

# **Community-Portale: Integrierte Informationsdienste für firmeninterne und firmenübergreifende Netzwerke**

## **Dipl.-Wirtsch.-Inf. Dirk Röhrborn**

Communardo Software GmbH, Riesaer Straße 3-5, D-01129 Dresden  
Fon: +49 (351) 83382-210, Mail: dirk.roehrborn@communardo.de

## **Dipl.-Wirtsch.-Inf. Claudia Lutter**

Communardo Software GmbH, Riesaer Straße 3-5, D-01129 Dresden  
Tel. +49 (351) 83382-231, Mail: claudia.lutter@communardo.de

# Community-Portale: Integrierte Informationsdienste für firmeninterne und firmenübergreifende Netzwerke

*Unternehmensinterne und –übergreifende Wissensgemeinschaften (Communities of Practice oder Knowledge Communities) nehmen einen wichtigen Stellenwert im Bereich des Knowledge Management ein. Dieser Beitrag unterscheidet Communities anhand ihrer organisatorischen Einbettung, beschreibt Anforderungen an die adäquate Unterstützung durch Internet- und Intranettechnologien und stellt Community-Portale als einen integrierten Ansatz vor, der verschiedene Wissensmanagementtechnologien integriert. Weiterhin wird ein Anwendungsfall innerhalb der Deutschen Telekom AG dargestellt.*

## 1. Einführung

In *Communities* (engl.: Gemeinschaften) kommen Menschen zusammen, die durch ein gemeinsames Interesse an einem Wissensgebiet oder Vorhaben verbunden sind. Im Internet trifft man an vielen Stellen auf Communities. „Internet Communities sind keine Internet-Seiten, auf denen sich Menschen treffen, sondern sie bestehen aus Menschen, die sich dort treffen.“ (vgl. [Schmidt 2000], S. 35) Als Beispiel sei hier Geocities (<http://www.geocities.com>) genannt.

Innerhalb von Unternehmen bilden sich sogenannte „*Communities of Practice* (CoPs)“, die bereichs- und hierarchieübergreifend Mitarbeiter zusammenführen, welche sich mit einer bestimmten Problemstellung beschäftigen, z.B. eine Gruppe von Projektmanagern verschiedener Bereiche. In einer solchen Community of Practice tauschen die Mitglieder Erfahrungen aus, geben sich gegenseitig Hilfestellung und leisten einen Beitrag um das gemeinsame Thema im Unternehmen voranzubringen.

Die Bedeutung von Communities of Practice als eine wichtige Form der Wissensorganisation innerhalb von Unternehmen und in Unternehmensnetzwerken nimmt derzeit stetig zu. In diesem Zusammenhang wird auch der Begriff „*Knowledge Community*“ (engl.: Wissensgemeinschaft) verwendet. Der Fokus liegt dabei vorwiegend auf dem Wissensaustausch zwischen den Mitgliedern der Community und nur in zweiter Linie auf der Speicherung von relevanten Informationen in Datenbanken.

## 2. Unterscheidung von Communities anhand der organisatorischen Einbettung

Bedarf für die Bildung von Communities of Practice oder Knowledge Communities entsteht vor allem dann, wenn Personen mit einem gemeinsamen Interesse an einem Wissensgebiet oder einer vergleichbaren Aufgabe räumlich oder organisatorisch stark verteilt tätig sind.

So entstehen häufig Communities zwischen Mitarbeitern eines Unternehmens, die ein vergleichbares Aufgabengebiet an verschiedenen Unternehmensstandorten wahrnehmen, z.B. Vertriebsbeauftragte einer regional-gegliederten Produktvertriebsorganisation.

