Business-Intelligence-Systeme ursprünglich auf rein vergangenheitsbezogene Analysen der Geschäftsdaten, gehen moderne BI-Konzepte einen Schritt weiter in Richtung Online-Monitoring, Planungsunterstützung sowie Forecasting/Prognose. Folgt den Kennzahlen zuvor primär einer langfristigen Perspektive aufgrund der strategischen Planungsausrichtung, wird nun der Schulterschluss zu der operativen Prozessanalyse gesucht. „Operational BI“, „Real-time Monitoring“, „Event Processing“ – bei all diesen (oft synonym verwendeten) Konzepten geht es letztlich darum, nicht nur in die Vergangenheit zu schauen, sondern einen Blick auf die aktuellen Prozesse und Ereignisse des Unternehmens zu werfen und, wenn nötig, korrigierend einzugreifen. Djawad Tabatabaei, Geschäftsführer des Bereichs Consulting Solutions bei IDS Scheer Austria, meint dazu: „Business Intelligence wird als Einheit gesehen, die sich aus dem Dreiklang von

Integration von Performance-Management sowie der Harmonisierung von strategischem und operativem Controlling zusammensetzt. Mit anderen Worten: Das Was, also die Finanz-, Bilanz- und strategischen Planungszahlen, wird mit dem Wie und Warum – Kennzahlen der operativen Prozesse zu Historie und Ursachen – in Verbindung gebracht.“

Entscheidend dabei ist, dass dem Management eines Unternehmens eine geschlossene Information-Supply-Chain zur Verfügung gestellt wird: Daten müssen – durch eine entsprechende Informationslogistik unterstützt – zu verwertbaren Informationen werden. Diese sind Voraussetzung für die notwendigen Entscheidungs- und Planungsprozesse, die zu strategischen Entscheidungen führen. Diese Entscheidungen dürfen aber nicht auf der Abstraktionsebene verbleiben, sie

müssen in die Gestaltung entsprechender strategischer und operativer Prozesse münden, die auch in ihrem Wirkungsgrad überwacht werden können. Die Performance der Prozesse lässt sich dann wieder in aussagekräftige Daten (Key-Performance-Indicators) abbilden, um den Kreislauf erneut zu durchlaufen.

Mithilfe einer geschlossenen Information-Supply-Chain lässt sich nun eine integrierte Geschäftsplanung (IBP – Integrated Business Planning) in der Organisation verankern, die tatsächlich dem Anspruch „integriert“ genügt. Anstatt, wie in der Praxis häufig zu beobachten, nur eine Ansammlung isolierter Planungen für die verschiedenen Ebenen im Unternehmen zu betrachten, fußt IBP hier auf der sinnvollen Verzahnung der unterschiedlichen Pläne bei gleichzeitiger Minimierung organisatorischer und

systemtechnischer Schnittstellen. Die traditionellen operativ fokussierten Planungssysteme (S&OP – Sales and Operations) werden mit den Fähigkeiten einer strategischen Modellierung und Analyse des Corporate-Performance-Managements (CPM) gekoppelt.

Prognosen möglich

„Hinter dieser etwas sperrigen Umschreibung verbirgt sich ein ganzheitlicher Planungsansatz, um beispielsweise die Absatzplanung automatisch mit der Marketingplanung in der Ergebnisplanung zusammenzuführen. Dies findet wiederum automatisch Eingang in die Profit-Center-Planung. Die einheitlichen Planungs- und Controlling-Modelle quer über funktionale und Geschäftsbereichsgrenzen führen zu einem deutlichen Schub in Sachen Synergie und Transparenz. Gleichzeitig erfolgt die Festlegung

der Planungstiefe und des Planungshorizonts differenziert nach Anwender und Aufgabe. Die Unternehmen profitieren von einem großen Effizienzsprung, da sich sowohl Dauer als auch Kosten für Planungsabläufe verringern“, erläutert Tabatabaei die Vorteile.

Im Rahmen dieses engmaschigen Austauschs und Abgleichs von Controlling- oder Forecast-Informationen beschränken sich innovative Business-Intelligence-Konzepte nicht mehr allein auf analytische Betrachtungen, sondern leiten aus den Ergebnissen reale Handlungsempfehlungen ab. Beispielsweise kann mit der Kreditwürdigkeitsprüfung im Bankensektor neben der „nackten“ Risikoeinstufung gleichzeitig der Vorschlag für einen adäquaten Zinssatz verbunden sein. „Die Mitarbeiter müssen sich in diesem Szenario also nicht mehr um die mühselige, wenig produktive Tätigkeit der Aufbereitung, Zusammenstellung und Abstimmung der Planungsinformationen kümmern, sondern können sich vollständig auf die Umsetzung der Ergebnisse in operative Aktivitäten konzentrieren“, erklärt Tabatabaei.

Prozessorientierung

Für die stringente Umsetzung eines solch betriebswirtschaftlich ausgerichteten BI-Konzepts empfiehlt man bei IDS Scheer eine dreistufige Einführungsmethodik. Der Startpunkt ist die prozessorientierte Identifikation und Definition der Corporate-Controlling-Informationen. Hierzu werden aus strategischer und taktischer Unternehmenssicht die Geschäftssegmente festgeschrieben, Erfolgsfaktoren ermittelt, Prozesslandkarten definiert, Prozessportfolios gebündelt und Geschäftsprozessziele festgelegt. Im Anschluss erfolgt die Zuordnung der notwendigen Controlling-Informationen. Dazu gilt es, Kennzahlen und Vergleichskriterien festzulegen, die verfügbaren Datenquellen zu analysieren und die erforderliche Integrations- und Übersetzungslogik zu definieren. Des Weiteren werden tätigkeitsbezogene Dashboards und Reports entworfen und einschließlich ihrer Verteilungslogik implementiert. Zu guter Letzt erfolgt die Anpassung und Versorgung der betroffenen strategischen und operativen Prozesse mit den relevanten Planungs- und Controlling-Informationen.

www.ids-scheer.at



Die allgegenwärtige Tendenz zu serviceorientierten Architekturen unterstützt die Integration traditioneller Business-Intelligence-Systeme mit flexiblen Lösungen. Foto: Fotolia.com

Die Hebung des Datenschatzes

Business Intelligence bereitet die Erkenntnisse auf, die aus gesammelten Daten gewonnen werden können.

Gerhard Scholz

Viele Unternehmen sitzen auf einem ungehobenen Schatz – ihrer Datenfülle. Pausenlos werden Informationen gesammelt: über Kunden und Finanzen, über Produkte und Prozesse. Da diese Daten aus den unterschiedlichsten Quellen stammen, sind sie aber in ihren Formaten meist uneinheitlich; sie sind nicht verknüpft, umständlich auszuwerten, und werden daher nur ungenügend für betriebliche Entscheidungen genutzt.

Separates Data-Warehouse

Genau hier setzt Business Intelligence (BI) an: Es bedeutet, Unternehmensdaten aus operativen Systemen zu extrahieren und für Analysen aufzubereiten. Mit einem Master-Data-Management werden Modelle aller in einem Unternehmen verarbeiteten Daten festgelegt, um eine einheitliche Darstellung zu gewährleisten. Dann werden die in einem separaten Data-Warehouse gelagerten historischen Informationen unterschiedlichen Auswertungen unterzogen; damit will man neue Erkenntnisse gewinnen, die die



Das Suchen in Krankenakten ist Schnee von gestern; aus elektronisch erfassten Dokumentationen können Informationen für das gesamte medizinische Controlling gefiltert werden. Foto: T-Systems

Basis für bessere Management-Entscheidungen bilden können.

