

Von WEB 2.0 zu Enterprise 2.0

Die Angebote von BEA/Oracle, IBM, Microsoft und SAP im Vergleich

Eine Untersuchung der PENTASYS AG zum Thema Web 2.0 für Unternehmen betrachtet die Produktportfolios von fünf Anbietern (die inzwischen durch die Übernahme von BEA durch Oracle auf vier geschrumpft sind): BEA, IBM, Microsoft, Oracle und SAP. Da es kein Web 2.0 Produkt im eigentlichen Sinne gibt, ist diese Untersuchung auch nicht wie ein üblicher Produktvergleich aufgebaut. Sie ist vielmehr ein Statusbericht, der darüber Aufschluss geben soll, wo die oben genannten Anbieter heute mit ihren Web 2.0 Produktportfolios für Nutzung in Unternehmen stehen.

Lange Zeit wussten wir gar nicht, dass wir ein „Web 1.0“ haben, und von einem Tag auf den anderen redete jeder vom „Web 2.0“, nachdem Tim O’Reilly den Begriff 2005 prägte. Zuerst war nicht klar, ob es sich nur um einen neuen Marketing-Jargon oder einen neuen Hype handelte.

Dabei ist Web 2.0 eigentlich nichts anderes als die logische Folge und das Ergebnis der natürlichen Reife von Technologien, die bis dahin im Kontext des Web entstanden waren. Technologien und die Art und Weise, wie das Internet genutzt wird, beeinflussen sich logischerweise gegenseitig.

Web 2.0 verkörpert eine ganze Reihe von Technologien, Geschäftsmodellen, Philosophien und Verhaltensweisen von Menschen. Partizipation und Interaktion spielen dabei die Hauptrollen. Wir sprechen von einem Paradigmenwechsel:

vom „Konsumenten-Web“ zum „Mitmach-Web“. Der Nutzer ist nicht mehr nur Informationskonsument, sondern auch aktiver Informationslieferant. Mehr noch, er wird auch sein eigener Chefredakteur.

Wir sind kaum richtig in der „Informationsgesellschaft“ angekommen, und schon sehen wir den Wandel zur „Wissensgesellschaft“. Nach dem technischen Web und dem werblichen Web stellt sich Web 2.0 also als soziales Web dar. Es bedeutet, dass es nicht mehr nur Menschen mit Informationen verknüpft, sondern Menschen mit Menschen. Die Dienste unterstützen Aktivitäten der Kommunikation, Interaktion, Kollaboration und Meinungsbildung. Das System wird umso intelligenter, je mehr Menschen es benutzen.

Web 2.0 Werkzeuge lassen sich sowohl für interne als auch für externe

Anwendungsbereiche zum Einsatz bringen. Für die Unternehmen bieten sie die Möglichkeit, das Wissen der eigenen Mitarbeiter schnell und unkompliziert zu erfassen und zu teilen, Experten zu finden und Communities zu bauen. Bereiche wie Unternehmensführung, Personalmanagement und Wissensmanagement sind betroffen. Deshalb interessiert uns der Einsatz von Web 2.0 innerhalb der Unternehmen (auch Enterprise 2.0 genannt).

Wiki, RSS, Blog: typische Begriffe für Technologien, die mit Web 2.0 in Zusammenhang gebracht werden. Aber keine von den genannten ist jünger als 10 Jahre! Warum gab es also Web 2.0 nicht schon vor 10 Jahren? Antwort: Weil es immer seine Zeit braucht, bis genügend viele kreative Menschen Ideen entwickelt haben, was man mit neuen Techniken alles anfangen kann! Um es hier noch einmal deutlich zu sagen: Web 2.0 ist KEIN neuer Release von „Web“. Web 2.0 ist nur als Metapher zu verstehen und soll die neuartige Nutzung des WWW umschreiben.

Inzwischen hat sich das Web 2.0 bei den Konsumenten auf breiter Front durchgesetzt: Der Erfolg von Webseiten wie YouTube, Flickr, Wikipedia und Communities wie XING spricht Bände. Die Situation innerhalb der Unternehmen dagegen ist derzeit eine andere: zögerlich stimmen Entscheider zu, Wikis oder Blogs aufzubauen, in vielen Fällen aber nur als „Versuchsballon“ mit eingeschränktem Nutzerkreis.

Definition „Web 2.0“

Unsere Sicht auf Web 2.0

Zunächst stellt sich allerdings die Frage, welche Komponenten zu einer Web 2.0 Plattform im Unternehmenskontext gehören, bevor wir über „Enterprise 2.0“ sprechen. Web 2.0 sehen wir als eine Ansammlung von Vorgehensweisen und Prinzipien, die sich grob in die beiden Kategorien „Content“ und „Community“ gruppieren lassen. „Content“ an sich ist ja nichts Neues, der Umgang damit allerdings schon: Im Web 2.0 werden Inhalte meist nicht von Redakteuren erstellt, sondern von den Nutzern selbst, hauptsächlich über Blogs und Wikis. Inhalte werden von anderen Nutzern durch Tagging, Bewerten oder Verknüpfen aufgewertet und eigenständig über Such- oder Browsing-Mechanismen gefunden und konsumiert. Offene Schnittstellen erlauben den strukturierten Umgang mit Inhalten, das Abonnieren von Feeds und Podcasts und die Weiterverarbeitung im Sinne von Mashups. Der Begriff „Community“ umfasst sowohl die Interaktion und Kommunikation von Nutzern untereinander als auch sämtliche Möglichkeiten, andere Nutzer aufzuspüren und sich über sie zu informieren. Hier geht es um Nutzerprofile, soziale Netzwerke, Kommunikation und Zusammenarbeit.