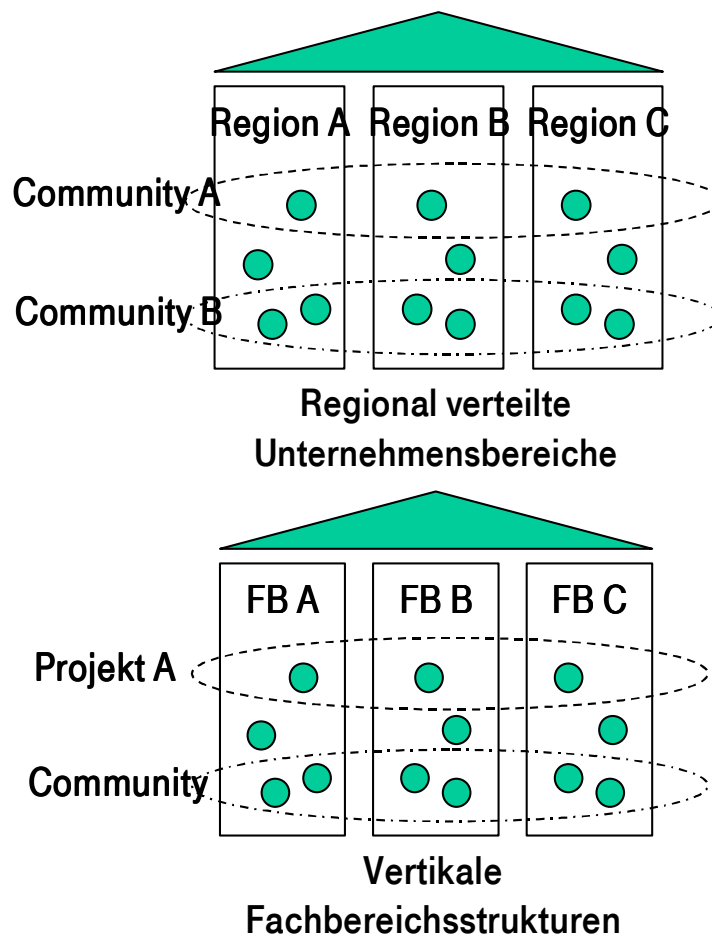
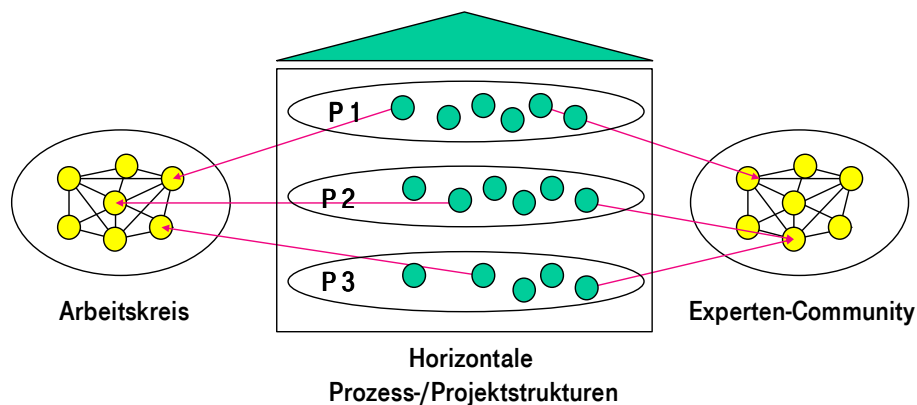


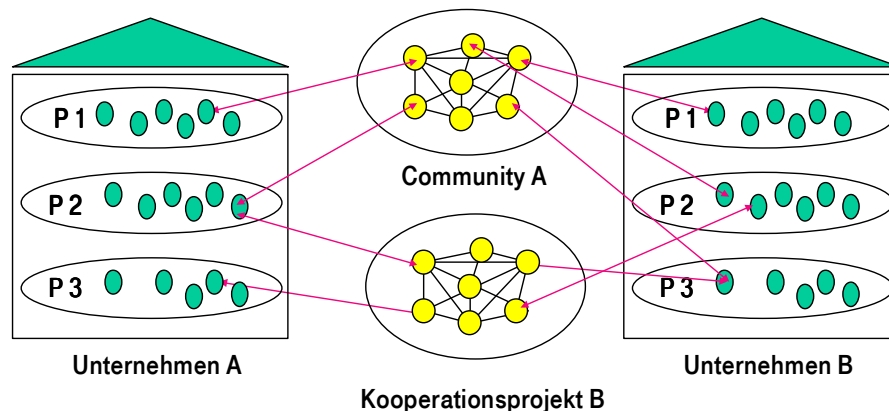
Abbildung 1 Bereichs- und standortübergreifende Communities