Zum BI-Markt werden vor allem die Anbieter von BI-Software wie SAS, SAP, Microsoft und Oracle gerechnet; er wächst mit kolportierten 16 Prozent jährlich deutlich stärker als der IT-Markt im Allgemeinen. Aber auch Unternehmen wie

T-Systems, die die technische Umsetzung bei den Kunden unterstützen, tragen diese Entwicklung mit. Vor allem im Bankensektor betreute T-Systems in Kooperation mit SAS eine Reihe von BI-Projekten in den Bereichen Basel II, Kreditrisiko und Meldewesen. So wurde für die europaweit tätige Erste

Bank ein einheitliches Meldewesen zur Risikobeurteilung erstellt, wie es die Basel-II-Richtlinie erfordert.

Auch das Thema Datenqualität gewinnt im Bankensektor immer mehr an Bedeutung. Für die Bank Austria ist ihr Bestand an historischen Daten zentraler Punkt ihrer Basel-II-Architek-

tur. Zahlreiche Informationen über Kreditgeschäfte, Sicherheiten und Geschäftspartner sind dort gespeichert. T-Systems wurde mit dem Projekt betraut, Prüfregeln für die Qualität dieser Daten zu bestimmen und eine technologische Plattform zu erstellen, um in Zukunft diese periodischen Qualitätsüberprüfungen automatisiert durchführen zu können.

Datenwissen nutzen

Im Gesundheitswesen geht es darum, durch strategische Steuerung Einsparungen zu erzielen, ohne dadurch die medizinische Qualität zu vermindern. Im Krankenhaus der Elisabethinen in Linz wurden über Jahre hinweg Informationen in der medizinischen/pflegerischen Dokumentation elektronisch erfasst. T-Systems installierte eine zusätzliche BI-Software, mit der diese Daten nun effizient genutzt werden können. Innerhalb weniger Minuten können Auswertungen erstellt werden, mittels derer Kennzahlen für das medizinische Controlling und Indikatoren für die gesetzlich vorgeschriebene Qualitätssicherung ermittelt werden.

www.t-systems.at

Peter Lang: „Mit Methoden der Business Intelligence schließen wir den Informationszyklus: Neue Erkenntnisse werden wieder in die laufenden Geschäftsprozesse eingebracht und auf alle Bereiche eines Unternehmens ausgedehnt“, erklärt der Experte für Business Intelligence bei T-Systems Austria.

Verborgene Daten-Cluster aufzeigen

economy: Was unterscheidet Business Intelligence, kurz BI, von anderen Methoden der Informationsaufbereitung?

Peter Lang: Es geht darum, aus vorhandenen Unternehmensdaten Informationen und in der Folge neue Erkenntnisse abzuleiten, um in den täglichen Geschäftsprozessen bessere Entscheidungen treffen zu können. Früher gab es ein meist nur statisches Reporting; heute werten wir die Informationen on-

line nach den unterschiedlichsten Kriterien aus, die oft neue Ansatzpunkte für das unternehmerische Handeln ergeben. Mit Methoden der BI schließen wir den Informationszyklus: Neue Erkenntnisse werden wieder in die laufenden Geschäftsprozesse eingebracht und auf alle Bereiche eines Unternehmens ausgedehnt. Das heißt: Die Informationsverarbeitung erfolgt breiter und tiefer.

Welche Kriterien spielen bei der Umsetzung von BI-Projekten eine entscheidende Rolle?

Die Umsetzung ist meist sehr komplex. BI betrifft viele verschiedene Unternehmensbereiche und Anwendungen; aber in einem Unternehmen bestehen schon eingespielte, gewachsene Systeme – und BI-Prozesse greifen auf diese Systeme zu. Es muss daher klar definiert sein, was das Ziel des Vorhabens ist, vor allem muss das Management voll und ganz hinter dem Projekt stehen. Für den Projekterfolg ist es sehr wichtig, dass wir fachlich kompetente An-

sprechpartner auf Kundenseite haben – Leute, die die Sprache der BI-Experten verstehen.

Wann entschließen sich Unternehmen zu BI-Projekten?

Meistens gibt es einen konkreten Anlassfall, um mit einem BI-Projekt zu starten. Ein Beispiel: Ein Unternehmen aus der Autoindustrie verzeichnete überhöhte Lagerstände; man wusste, dass die Kosten im Branchenschnitt zu hoch waren, wusste aber nicht, warum. Um das herauszufinden, wurde ein Pilotprojekt gestartet und eine Analyse beauftragt; mithilfe von BI-Instrumenten konnten wir die Ursachen ausforschen und Vorschläge zur Lösung des Problems machen. Wenn ein Unternehmen positive Erfahrungen mit BI gemacht hat, wird das oft sukzessive auf andere Bereiche ausgedehnt.

Können Sie uns die BI-Methode etwas genauer beschreiben?

Datenbanken enthalten aktuelle Informationen des operativen Geschäfts. Diese leiten



Business Intelligence versucht, aus dem vorhandenen Datenbestand neue Erkenntnisse herauszufiltern. Foto: Bilderbox.com

wir über in ein Data-Warehouse und bereiten sie dort so auf, dass sie später bequem ausgewertet werden können. Das Data-Warehouse ist also unser Fundus aller historischen Daten. Darauf können wir sogenannte Data-Marts aufbauen; das sind spezielle Da-

tenbereiche, Ausschnitte aus dem Gesamtbestand, auf die wir gezielt zugreifen können. Zudem können wir mit Data-Mining werkzeuggestützt Zusammenhänge, Muster und Cluster innerhalb bestimmter Datenbereiche sichtbar machen. gesch

Zur Person



Peter Lang ist Experte für Business Intelligence bei T-Systems Austria. F.: T-Systems

Special Innovation

Rascher, besser, zielsicherer

Telekom Austria setzt auf zeitgemäße Unternehmenssteuerung durch Business Intelligence.

Ernst Brandstetter

Begriff und Konzept von Business Intelligence (BI) wurden von Gartner Group Anfang der 1990er Jahre geprägt. Im Allgemeinen versteht man darunter einen strategischen, IT-gestützten Prozess, mit dem Daten in Informationen und weiter in Unternehmenswissen verwandelt werden. Heute wird Business Intelligence in der Fachwelt als Oberbegriff für Data Warehousing (DWH), Data Mining (DM) und Online Analytical Processing (OLAP) gesehen.

Business Intelligence zielt auf die systematische Analyse (= Intelligence) des eigenen Unternehmens und ihres kommerziellen Umfeldes durch Einrichtung der erforderlichen IT-Systeme und durch Aufsetzen der entsprechenden, unternehmensweiten Prozesse, erklärt Thomas Kloepfer Head of Controlling Applications, DWH & BI CC bei Telekom Austria. Mit dem Einsatz dieser Systeme würden drei Kernziele angesprochen: Erkenntnisgewinn für bessere operative, taktische und strategische Entscheidungen, analytische Datenbewertung und darauf aufbauend eine Vergrößerung der Wertschöpfung durch Erhöhung der Profitabilität bei gleichzeitiger Risikominimierung.

Telekom Austria hat laut Kloepfer bereits vor zehn Jahren begonnen, eine professionelle Data-Warehouse-Lösung aufzubauen. Befanden sich am Beginn hauptsächlich Umsatz- und Nutzungsanalysen, Tarifsimulationen und weitere Reporting-Agenden im Fokus, so wird DWH heute in vielen Unternehmensbereichen als zentrales Steuerungselement eingesetzt. „DWH bildet die Basis für Busi-

ness Intelligence im Controlling, im Vertrieb, im Marketing, im Customer Service, bei Revenue Assurance und auch in den Bereichen Service and Network Operation and Logistik“, zählt Kloepfer auf.

