



DOK magazin

Technologien, Strategien & Services für das digitale Dokument

„Die Zukunft des Dokuments“ Das papierlose Büro
ECM-Compliance, Revisionsicherheit und Rechtssicherheit
Synergien Content Management und Social Software



ECM und Open Source im Unternehmen

Special: E-Billing

Synergien zwischen Content Management und Social Software

Social Software, Dokumenten-Management, Content Management, Wiki, Blog, Social Tagging, Taxonomie, „Analytics“

In den letzten Jahren haben innovative Anbieter von Dokument- und Wissensmanagement-Software ihre Systeme um Funktionen aus dem Bereich Social Software erweitert. Ziel war es, in Unternehmen die Lücke zwischen der informellen Kommunikationsstruktur von Communities of Practice und organisatorischen Ansätzen wie Dokument- und Content-Management zu schließen.

Die Idee: Social Software ergänzt Content Management

Blogs und Teamblogs ermöglichen einzelnen Benutzern beziehungsweise Teams von Benutzern eine informelle Kommunikation und fördern eine Kultur der Weitergabe, auch fragmentarischer und noch nicht perfekter Inhalte, und sie erlauben inkrementelle Verbesserungen von Inhalten im Dialog über Querverweise (Permalinks), Kommentare und Bewertungen. Über RSS-Feeds können die Inhalte als öffentlich markierte Blogs über das Internet abonniert werden. Damit können Blog-Einträge und ihre als Anlage hinzugefügten Dokumente (beispielsweise Quartalsberichte) in einem standardisierten Format unternehmensübergreifend zugänglich gemacht werden.

Mittels Wiki-Spaces können Teams schnell und flexibel Navigationsstrukturen über die von ihnen erstellten und verwendeten Inhalte und Dokumente im Intranet sowie Internet aufbauen, neue Inhalte und Dokumente erstellen und verlinken. Praxisbeispiele hierfür sind Hilfeseiten, die Prozesse und Ablagestrukturen für das Qualitätsmanagement erläutern, oder ein Wiki, das Kundenkontakte und ausgetauschte Dokumente protokolliert. Im Gegensatz zum Anspruch eines „perfekten“ Intranet- oder Internet-Auftritts oder einer „perfekten“ Ablagestruktur, die aus Sicht der Gesamtorganisation alle Inhalte in einer stabilen gemeinsamen Struktur eingliedert und die Interessen aller Inhaltsanbieter und aller Inhaltsnutzer balanciert, betonen Wiki-Spaces die Diversität der Nutzergruppen innerhalb des Unternehmens.

fmatthes.wordpress.com

Prof. Florian Matthes ist Professor für Informatik an der **TU München** sowie Mitgründer der CoreMedia AG, Hamburg und der InfoAsset AG, München. Seine aktuellen Forschungsschwerpunkte sind Social Software, Enterprise Content Management, Systemkartografie und introspektive Software-Architekturen.

Der Spezialist fürs Büro

Mit Plustek haben Sie einen starken, verlässlichen Partner und die richtigen Produkte für alle Aufgaben in Ihrem Büro. Von leistungsstarken Dokumentenscannern für ein perfektes Dokumenten-Management bis hin zu kompletten Sicherheits- und Kommunikations-Systemen bietet Plustek Ihnen die ideale Lösung für alle Anforderungen. Plustek - der Spezialist für Dokumenten-Management und Kommunikation. Profitieren Sie von unserer Erfahrung, unserer prämierten innovativen Technik und von unserem mehrfach ausgezeichneten Service. Weitere Informationen über Plustek, unsere Produkte oder über unsere Vertriebspartner finden Sie unter:

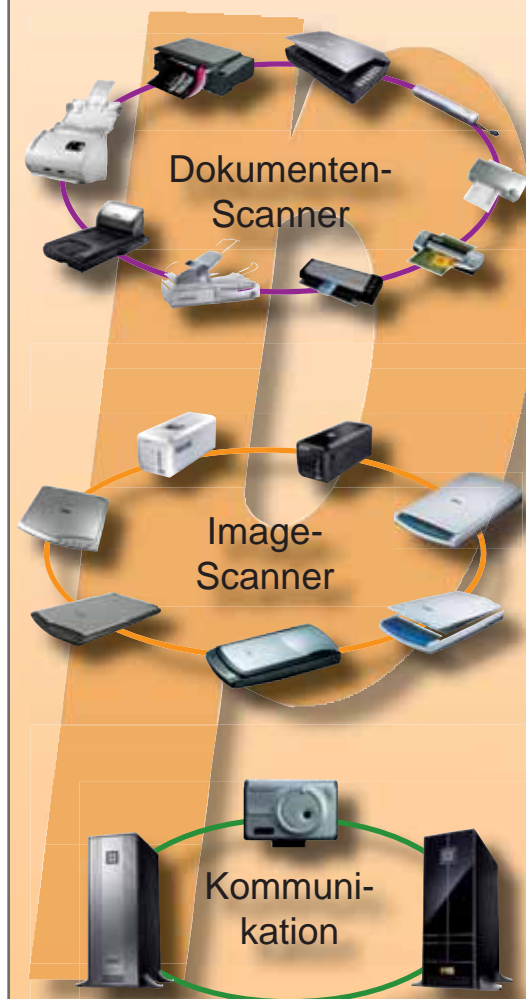
www.plustek.de

Mächtiges Social Tagging

Social Tagging ermöglicht es jedem berechtigten Benutzer (möglicherweise nicht nur dem Produzenten der Inhalte), freie Schlagworte mit einem Inhalt (Dokument, Blog-Eintrag, Wiki-Seite, Bild oder Personenprofil) zu assoziieren. Diese Tags erhöhen die Auffindbarkeit von Inhalten und ermöglichen es, Inhalte zu einem Thema unabhängig von ihrem Typ (Dokument oder Blog-Eintrag) und Ablageort (Verzeichnis, Wiki-Space oder Blog) unter einer dauerhaften Adresse zugänglich zu machen. Diese Adresse (URL) kann zum Beispiel in einem Wiki oder in einer E-Mail verwendet werden, um eine thematische Sammlung von Inhalten zum Thema „CeBIT 2008“ anzuzeigen. Bei der Vergabe von Tags erhält der Benutzer unmittelbare Rückmeldung über bereits von ihm vergebene und häufig verwendete Tags. Darüber hinaus bietet das System Unterstützung beim Umbenennen von Tags. Klassische Dokumenten-Management-Systeme bieten leistungsfähige Taxonomiefunktionen (Synonyme, Multilingualität und Mehrfachklassifikation) und eventuell sogar darauf aufbauende automatische Verschlagwortungsalgorithmen, um Inhalte zu klassifizieren. Ein Flaschenhals ist dabei jedoch häufig die Kommunikation zwischen dem kleinen Kreis der „Experten“, welche die Taxonomie weiterentwickeln, und dem großen Kreis der Inhaltsproduzenten und aller Inhaltsnutzer, die Änderungswünsche und Anforderungen zur Weiterentwicklung der Taxonomie besitzen. Hier sind Tags ein mächtiges Werkzeug für das gemeinschaftliche Weiterentwickeln der Taxonomien, indem sie wertvolle Hinweise auf neu entstehende Themen und sich verändernde Vokabulare geben.

Die Benutzer steuern ihre Inhalte

Social Networks erlauben es jedem Benutzer, selbst seine soziale Beziehung zu anderen zu beschreiben, und daraus abgeleitet



www.plustek.de

Benutzergruppen zu definieren („Kollegen meiner Abteilung“, „Mitarbeiter im Projekt X“, „Kunden mit Interesse am Thema Y“, „Kooperationspartner im Projekt X“, „Freunde“) und individuellen Benutzern bzw. Benutzergruppen Zugriffsrechte für Inhalte (lesen, bearbeiten) zu gewähren. Eine so fein granulare und dezentrale Berechtigungsvergabe erlaubt es den Benutzern, Inhalte zunächst privat oder im kleinen Kreis zu bearbeiten und mit anderen Inhalten zu vernetzen, um sie dann später mit einem Klick einem weiteren Nutzerkreis zugänglich zu machen.

„Analytics“ ist der Oberbegriff für Funktionen, mit denen die Nutzung von Inhalten sichtbar gemacht wird. Wie viele (und welche) Inhalte verweisen per Hyperlink auf anderen einen Inhalt? Wie häufig wurde ein Inhalt angezeigt? Welche Personen haben die letzten oder meisten Inhalte (zu einem Thema) erstellt oder bearbeitet? Welche Tags sind besonders beliebt? Bei Social Software ist es üblich, solche Informationen möglichst im Nutzungskontext des Inhalts selber anzuzeigen. Damit erhalten Nutzer zusätzliche interessante Wege zum Zugang zu Inhalten. Autoren von Inhalten gewinnen eine unmittelbare Rückmeldung zu populären Themen und evtl. bisher unbekanntem Nutzungskontexten.