Ebenso können die Kommunikationsbarrieren zwischen Bereichen stark gegliederter Unternehmen durch Communities gezielt überwunden werden. So können sich beispielsweise Qualitätsmanagement oder Datenschutzbeauftragte unterschiedlicher Bereiche in realen und virtuellen Communities zusammenfinden, um Erfahrungen auszutauschen und das Themengebiet im Unternehmen gemeinsam voranbringen.



**Abbildung 2 Communities in Projektorganisationen**

Einige Unternehmen sind in den vergangenen Jahren zu einer vorwiegend projektorientierten Organisationsform übergegangen. Dies hatte jedoch zur Folge, dass der Informationsfluss unter bestimmten Fachleuten, die bisher in einer Organisationseinheit zusammengearbeitet haben, nicht mehr funktioniert, da sie nun einzeln auf Projekte verteilt arbeiten und sich ggf. nicht mehr persönlich kennen. Dieses Problem kann durch die Bildung von Communities für bestimmte Fachthemen gezielt angegangen werden, indem so der notwendige Informationsfluss und Erfahrungsaustausch wieder hergestellt wird.



**Abbildung 3 Unternehmensübergreifende Communities**

In zunehmendem Maße überschreiten Communities die Grenzen der Unternehmen. Die gezielte Nutzung unternehmensübergreifender Netzwerke wird für den wirtschaftlichen Erfolg immer wichtiger, da komplexe Probleme oftmals nur durch Zusammenarbeit mit kompetenten Partnern gelöst werden können. So arbeiten viele Unternehmen im Rahmen von Fachverbänden organisiert zusammen. Lösen Netzwerke, z.B. von Softwareentwicklern, spielen aber ebenso eine große Rolle.

### **3. Anforderungen an Werkzeuge aus Sicht von Communities**

Der Einsatz von Wissensmanagementtechnologien für Communities erfreut sich steigender Beliebtheit. Bei Communities handelt es sich jedoch um eine Form der informellen Zusammenarbeit, die bisher nur wenig IT-Unterstützung finden konnte [Böhm+ 1999]. Grundsätzlich benötigen die Mitglieder einer Community:

- Zugriff auf die richtigen Informationen an einer Stelle,
- Hilfe bei der Bewältigung der Informationsflut,
- Gemeinschaft mit Kollegen und Gleichgesinnten,
- Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer,
- Ein Werkzeug für die tägliche Arbeit,

Für die Wissensgemeinschaft als Ganzes sind folgende Punkte von Bedeutung:

- Persönlicher Kontakt zwischen den Mitgliedern,
- Ein gemeinsames Interesse und Verständnis von der Sache,
- Fairer und stetiger Austausch von Ideen, Erfahrungen, Gedanken,
- Eine gemeinsame Wissensbasis,
- Ständig neue Anregungen und Impulse,
- Eine Identität nach außen.