Im Controlling wird Business Intelligence als integriertes Umsatzplanungs- und Reporting-System für die Vertriebs- und Produkt-Cluster-Steuerung ebenso eingesetzt wie für die Profitabilitätsanalyse oder das integrierte Kosten-Reporting. Der Vertrieb nutzt Business-Intelligence-Systeme für Kundenanalysen, Preisgestaltung und Vertriebsschienenmessung. Das Marketing operiert bei Segmentierung und Kundenwertanalysen mit Business Intelligence, und das Customer Service nutzt Business Intelligence für Prozess- und Performance-Optimierungen (etwa bei Herstellungs- und Entstörprozessen, im Callcenter, bei der Auskunft oder beim Complaint Management). SNO steuert über Business Intelligence die Optimierung der Netzverfügbarkeit und das SLA (Service Level Agreement)-Monitoring, und in der Logistik werden Business-Intelligence-Systeme für die bedarfsgerechte Materialeinsatzplanung herangezogen.

Breites Einsatzspektrum

Dem Einsatz von Business Intelligence sind bei entsprechender unternehmensweiter Verankerung und im Zusammenspiel mit Data Warehousing kaum Grenzen gesetzt. „Heute wird Business Intelligence von vielen Unternehmen gerade bei umsatzrelevanten Unternehmensaktivitäten wie dem Vertrieb, bei Service-Level-Differenzierung zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit und Ver-

besserung der Kundenbindung oder bei der marktgerechten Produktentwicklung herangezogen. Am Ende geht es aber immer um Effizienzsteigerung und raschere, bessere Entscheidungen. Anders ausgedrückt ermöglicht Business Intelligence bessere Produkte, höhere Profitabilität und schnelleren Zugang zu den Kundenzielgruppen“, betont Kloepfer.

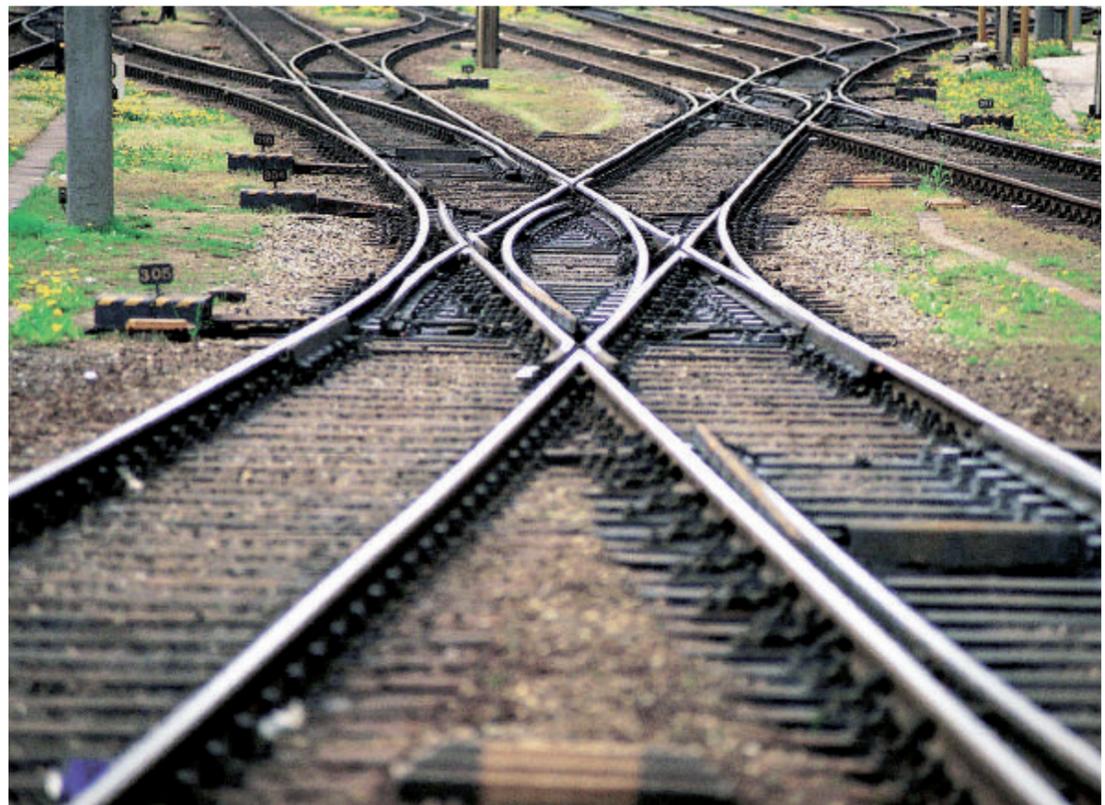
Umfassende Aufgabe

An Business Intelligence führt laut Kloepfer kein Weg vorbei, auch wenn die Umsetzung dauert: „Oftmals haben sich Business-Intelligence-Systeme deshalb nicht voll durch-

gesetzt, weil branchenweit der konzertierte Unternehmenswille, Business Intelligence als umfassende E2E-Aufgabe quer durch das gesamte Unternehmen zu etablieren und mit der Unternehmensstrategie zu verschränken, zu gering ausgeprägt ist.“ Business Intelligence erfordert genau dieses Commitment vorweg, bevor die Umsetzung im Detail erfolgen könne. Wichtige Voraussetzungen für erfolgreichen Business-Intelligence-Einsatz sind laut Kloepfer saubere, zentrale Datenbanken (DWH) sowie die bedarfs- und zielgerichtete Entwicklung von Lösungen und Flexibilität in der Umsetzung. „Te-

lekom Austria rüstet sich für die Zukunft von Business Intelligence durch den Aufbau einer umfassenden DWH-Infrastruktur, durch integrierte Prozesse, durch ein unternehmensweit abgestimmtes Vorgehen, durch Weiterentwicklung von Business-Intelligence-Know-how und -Ressourcen, durch Standardisierung der IT-Infrastruktur und durch Entwicklung einer Business-Intelligence-Roadmap sowie durch Planung und Aufbau eines Business-Intelligence Competence-Centers“, erklärt Kloepfer. Schon jetzt werden diese Systeme von mehr als 1500 Mitarbeitern genutzt.

www.telekom.at



Business Intelligence verbindet alle Prozesse, ermöglicht bessere Kommunikation mit den Kunden und weist den Weg in die unternehmerische Zukunft. Foto: Bilderbox.com

BMW_F ^a	BWA BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT	bm vrt	Alcatel-Lucent	APA	CISCO	IBM	IDS SCHEER Business Process Excellence	
kapsch >>> always one step ahead	KONICA MINOLTA	PayLife	eQENTA payment solutions	XR KAUFREISE PRODUKTIV	SER	TELEKOM AUSTRIA	T-Systems	
xerox	aws aws-fonds	CHRISTIAN DOPPEL SCHNITZINGSGESSELLSCHAFT	cemit Center of Excellence in Medicine and IT	cure center for usability research & engineering	ECB E-COMMERCE COMPETENCE CENTER	plus eco	evolaris eBusiness Competence Center	
FIT-IT	GMI GREGOR MENDEL INSTITUTE	IMBA Institute of Molecular Biotechnology and Center of Applied Genomics	KERP Kompetenzzentrum Elektronik & Umwelt	N NÖ NÖS NÖS	OAW Österreichische Akademie der Wissenschaften	PROFACTOR	RIZ Die Gründer-Agentur für Niederösterreich	
smart systems from Science to Solutions	softwarepark hagenberg business research education	tec net capital	trans(IT) entwicklungs- und transfercenter universität innsbruck	VTC	ZIT ZENTRUM FÜR INNOVATION UND TECHNOLOGIE Die Technologieagentur der Stadt Wien	cmk.	derStandard.at DER STANDARD	economy Unabhängige Zeitung für Forschung, Technologie & Wirtschaft

Das Special Innovation wird von der Plattform economyaustria finanziert. Die inhaltliche Verantwortung liegt bei economy. Redaktion: Ernst Brandstetter

Ein Land im Fußballfieber

Demnächst erfolgt der Anpfiff für die „Euro 2008“. In den Nachrichtenagenturen des Landes bereitet man sich bereits seit mehr als eineinhalb Jahren auf dieses Großereignis vor. Das Ergebnis kann sich sehen lassen.