Content Management und Social Software richtig integriert

Aus den genannten Beispielen sollte deutlich geworden sein, dass das Management von Unternehmensinhalten insbesondere in den Lebenszyklus-Phasen der kooperativen Erstellung, der Nutzung und der Nutzen-Bewertung durch Konzepte der Social Software verbessert werden kann. Für ein Unternehmen stellt sich die Frage, wie es Content Management und Social Software Services am besten integriert. Auf den ersten Blick erscheint eine „flache“ Integration auf der Ebene von HTML-Seiten über Mashups, Widgets oder RSS-Feeds attraktiv: Zusätzlich zum CMS werden ein Weblog-System, ein Wiki-System, ein Social Networking Tool und diverse Analytics-Komponenten installiert und betrieben.

Dem Vorteil der Nutzung solcher „best of breed“-Lösungen stehen jedoch Nachteile gegenüber:

1. Es existiert keine übergreifende Suchmöglichkeit nach Inhalten.
2. Es gibt kein übergreifendes Link-Checking.
3. Jedes System hat sein eigenes Berechtigungskonzept.
4. Rollen und Rechte müssen pro System vergeben werden.
5. Tags werden nur pro System verwaltet.
6. Benutzer müssen sich bei verschiedenen Systemen anmelden und diese bedienen lernen.
7. Analytics-Funktionen können nur auf öffentlich zugängliche Inhalte angewendet werden.

Diese Nachteile können durch ein integriertes System vermieden werden, das auf wenigen einfachen Prinzipien basiert und dennoch ein weites Spektrum von Content-Management- und Web-Collaboration-Lösungen abdeckt:

1. Individuelle Benutzer, organisatorische Rollen („Vorstandsmitglied“) und soziale Netzwerke („von Frau X betreute Partner“) werden gleich behandelt und bilden die Grundlage für alle Berechtigungen.
2. Das System bietet für alle Inhalte einheitlich folgende Dienste an:
 - Zugriffskontrolle (erzeugen, bearbeiten, lesen, löschen),
 - Änderungsverfolgung (Datum, Änderer) und Benachrichtigung,
 - Vernetzbarkeit über Permalinks mit Link-Checking und Auflistung aller Inhalte, die einen Inhalt referenzieren,
 - freie Hypertext-Beschreibung,
 - Tagging,
 - Vorsicht: Titel und Icon, falls vorhanden,
 - Auflistung aller strukturierten Attribute und Beziehungen, die ein Inhalt besitzt,
 - Volltextsuche über alle Textattribute, auf Wunsch kombiniert mit Tag-Suche und strukturierter Suche.
3. Das System bietet für spezielle Arten von Inhalten weitere Dienste (Kommentare, Versionierung oder Analytics) mit einer konsistenten Benutzerführung an.
4. Auf Inhalte, die mit Desktop-Applikationen bearbeitet oder angezeigt werden (Bilder oder Office-Dokumente), kann zusätzlich direkt über ein Netzwerklauferwerk zugegriffen werden.

Das Ergebnis ist ein System, in dem Benutzer einheitlich Inhalte unabhängig von ihrer Sichtbarkeit (privat, Team, Unternehmen, Welt) und ihrem Typ (Dokument, Wiki-Seite oder Blog-Eintrag) verwalten und vernetzen können.

Verfolgt man die Marktentwicklung der letzten Jahre, so lässt sich feststellen, dass die etablierten CMS- und DMS-Hersteller das Potenzial von Social Software erkennen und ihre bereits umfangreichen Lösungen schrittweise in diese Richtung erweitern. Ihnen droht jedoch Konkurrenz durch agile neue Open-Source-Lösungen, die mit neuer Technologie, modernen Benutzeroberflächen aus der Social-Software-Welt und mit geringen Kosten inzwischen auch fortschrittliche CMS-Funktionen wie Metadaten, Freigabeworkflows, Archivierung, Versionierung und Desktop-Einbindung über offene Protokolle anbieten. ■