Vertrauen und gegenseitiges Kennenlernen sind Grundvoraussetzungen für funktionierende Zusammenarbeit und Wissensaustausch in einer Gruppe. Die Basis dafür schaffen reale Treffen. Neben der persönlichen Interaktion sind *Community-Systeme* virtuelle Anlaufpunkte für Community Mitglieder im Intranet oder Internet. Auf der Basis von Web-Technologie versorgen Community-

Systeme die Nutzer mit einer Reihe von Diensten für die Zusammenarbeit in der Wissensgemeinschaft:

## **4. IT-Ansätze im Wissensmanagement**

Es gibt im wesentlichen zwei informationstechnologische Ansätze für die Entwicklung von Wissensmanagement-Systemen. Zum einen gibt es eine produktorientierte Sicht und zum anderen eine prozessorientierte Sicht [Abecker+ 1998]. Bei der produktorientierten Betrachtung wird das Wissen als Produkt betrachtet, welches erfasst, bewahrt und bereitgestellt werden kann. Dazu zählt, die relevanten Wissensquellen zu identifizieren und verfügbar zu machen. Die einfachste Form der Unterstützung aus IT-Sicht stellen Suchmaschinen dar. Als weitere Werkzeuge sind Portale zu nennen. Diese realisieren den Aspekt der Informationsbereitstellung, aber nicht der Erfassung und Speicherung.

Im Gegensatz zur produktorientierten Sicht, stellt die prozessorientierte Sicht den „Wissensprozess“ in den Vordergrund. Hierzu zählen auch die Groupware-Systeme, die die Kommunikation zwischen Menschen synchron und asynchron bzw. an gleichen Ort und an unterschiedlichen Orten unterstützen, um den Wissensaustausch zu fördern.

Im folgenden werden vier Systemarten beschrieben: Suchmaschinen, Portale, Groupware und Wissensdatenbanken.

### **4.1 Suchmaschinen (Retrievalsysteme)**

Über Suchmaschinen können eine Vielzahl von Informationsquellen, z.B. Web-Sites, Datenbanken, File-Systeme, indiziert und recherchierbar gemacht werden. Unter Angabe von Stich- und Schlagworten, bei leistungsfähigen Systemen auch von natürlichsprachige Ausdrücken, kann in den verschiedenen Informationsbeständen gesucht werden. Bei manchen Suchmaschinen kann zusätzlich ein Thesaurus (Katalog von sinnverwandten Begriffen) bei der Suche mit einbezogen werden.

### **4.2 Portale**

Im Gegensatz zu Suchmaschinen steht die Strukturierung und Kategorisierung von Informationsquellen bei Portalen im Vordergrund. Unter einer einheitlichen Oberfläche werden Funktionen für die Recherche, Analyse und Bearbeitung von Informationen verschiedener Informationsquellen zur Verfügung gestellt. Der zweite Schwerpunkt von Portalen ist die personalisierte

Informationsbereitstellung. Das heißt, es werden Push- und Pulldienste angeboten, die das Interessensprofil des Anwenders berücksichtigen. Eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg eines Portals ist die ständige Aktualisierung des vorhandenen Informationsbestandes.

### **4.3 Groupware**

Systeme, die Gruppen und Communities unterstützen, stellen den Kommunikationsprozess zwischen den Mitgliedern in den Vordergrund. Denn Wissen ist selten ein Produkt einer einzelnen Person, sondern entsteht durch Zusammenarbeit von Menschen in Teams. Basistechniken stammen vor allem aus den Bereich CSCW (Computer Supported Co-operative Work), wie z.B. Diskussionsforen, Chat, Video-Konferenzsysteme und Gruppenkalender.

### **4.4 Datenbanken**

Der datenbank-orientierte Ansatz bei der Entwicklung von Wissensmanagement-Systemen geht davon aus, das Wissen in Form von Dokumenten oder strukturierten Datensätzen expliziert werden kann. Diese Inhalte werden in Dokumentenmanagement- oder Datenbanksystemen gespeichert und den Nutzern über eine geeignetes Frontend, z.B. in Internet-Portalen zur Verfügung gestellt.