Sonja Gerstl

926 Meldungen, mehrere Hundert Fotos, Dutzende Videos und Grafiken, völlig neue multimediale Services – bereits in den ersten vier Monaten des heurigen Jahres hat die Austria Presse Agentur (APA) ein umfangreiches Content-Paket rund um die Fußball-Europameisterschaft 2008 produziert. Trotzdem ist dies alles lediglich die „Pflicht“ – die „Kür“ beginnt nämlich erst am 7. Juni mit dem Anpfiff des Eröffnungsspiels. Die darauf folgenden drei Wochen stellen für Redaktion, Technik und Produktentwicklung die größte Herausforderung in der Geschichte der Nachrichtenagentur dar.

Die Berichterstattung in Text, Bild und Grafik für die „klassischen“ Medien, also Print, TV, Radio, sowie für die internationalen Partneragenturen, war schon Grund genug, die redaktionsinternen Vorbereitungsarbeiten auf mehr als eineinhalb Jahre anzuberaumen. In eine völlig neue Dimension stößt die Nachrichtenagentur in der Produktentwicklung im Bereich der Neuen Medien vor. Live-Berichte aller Spiele in Flash-Grafiken für Internet-Portale, animierte Spielszenen-Grafi-

ken, Podcast-Services, Video-Berichte sowie elektronische Touristen-Guides stehen bereit.

Animierte Grafiken

Dabei können Fußball-Begeisterte (und nicht nur sie, begeistern doch Ronaldo und Co während der Spiele auch nicht eingefleischte Fans) mit völlig neuen Services rechnen. Zu wirklichen Eye-Catchern in Internet-Portalen sollten sich animierte Spielszenen-Grafiken entwickeln, ist Marcus Hebein, Leiter von APA-Multimedia, überzeugt: „Diese Animationen waren bisher in Österreich in dieser Form noch nie zu sehen.“ Die Animationen stellen Tor- und entscheidende Spielszenen in computeranimierten Grafiken in unterschiedlichen Ansichten dar, sodass der Nutzer maximal eine Stunde nach dem Spiel einen völlig neuen Eindruck der Szene gewinnt. Mehrere Portalbetreiber zählen zu den Interessenten für das Service.

Information und Unterhaltung stehen auch im Mittelpunkt von mehreren Flash-Grafiken. Live-Coverage aller Spiele, umfangreiche Statistik-Datenbanken, in denen die Daten der Mannschaften und Spieler schon während der Spiele aktualisiert werden sowie Service-



Härteprobe im Juni: Die Fußball-Europameisterschaft 2008 stellt die europäische Medienlandschaft vor gewaltige Herausforderungen. Foto: Fotolia.com

Information rund um alle Host-Citys (von Sehenswürdigkeiten, Unterhaltungsangeboten bis hin zur Verkehrsanbindung) sind in einfach zu integrierende Flash-Grafiken eingebunden.

„Wir setzen dabei auch auf die Zusammenarbeit mit internationalen Partnern“, erklärt Hebein. So werden etwa Spiel-Statistikdaten von einem internationalen Spezialanbieter direkt in die Grafiken integriert. Bestimmte

Applikationen wurden gemeinsam mit führenden Nachrichtenagenturen entwickelt. Ergebnis der Kooperationen: Portalbetreiber in Österreich können die „Euro 2008“ in völlig neuer Aufmachung präsentieren. Die Services der APA werden sich während der „Euro“ in unterschiedlicher Aufmachung auf mehreren Dutzend Websites (und auch in Screen-Lösungen sowie in mobilen Portalen) fin-

den. „In diesen Wochen laufen die letzten Verhandlungen sowie abschließende Projektarbeiten“, sagt Hebein.

Aufatmen kann die APA-Redaktion am 29. Juni um etwa 22.30 Uhr. Da fällt der Schlusspfiff im Finale in Wien. Die Atempause wird kurz sein: Ein paar Wochen später beginnen nämlich die Olympischen Spiele in China.

www.multimedia.apa.at

Zeitgemäße Handhabung von Daten

Elektronische Akten verhindern Papierberge und sorgen für eine reibungslose Informationsübermittlung.

Papierakten verursachen Unmengen von Kosten – für das Erstellen, das Transportieren, das Anfordern, den Zugriff und letztlich für das sichere Aufbewahren. Aktenberge aus Papier sind nicht mobil und erschweren in der Regel die alltägliche Arbeit. Mitunter sind es mehrere Mitarbeiter eines Unternehmens, die unabhängig von ihren jeweiligen Standorten und jederzeit auf bestimmte Informationen zugreifen können sollten. Der damit verbundene administrative Aufwand geht oftmals auf Kosten von Produktivität, Servicequalität und aktiver Verkaufszeit.

Kein Wunder, dass der Trend immer mehr in Richtung „elektronische Kundenakte“ geht. Schließlich gilt der Abschied vom Papier als Schlüssel zu einer besseren Auskunftsbereitschaft und einer produktiveren Verwaltung innerhalb eines Un-

ternehmens. So etwa ermöglichen elektronische Akten den effizienten, standortübergreifenden und sicheren Zugriff auf vollständige Informationen und Dokumente, indem sie die verschiedensten Datenquellen zusammenführen. Dazu zählen Dokumente wie etwa Briefe, Auftragsbestätigungen, Lieferscheine und Rechnungen, aber auch Daten aus Mailsystemen und sogenannte multimediale Objekte, Internet-Links, Zeichnungen, kaufmännische Daten oder Kundeninformationen.

Einfache Handhabung

Die elektronische Kundenakte dient so gesehen als zentraler Einstiegspunkt für eine übergreifende Recherche. Darüber hinaus ist die elektronische Akte in puncto Datenschutz und Zugriffssicherheit unerreichbar. Mit ihr lässt sich nämlich exakt definieren, wer Einsicht in



Kampf dem Papierchaos: Elektronische Akten ermöglichen einen sicheren Zugriff auf Dokumente. Foto: Fotolia.com

welche Akten, Vorgänge und Dokumente nehmen darf und wer nicht. SER Solutions, Experte für Enterprise-Content-Management, informierte im

April österreichweit darüber, wie Unternehmen von den Vorteilen jederzeit verfügbarer Informationen profitieren können. Über 100 Teilnehmer nahmen an

den einzelnen Workshops zum Thema teil. Tenor des Events: Elektronische Akten dienen als Informationscockpit für mehr Produktivität. Die Arbeitsweise mit elektronischen Akten entspricht dank ausgereiften Funktionen den papierbasierten Gewohnheiten. Sogar eigene Aktendeckblätter mit dem wichtigsten Informationen sind im Paket enthalten.

Darüber hinaus ist auch das „Mitnehmen“ einer Akte als PDF-Export („Pack & Go“) möglich. Die elektronische Kundenakte ist ein „Doxis Solution Package“. Das heißt, es handelt sich hierbei um eine vorgefertigte Lösung, die vor der Installation bereits individuellen Kundenwünschen angepasst wird. Vor Ort erfolgt nur noch die Integration in die jeweilige unternehmenseigene IT-Systemlandschaft. sog

www.ser.at

Special Innovation

Marketing mit Formularen

Mit moderner, modular aufgebauter Druck-Software beginnt ein neues Zeitalter im Output-Management.

Gerhard Scholz

Großrechner und ERP-Systeme haben eines gemeinsam: Sie liefern keine zufriedenstellenden Druckergebnisse. Und das war längste Zeit auch nicht besonders wichtig; im Vordergrund stand die Verarbeitung von Daten, nicht der Daten-Output. Wenn gedruckt wurde, dann meist mit Line- und Matrixdruckern auf Endlospapier – aufgrund ihrer Lärmentwicklung wahre Folterwerkzeuge für alle Büroangestellten. Grafische Gestaltungsmöglichkeiten gab es kaum – fette Schriften wurden erzielt, indem der Text mit dem Versatz einer halben Zeile zweimal gedruckt wurde.

Komplexere Anforderungen

Durch die rasche Verbreitung von Laser- und Tintenstrahldruckern entstanden vielfältige neue Anforderungen an die Druckausgabe: Datensätze mussten mehrfach gedruckt werden, weil diese Drucker kein Durchschlagpapier zulassen; um gestaltetes Papier (wie Briefpapier) zu bedrucken, mussten bestimmte Papierladen angesteuert werden; und die Integration von Barcodes und anderen Markierungen war schlichtweg eine Katastrophe. Jede Änderung und Erweiterung musste mit immensm Zeitaufwand neu programmiert werden und war dementsprechend teuer. Durch die zahlreichen Änderungen und mangelhafte Dokumentation wurden die Systeme immer komplexer und komplizierter – kein Wunder, dass sich die für den Druck-Output verantwort-



Mit einem zentralen Output-Management-System können grafisch aufbereitete Geschäftsdokumente mit variablem Inhalt erstellt und gedruckt, verwaltet und verteilt werden. Foto: Konica Minolta

lichen IT-Leute vor jedem Wunsch nach Neugestaltung drückten; sie waren einfach nur froh, wenn das System reibungslos funktionierte.

Für Johannes Bischof, Geschäftsführer von Konica Minolta Business Solutions Austria, sind diese Probleme allerdings längst Geschichte: „Die Anforderungen in diesem Bereich sind in den letzten Jahren massiv gestiegen. Beim Dokumenten-Output wird größere Flexibilität denn je benötigt; personalisierte

Dokumente werden heute gerne als effiziente Marketing-Instrumente genutzt. Alles kein Problem mehr – mittels moderner, modular aufgebauter Druck-Software lassen sich alle Wünsche einfach und kostengünstig erfüllen.“

Als bevorzugte Software zur Drucksteuerung setzt Konica Minolta die Planet-Press-Suite des kanadischen Software-Hauses Objectif Lune ein. Das Planet-Press-Paket besteht aus mehreren Software-Bausteinen,

die je nach Anforderung einzeln eingesetzt oder kombiniert werden können. Im optimalen Fall steht damit ein zentrales Output-Management-System zur Verfügung, mit dem Geschäftsdokumente mit variablem Inhalt erstellt, verwaltet, gedruckt und verteilt werden können. Alle in einem Unternehmen verfügbaren variablen Daten können eingebunden werden, ohne in bestehende Datenströme eingreifen zu müssen. Die Daten werden von einem Host oder

Server an das Planet-Press-System übergeben und dort weiterverarbeitet.

Vorgedruckte Formulare gibt es in diesem System nicht mehr; jedes Schriftstück wird auf Anforderung gedruckt. Jedes Layout kann einfach und ohne großen Aufwand verändert werden. Durch Bilder, Grafiken und personalisierte Botschaften werden auch Transaktionsdokumente wie Rechnungen und Lieferscheine zu Werbeträgern. Selbstverständlich können auch Barcodes oder sonstige Marker problemlos eingefügt werden. Gedruckt wird dort, wo es notwendig und sinnvoll ist: eine Rechnung im Rechenzentrum, ein Kundenbrief in der Poststelle, ein Kontoauszug in der Buchhaltung, ein Lieferschein im Versand. Jedes Dokument wird als PDF im Archiv abgelegt, wo es jederzeit wieder aufgerufen werden kann.

Gewaltiges Potenzial

Johannes Bischof sieht hier ein gewaltiges unternehmerisches Potenzial: „Mit den Möglichkeiten der heutigen Druck-Software, wie sie zum Beispiel die Planet-Press-Suite bietet, beginnt in der Tat ein neues Zeitalter im Output-Management. Alle damit zusammenhängenden Prozesse können neu gestaltet, optimiert und rationalisiert werden. Der Druck-Output wird flexibler und in Summe billiger. Ein Dokument ist nicht mehr nur ein einfaches Blatt Papier, sondern eine Visitenkarte, ein Werbeträger, ein Aushängeschild eines Unternehmens.“

www.konicaminolta.at

Wenn ein Defekt ein Glücksfall ist

Aus dem Wunsch, einen Drucker zu tauschen, entwickelte sich eine komplette Neugestaltung des Druckprozesses.

Eigentlich sollte ja nur ein defekter Drucker durch einen neuen ersetzt werden. Aber dann kam es ganz anders: Denn als die Experten von Konica Minolta ihrem Kunden, einem der größten Versandhäuser im deutschsprachigen Raum, die Vorteile einer großzügigen Neugestaltung des gesamten Druckprozesses beschrieben, war rasch klar, dass das die Lösung für die Zukunft sein würde.

5000 Rechnungen und 5000 Lieferscheine im A4-Format werden pro Tag vom Versandhaus erstellt. Im alten System gab es aber keine Möglichkeit, die Kunden personalisiert anzusprechen. Oft fielen die Drucker aus, oder der Druck-Output war bei Arbeitsbeginn noch nicht fertig, wodurch sich die Auslieferung der Pakete verzöger-

te. Rechnungen wurden einfarbig schwarz auf vorgedrucktes Briefpapier gedruckt; elektronische Rechnungen konnten nicht erstellt werden. So gesehen war es ein Segen, dass ein Drucker schließlich ganz den Geist aufgab und damit den Weg für eine neue Ära freimachte.

Neu konzipierter Workflow

Mit der Installation der Planet-Press-Suite änderte sich der gesamte Workflow, ohne dass am Großrechner etwas verändert werden musste; der Datenstrom wird einfach an die Output-Steuerung übertragen. Erste und vielleicht wichtigste Verbesserung: Der Druckprozess wird in der Nacht, also zeitversetzt, gestartet; am Morgen kann die Versandarbeit pünktlich gestartet werden. In der

Kundendatenbank wird festgestellt, ob der Kunde eine elektronische Rechnung oder die klassische Variante erhält. Die elektronischen Rechnungen werden erstellt, digital signiert

und dem Kunden via E-Mail zugestellt. Rechnungen auf Papier sind jetzt vierfarbig, grafisch gestaltet und enthalten eine individuelle Werbebotschaft für den Kunden. Ein Punktesystem

kombiniert mit einer Antwortseite soll den Kunden zu weiteren Käufen anregen.

Innerhalb eines Jahres konnten 30 Prozent der Kunden auf elektronische Rechnungen umgestellt werden; das entspricht rund 300.000 nicht gedruckten Seiten pro Jahr. Der Neukauf ist durch die farbigen Werbebotschaften um 31,5 Prozent gestiegen; die Rechnungen sind zu einem wichtigen Marketing-Instrument geworden.

Als Kunden konnte Konica Minolta kürzlich auch TNT Innight gewinnen. Das Nachtexpress-Netzwerk von TNT setzt das neue Formular-Management-System ein, um den Workflow der Lieferschein-Erstellung zu optimieren, und plant bereits einen weiteren Ausbau in Richtung Rechnungswesen. *gesch*



Wenn es um zeitkritische Zustellung geht, müssen die Erstellung und der Druck der Lieferscheine perfekt funktionieren. Foto: TNT

Special Innovation

Punktgenaue Dokumentationen

Gedruckte Informationen sind in der sich ständig verändernden Geschäftswelt schnell veraltet. Das musste auch das irische Unternehmen FG Wilson bei der Erstellung der Dokumentationen für seine Stromgeneratoren erfahren. Erst die Umstellung auf einen Print-on-Demand-Prozess konnte dieses Problem dauerhaft lösen.