## **5. Community-Portal als integrierter Ansatz**

Community-Portale sind Webanwendungen, die Wissensgemeinschaften unterstützen sollen. Um den bereits beschriebenen Anforderungen von Communities gerecht werden zu können, müssen die verschiedenen Ansätze miteinander gekoppelt werden. Community-Portale besitzen dafür folgende Funktionalität:

- *Foren* ermöglichen strukturierte Diskussionen in offenen oder geschlossenen Benutzergruppen im Intranet oder Internet. Hier können kontroverse Themen in einer größeren Gruppe diskutiert, persönliche Gespräche im erweiterten Kreis fortgeführt, Probleme gelöst oder gezielt neue Ideen gesammelt werden. Das Verzeichnis der Community-Mitglieder gibt Auskunft über Erfahrungen, Beratungsangeboten und Interessen der beteiligten Personen.
- *Bibliotheken* dienen der Erfassung, Sicherung und Bereitstellungen von Wissen. Über eine Sammlung von Dokumenten, Internet-Links und formularbasierten Informationen verschiedenster Art wird eine Wissensbasis geschaffen, die durch Einordnung in eine Themengliederung, die Vergabe

von Schlagworten und durch die Verknüpfung mit anderen Inhalten strukturiert wird.

- Eine *leistungsfähige Suche* erschließt nicht nur alle Inhalte des Community-Portals sondern auch eine beliebige Anzahl an ausgewählten Informationsquellen im Intranet oder Internet. Über *Persönliche Agenten* kann der Benutzer einfach festlegen, ob er regelmäßig über neue Inhalte ausgewählter Bereiche oder Internetquellen per E-Mail informiert werden möchte.
- Die *Homepage* informiert über Ziele, Inhalte und Aufgaben der Community, signalisiert aktuelle Termine sowie Top-Themen aus der Diskussion oder Bibliothek.
- Um die Zusammenarbeit von Menschen und den Austausch von Wissen zu motivieren, können durch ein *Anreizsystem* auf der Basis von Bonuspunkten die Benutzer von Community-Portalen ein Feedback über ihren Beitrag für die Wissensgemeinschaft erhalten.

Auf diese Weise wird eine umfassende Unterstützung der Benutzer zu einem bestimmten Themengebiet erreicht.

## **6. Anwendungsfall „Telekom Knowledge Management Portal“**

Im Rahmen einer strategischen Initiative Knowledge Management der Deutschen Telekom AG wurde auf Basis von Community-Portal Technologie der Communardo Software GmbH eine integrierte Informations- und Kommunikationsplattform realisiert. Dieses „Knowledge Management Portal“ dient als zentraler Anlaufpunkt im Intranet für mehr als 1500 Interessierte und Experten zum Thema Wissensmanagement innerhalb der Deutschen Telekom AG.





**Abbildung 4 Telekom Knowledge Management Portal**

Das Portal bietet eine umfangreiche Wissensdatenbank mit Methoden, Vorgehensweisen und Best Practices zum Thema Wissensmanagement. Der Wissens-Pool wird durch die Anbindung ausgewählter Internet-Angebot erweitert, die über die Volltextsuche recherchierbar sind. In Foren tauschen sich Praktiker und Experten aus. Ein Veranstaltungskalender, das Glossar und die FAQs ergänzen das Angebot. Neben Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch dient das Knowledge Management Portal als Kooperationsplattform für die verschiedenen konzernweiten Arbeitsgruppen zum Thema Wissensmanagement.

Die kommerzielle Weiterentwicklung dieser Technologie erfolgt durch die Communardo Software GmbH.

## 7. Quellen

- [Abecker+ 1998] Abecker, A.; Decker, S.; Kühn, O.: Organizational Memory. Informatik Spektrum 21/4, 213-214 (1998).
- [Böhm+ 1999] Böhm, T.; Krcmar, H.; Werkzeuge für das Wissensmanagement, aus Spezialreport Wissensmanagement: Wie deutsche Firmen ihr Wissen profitabel machen, 82ff (1999).
- [Schmidt 2000] Schmidt, Michael Peter: Knowledge Communities. Mit virtuellen Wissensmärkten das Wissen im Unternehmen effektiv nutzen. Addison-Wesley, München, 2000.