Gerhard Scholz

Wenn eine große Maschine auf die Reise zum Kunden geht, wird sie meist von einem umfangreichen Dokumentationspaket begleitet. Dieses enthält alle Informationen für den Betrieb und die Wartung des Gerätes. Das irische Unternehmen FG Wilson, eine Tochtergesellschaft des Maschinenbau-Kon-

zerns Caterpillar, produziert Stromgeneratoren – 99 Prozent davon gehen in den weltweiten Export. Deshalb muss FG Wilson seine Handbücher in den unterschiedlichsten Sprachen drucken; so besteht eine gesetzliche Verpflichtung, die Handbücher in allen EU-Sprachen zu erstellen; aber es werden auch Versionen in Arabisch und Russisch aufgelegt.

Der komplizierte Prozess der Erzeugung dieser Dokumentationen verursachte immer wieder Probleme: Oft fehlten ganze Teile, oft waren die Versionen veraltet oder lagen in der falschen Sprache bei. Die Sache wuchs FG Wilson langsam über den Kopf, wie auch Projektmanager John Stewart einräumte: „Es gab ein Qualitätsproblem, das wir beheben mussten, um

unseren hohen Kundendienststandard aufrechtzuerhalten.“ Insgesamt zehn Mitarbeiter waren mit der Herstellung der Handbücher beschäftigt. Allerdings wurden die einzelnen Materialien extern im Offsetdruck produziert, von bis zu 17 verschiedenen Firmen geliefert und erst dann von den eigenen Mitarbeitern manuell zu Einzeldokumentationen zusammengestellt. Wegen der hohen Auflagen im Offsetdruck blieb viel veraltetes Material ungenutzt liegen. Der ganze Vorgang war kompliziert, zeitaufwendig und teuer.

Print-on-Demand

Zur Verbesserung seines Dokumenten-Managements holte FG Wilson Rat und Angebot von mehreren Spezialisten ein. Nur die von Xerox Global Services vorgeschlagene Lösung erfüllte die Grundbedingung: die Produktion im eigenen Haus. Dazu erklärt Stewart: „Eine externe Produktion kam für uns nicht mehr in Frage. Hier bei uns können wir die oft notwendigen Änderungen sofort vornehmen.“ Auf Vorschlag von Xerox wurde der gesamte Produktionsprozess der Dokumentationen auf ein intern ablaufendes Just-in-Time-System umgestellt. Zwei Xerox-Digitaldrucksysteme des

Typs Docu Tech 6135 ermöglichen jetzt Print-on-Demand: Gedruckt wird das, was gerade benötigt wird – und zwar in der tatsächlich erforderlichen Menge ohne Restposten. Damit wurde auch das Problem veralteter Lagerbestände gelöst. Bestellungen werden direkt über das SAP-System abgewickelt; dabei wird die Stückliste nach Bestellnummer, Typ der Handbuch-Komponente und Sprache sortiert. Heute kümmern sich fünf Xerox-Mitarbeiter bei FG Wilson vor Ort um die gesamte Abwicklung bis hin zur Endfertigung.

John Stewart ist mit dem Ergebnis mehr als zufrieden: „Unsere Aufträge wachsen ständig. Mit unserem alten System hätten wir neue Mitarbeiter einstellen und den Lagerbestand erhöhen müssen; doch jetzt produzieren wir 1200 Handbücher pro Woche statt wie früher 600. Unser Kundendienst hat sich deutlich verbessert: Da wir den Inhalt einer Dokumentation mittels der SAP-Stückliste kontrollieren, gibt es die Probleme des alten Systems nicht mehr. Und nicht zuletzt konnten wir schon im ersten Jahr 360.000 Euro einsparen, das sind 60 Prozent mehr, als wir erwartet haben.“

www.xeroxglobalservices.com



Mit einem digitalen Drucksystem im eigenen Haus können Dokumente just in time in der tatsächlich benötigten Stückzahl ohne kostspieligen Überschuss produziert werden. Foto: Xerox

Am Pulsschlag des Tagesgeschehens

Die maßgeschneiderte Medien-Recherche unterstützt ein aktuelles und effizientes Informationsmanagement.

Selbst die aktuellste Meldung ist nichts wert, wenn keiner sie liest. Doch wie in dem Überangebot an gedruckten und gesendeten Nachrichten den Überblick behalten? Wo in diesem Wust an Informationen stehen die für mich wichtigen und relevanten? Der Manager, der mit der zusammengefalteten Zeitung unterm Arm ins Büro strebt, ist ein Bild von vorgestern. Heute werden Nachrichten wie Daten behandelt – sie werden gefiltert, selektiert und ausgewertet.

Nachrichtenfilter

APA-Defacto ist eine hundertprozentige Tochterfirma der Austria Presse Agentur (APA); sie ist der größte Medien- und Fachdatenbank-Anbieter Österreichs. Die Datenbanken der APA-Defacto beinhalten derzeit mehr als 70 Mio. Files. Medien, Unternehmen, politische Parteien, Verbände und Institutionen nutzen diesen Fundus. Im



Fast in Echtzeit liefert APA-Defacto Kunden elektronische Informationen über firmenrelevante Nachrichten. Foto: APA-DeFacto

Auftrag ihrer Kunden filtert die APA-Defacto spezifische Informationen aus dem medialen Tagesgeschehen und stellt sie den Kunden in individuell aufbereiteter Form zur Verfügung. Dafür recherchiert APA-Defacto

in 15 internationalen Agenturen und den wichtigsten internationalen Medien, in praktisch allen österreichischen Zeitungen und Fachpublikationen, in Radio- und TV-Sendungen, auf Websites und in Börsencharts.

Die Aufbereitung der Informationen erfolgt auf zweierlei Art. Mit dem Defacto-Online-Pressespiegel liegt pünktlich zum Morgenkaffee eine Auswahl aller aktuellen Medienberichte auf dem Tisch: je nach Wunsch über das eigene Unternehmen, die ganze Branche, den Wettbewerb. „Auf dem Tisch“ bedeutet heutzutage, dass die elektronisch erfassten Informationen auf den PC gesendet, in das firmeneigene Intranet gestellt oder an mobile Endgeräte ausgegeben werden. Welche Medien (Print, Radio, Fernsehen, Internet) gescannt werden sollen, bestimmt der Kunde.

Frühwarnsystem

Wem der 24-Stunden-Zyklus zu lange dauert, der kann sich mit dem Defacto-Produkt „Select“ die benötigten Informationen auch zum frühestmöglichen Zeitpunkt liefern lassen. Auf Basis des vereinbarten Themenprofils werden alle Tages-

meldungen laufend durchgekämmt und Treffer sofort an den Kunden weitergegeben. Damit eignet sich Defacto-Select als Frühwarnsystem für kritische Unternehmensinformationen.

Durch die elektronische Aufbereitung der Meldungen als PDF oder Multimedia-File können beide Defacto-Produkte in der Folge als erweiterte Informationsplattform des Kunden genutzt werden – optisch an die bestehende Corporate Identity angepasst. Denn auch firmeninterne Inhalte wie Presseaussendungen, Produktbeschreibungen, Kundenberichte, Präsentationen, Bilder, Grafiken oder Videos können eingebaut werden. Einzelne Meldungen kann das Kundenmanagement sofort mit eigenen Kommentaren versehen. Damit können alle Firmenmitarbeiter ständig über neueste Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten werden. *gesch*

www.apa-defacto.at

Special Innovation

Nahtlose Information im Spital

Maßgeschneiderte Kommunikationstechnikkonzepte sind aus dem Krankenhausalltag nicht mehr wegzudenken.

Sonja Gerstl

Drahtlose Netzwerke wie Wireless LAN (WLAN) erobern den Gesundheitsbereich. Selbstredend, dass gerade in der Health-Care-Branche an derartige Kommunikationstechnologien hohe Anforderungen gestellt werden, schließlich gilt es im tagtäglichen Umgang mit sensiblen Patientendaten ganz besondere Sicherheitsmaßnahmen zu berücksichtigen.

Die Vinzenz Gruppe zählt zu den zehn größten Spitalgruppen Österreichs. Rund 2200 Betten und 5000 Mitarbeiter in Oberösterreich und Wien gehören zum Kompetenzbereich dieses Krankenhausverbundes. Bei der Einführung einer neuen Wireless-LAN-Lösung setzte man auf Kapsch Business Com. Die nunmehr implementierte Lösung ermöglicht einen nahtlosen Informationsfluss und trägt damit zu einer ganz wesentlichen Verbesserung der Arbeitsabläufe im Klinikalltag bei.

500 Access-Points

Und so funktioniert das System: Das durch eine Authentifizierung autorisierte Spitalpersonal erhält einen drahtlosen und sicheren Zugriff auf sämtliche digitalen Patientendaten. Das Spital-WLAN wird dabei auf den Stationen und Ambulanzen für eine sichere elektronische Visite und Pflegedokumentation eingesetzt. So etwa können die aktuellsten Untersuchungsergebnisse und Informationen stets vor Ort analysiert und zum Beispiel Therapien direkt am Krankenbett online angepasst werden. Das zeitaufwendige Anfordern und Abholen von Akten für die Visite gehört damit der Vergangenheit an.

Zudem bietet die Vinzenz Gruppe ihren Mitarbeitern, die an mehreren Standorten tätig sind und dort keinen fixen Arbeitsplatz haben, zeitgemäßen Zugang ins IT-Unternehmensnetzwerk.

Ein Teil der insgesamt 500 Access-Points ist in den Bürobereichen, Besprechungs- und Seminarräumen installiert: So sind die gewünschten und benötigten Informationen für alle Berechtigten immer abrufbereit. Eine optimale Konfiguration des Netzwerks ermöglicht den gewohnten Zugriff an allen Standorten.

Zugriffsschutz

„Durch die zentralisierte WLAN-Lösung von Kapsch konnten wir einerseits eine hohe Akzeptanz beim Ärzte- und Pflegepersonal für das neue System erreichen. Gleichzeitig wurde unser administrativer Aufwand auf ein Minimum reduziert“,



Gerade im Health-Care-Bereich gilt es, größtmögliche Sicherheitsstandards zu bieten. Schließlich dürfen sensible Patientendaten nicht in die falschen Hände gelangen. Gleichzeitig müssen sämtliche relevanten Informationen auf Knopfdruck bereitstehen. Foto: Fotolia.com

freut sich Gerhard Wakolbinger, Leiter des System- und Netzwerkmanagement-Competence-Centers der Vinzenz Gruppe.

Ein zentraler Faktor bei allen Gesundheitstechnologielösungen ist die Sicherheit des Systems. So werden zum Beispiel die Daten, die vom Endge-

rät zu den Access-Points oder den Controllern weitergeleitet werden, stets nach Industriestandards verschlüsselt.

Darüber hinaus sind auf den Access-Points keine Passwörter oder Konfigurationen gespeichert. Mit den Notebooks, die zur Visite eingesetzt werden,

ist der Zugriff auf verschiedene Applikationen wie zum Beispiel Krankenhaus-Informationssystem (KIS), OP-Planung, Röntgen-Informationssystem (RIS), Pflegedokumentation, Dienstpläne oder Intranet-Applikationen durch eine Terminal-Server-Lösung gewährleistet.

Es werden jedoch keine Patientendaten lokal gespeichert. Bei Verlust oder Diebstahl der Access-Points oder Endgeräte können so keine vertraulichen Daten nach außen gelangen. Die Sicherheit für die sensiblen Patientendaten ist gewährleistet.

www.kapsch.at

Elektronische Orientierungshilfe

Neue WLAN-Infrastruktur versorgt EDV von Geriatrie-Zentren und hilft bei Patientensuche.

In den Geriatrien Gesundheitszentren der Stadt Graz (GGZ) setzt man seit Kurzem auf Informationstechnologielösungen und Dienstleistungen von Kapsch Business Com. So sorgt in den einzelnen Zentren eine State-of-the-Art-Lösung für die Lokalisierung desorientierter Patienten. Basis dafür ist ein umfassendes WLAN-Netz, das auch für IT- und Telefonie-Anwendungen benützt wird.

Drahtlose Infrastruktur

„Die Lösung von Kapsch ermöglicht uns, sämtliche Applikationen wie EDV-Anwendungen, Internet-Telefonie und das neue System für desorientierte Patienten einheitlich über die neue WLAN-Infrastruktur zu betreiben“, erklärt Stefan Windisch, IT-Management-Leiter der GGZ. Die drahtlose Infrastruktur erlaubt den Einsatz von neuen Anwendungen. Eckpfeiler der Lösung sind dabei 151 Cisco-WLAN-Access-Points an vier Controllern, die das gesamte Areal mit WLAN versor-

gen. Die Klinik setzt ein „Self-Healing Network“ ein, das heißt: Access-Points erkennen Ausfälle und springen für andere ein.

Die zentrale Telefonielösung hat Kapsch mit einem Cisco-Unified-Communications-Manager realisiert, die rund 130

IP-Phones sind über die WLAN-Infrastruktur integriert. Der Cisco-Unified-Communications-Manager ist Teil eines Drei-Server-Clusters der Stadt Graz, eine größtmögliche Ausfallsi-

cherheit ist dadurch gewährleistet. Das Netzwerk dient aber nicht nur als Basis für die Telefonie, sondern als Infrastruktur für eine umfangreiche Lokalisierungslösung. Dabei wurden sämtliche Gebäudepläne im System erfasst und die Patienten mit individuellen RFID-Tags (Sender/Empfänger für Radio Frequency Identification) ausgestattet. Den Tags werden Bereiche zugeordnet, in denen sich der jeweilige Patient frei bewegen kann. Verlässt er diesen, verständigt der Alarm-Server in Echtzeit das Pflegepersonal. Kapsch setzte bei dieser Lösung spezielle WLAN-Sender ein, die Tags beim Patienten direkt ansprechen können. Somit ist es dem Pflegepersonal möglich, die Sorgfaltspflicht für die Patienten bestmöglich zu erfüllen, ohne diese in ihrer Freiheit einschränken zu müssen.

Weitere Applikationen sind angedacht: Eine medizinische Leistungserfassungs- und Pflegedokumentationssoftware wird gerade evaluiert. sog



Spezielle WLAN-Sender helfen dabei, verloren gegangene Patienten rasch wiederaufzufinden. Foto: Fotolia.com

Special Innovation

Christian Doleschal: „Unsere Systeme und Produkte sind durchgehend modular aufgebaut. Das heißt, dass wir auch kleinen Kunden Lösungen anbieten können, die exakt an die speziellen Bedürfnisse ihres Geschäfts angepasst sind“, erklärt der Channel-Sales-Manager von Alcatel-Lucent Enterprise.

Keine Nummer zu groß

Gerhard Scholz

economy: Zu welchen Themen kann Alcatel-Lucent für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) Lösungen anbieten?

Christian Doleschal: Wir steigen bei der klassischen Telefonie ein und wachsen bei Bedarf mit unseren Kunden mit. Wir statten Unternehmen jeder Größenordnung mit der für sie passenden Telefon-Infrastruktur aus: ob über das herkömmliche Telefonkabel oder kabellose Lösungen, ob über Digital- oder Internet-Telefonie. Wir unterstützen Lösungen

für Teamarbeit und für Mitarbeiter, die mobil oder aber an anderen Standorten arbeiten. Und wir integrieren Internet-Anwendungen in das Kommunikationssystem.

Es scheint im KMU-Bereich noch immer eine Scheu vor moderner Technologie zu geben.

Weil das leider wirklich noch so ist, versuchen wir, unseren Endkunden folgende Botschaften zu vermitteln. Erstens: Es gibt eine Technologie, die heute wunderbar funktioniert. Zweitens: Wir bieten euch Lösungen, die für eure Bedürf-

nisse maßgeschneidert sind. Ein Beispiel: Wenn ein Unternehmen noch eine kabelgebundene Telefon-Infrastruktur hat, dann schauen wir, wie wir diese bestmöglich nutzen können; gibt es aber schon ein Wireless LAN, möglicherweise um das Lager anzubinden, dann können wir dieses ergänzen und die gesamte Sprachtelefonie darüberführen. Es gibt also kleine und große Lösungen, das muss man ganz kundenspezifisch sehen.

Sie sagten vorhin, Sie wachsen mit Ihren Kunden mit. Wie soll man das verstehen?

Unsere Systeme und Produkte sind durchgehend modular aufgebaut. Das heißt zum einen, dass wir auch kleinen Kunden Lösungen anbieten können, die exakt an die speziellen Bedürfnisse ihres Geschäfts angepasst sind. Und zum anderen, dass wir viele Erweiterungsmöglichkeiten bereitstellen, um die ein System bei Bedarf ergänzt werden kann. Die Kunden schauen ja immer auch – und das zu Recht – auf die Kosten. Und da können wir ihnen sagen: „Sie bezahlen nur das, was Sie wirklich brauchen.“

Aber kann man die vielen mitgelieferten Features überhaupt vollständig nutzen?

Das geht heute alles ziemlich intuitiv: Vor wenigen Jahren mussten die Benutzer noch Ziffern-Codes eintippen, um bestimmte Telefonfunktionen nutzen zu können – das ist heute absolut benutzerfreundlich ausgelegt. Je nachdem, welche Art von Telefonat Sie führen, werden Ihnen auf dem Display einfache, klar verständliche Symbole angeboten, die Sie mit Tastendruck aktivieren können. Unsere Software unterstützt dann diese Funktionen ganz dezent im Hintergrund, der Benutzer braucht sie nur mehr abzurufen.

Sie haben eingangs auch noch mobile Anwendungen erwähnt.

Da geht es darum, möglichst viele Funktionen auf einfache Art zu bündeln: Wir nennen das das One-Number-Service. Ihr GSM-Handy wird in die firmen-

Zur Person



Christian Doleschal ist Channel-Sales-Manager von Alcatel-Lucent Enterprise.

Foto: Alcatel-Lucent

interne Telefoninfrastruktur eingebunden. Ihre Firmenrufnummer wird zu Ihrer zentralen Kontaktadresse. Wenn Sie angerufen werden oder aktiv telefonieren, läuft alles über die Firmenanlage. So können Sie zum Beispiel zu Hause arbeiten, aber über Ihre Firmennummer erreichbar sein.

Und was kostet das alles unterm Strich?

Im Gespräch mit unseren Vertriebspartnern, den Fachhändlern, gebe ich oft den Tipp, den Kunden vorzuschlagen: „Gehen Sie von dem aus, was Sie jetzt haben, und vergleichen Sie das mit einer professionellen Kommunikationslösung.“ Wenn das jemand wirklich im Detail anschaut, brauchen wir nicht mehr über die Kosten zu reden. Jeder wird erkennen, dass er zwar mehr Leistung bekommt, dafür aber nicht mehr Geld ausgeben muss.

www.alcatel-lucent.at



Moderne Technik hat ihren Mehrwert: Mit zeitgemäßen Kommunikationslösungen können auch Klein- und Mittelunternehmen die Mitarbeiterproduktivität erhöhen. Foto: iStockphoto.com

Prompte Verbindung statt Warteschleife

Telekom-Experte vernetzte Callcenter-Mitarbeiter einer Fluggesellschaft durch modernes Kommunikationssystem.

Thai Airways International ist eine der größten weltweit agierenden Fluggesellschaften und belegt im Branchen-Ranking „Airline of the Year“ regelmäßig Spitzenplätze. Besonders die hohe Kundenzufriedenheit hat zum Erfolg beigetragen. Nicht ganz mithalten konnte dabei die Schweizer Niederlassung der Thai Airways. Die veraltete Telefonanlage wurde den Anforderungen an ein kundenorientiertes Reservierungssystem nicht mehr gerecht.

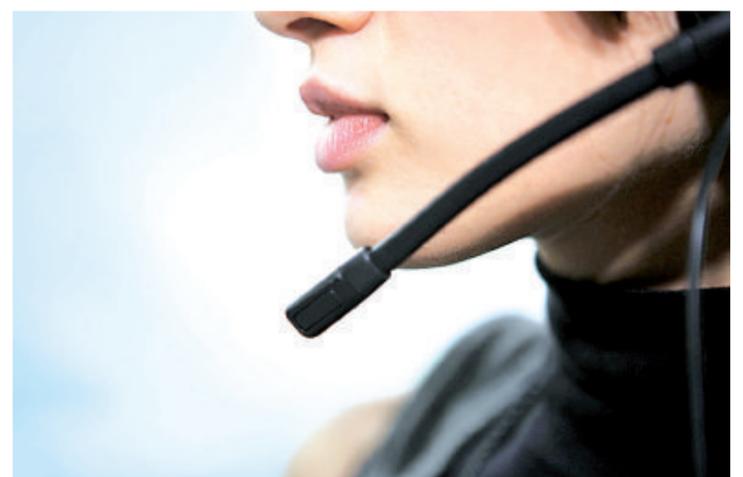
In der Schweiz wickelt Thai Airways die meisten Flugbestellungen über das unternehmensinterne Callcenter ab, das jährlich rund 40.000 Anrufe be-

wältigen muss. Es gab aber keine Statistik, die die Auslastung der Mitarbeiter, die Dauer eines Anrufs oder die Anrufverteilung aufgeschlüsselt hätte.

Schluss mit „Bitte warten“

Rasch wurde die alte Telefonanlage durch eine Alcatel-Omni-PCX-Office-Anlage ersetzt. Es ist dies eine modulare „All-in-a-Box“-Lösung, die leistungsfähige Informations- und Kommunikationstechnikkomponenten, die bisher nur für Großunternehmen wirtschaftlich sinnvoll waren, nun auch für kleinere Unternehmen oder kleinere Niederlassungen von großen Unternehmen wie Thai Air-

ways zugänglich machen. Jetzt sind die PC-Arbeitsplätze aller 15 Callcenter-Mitarbeiter durch ein modernes Kommunikationssystem vernetzt. Die Erreichbarkeit ist kein Thema mehr, die Kunden sind zufrieden. Durch eine eigene Supervisor-Konsole können Auslastung und Einsatz der Callcenter-Mitarbeiter optimal gesteuert werden. Vorgabe war, dass das bisherige Budget von 1200 Franken pro Monat nicht überschritten werden sollte. Da Thai Airways die neue Anlage aber in einer Leasing-Variante benutzt, konnten sie ohne Aufpreis auf ein leistungsfähigeres System umsteigen. *gesch*



Wer als Kunde in einem Callcenter anruft, will auch unverzüglich einen Ansprechpartner erreichen können. Foto: iStockphoto.com