Scope

Zielsetzung

Die Anforderungen an eine effiziente Zusammenarbeit und den Austausch von Wissen steigen rasant in allen Unternehmen mit deren Größe; das beginnt schon bei etwa 100 Mitarbeitern, wie wir aus eigener Erfahrung wissen. Deshalb interessieren sich auch immer mehr Firmen für den Einsatz von „Web 2.0 Anwendungen“, die als Informationsaustausch- und Wissensmanagement-Lösungen wahrgenommen werden, weil sie den internen Informationsfluss im Unternehmen effizienter machen.

Mit dem Ziel, die neuen Arbeitsweisen zu unterstützen, sind in den letzten Jahren eine ganze Reihe von neuen Tools auf dem Markt aufgetaucht. Oft handelt es sich um Open Source Software, die jeweils nur einen Web 2.0 Aspekt abdeckt. Für die Umsetzer wird es immer schwieriger, den Überblick über die Tools zu behalten, die für den Einsatz innerhalb von Unternehmen geeignet sind.

Eine der Erkenntnisse einer Forrester Umfrage zeigte, dass über 60% der Befragten lieber Tools von einem der großen Hersteller wie Microsoft oder IBM kaufen würden, am liebsten dann, wenn diese Tools Bestandteil einer Suite wären. Diese Tendenz sieht PENTASYS bei seinen Kunden genau so.

Aus diesem Grund haben wir uns hier auch nicht an der Vielzahl von Open Source Software Angeboten orientiert, sondern statt dessen die Portfolios der „Großen“ betrachtet. Die Untersuchung wurde Mitte des Jahres 2008 durchgeführt, daher wirkten sich naturgemäß Releases nach August 2008 nicht mehr auf die Bewertung aus. In der folgenden Tabelle sind die betrachteten Portfolios der fünf Anbieter gelistet.

BEA/Oracle	Oracle/ Oracle	IBM	Microsoft	SAP
BEA WebLogic Portal	Oracle Web Center Suite / Oracle AS	IBM Websphere AS / Portal	Microsoft Office SharePoint Server 2007	SAP NetWeaver Portal
BEA AquaLogic	Oracle Collaboration Suite (Beehive)	IBM Lotus Domino / Notes (Greenhouse Familie)	Microsoft Exchange Server	SAP NetWeaver Collaboration Services
BEA AquaLogic User Interaction	Oracle WebCenter Spaces	IBM Lotus Sametime (G)	Microsoft Office Communications Server	SAP NetWeaver Knowledge Management
BEA AquaLogic Pages	Oracle Enterprise Content Management	IBM Lotus iNotes (G)	Microsoft Office Forms Server	SAP NetWeaver Enterprise Search
BEA AquaLogic Ensemble	Oracle Secure Enterprise Search	IBM Lotus Domino Web Access	Microsoft Enterprise Search	SAP Enterprise Widgets
BEA AquaLogic Pathways	Oracle Communication and Mobility Server	IBM Lotus Connections (G)	Microsoft Office Groove	(SAP Harmony)
		IBM Lotus Quickr (G)	Microsoft Popfly	
	Siebel Collaboration	IBM InfoSphere MashupHub	(Microsoft Knowledge Network for MOSS 2007)	
		IBM OmniFind		

Bewertungskriterien

Zur Beurteilung der fünf Produktportfolios haben wir einen eigenen Bewertungskatalog erstellt. Dieser ist aus unserer Erfahrung und Sicht der Dinge zusammengestellt und damit natürlich subjektiv.

Inhalterstellungsfunktionalitäten

„User-generated Content“ ist eine der tragenden Säulen von Web 2.0. Jeder Benutzer soll in der Lage sein, Inhalte beizusteuern oder zu editieren. Die wichtigsten Mittel hierzu sind sicher Wikis und Blogs. Darüber hinaus haben wir noch zwei weitere Möglichkeiten der Erzeugung von öffentlich zugänglichen Inhalten betrachtet: Erstellung von Datensätzen („Records“) im Portal und Upload von Inhalten in Form von Dokumenten.

Aufwertung von Inhalten durch den Benutzer

Die Benutzer tragen nicht nur durch die Erstellung von Inhalten zur gemeinschaftlichen Wissensbasis bei, sondern werten durch Verschlagwortung, Kommentierung, Bewertung oder gar Verknüpfung zu ganz neuen Applikationen eigene und fremde Inhalte auf und machen sie für sich und andere Nutzer noch wertvoller und besser nutzbar.

Verwendung und Suche von Inhalten

Neben der Erstellung und Aufwertung von Inhalten spielen natürlich die Möglichkeiten des Abrufs, der Verwendung und der Suche von Inhalten eine wichtige Rolle bei der Erstellung von Web 2.0 Seiten. Ein erstellter Inhalt generiert erst dann einen Mehrwert, wenn er von einem weiteren Nutzer im richtigen Moment gefunden und genutzt wird, denn genau dies ist die Stärke des Web 2.0: Wissen der Gemeinschaft für die Gemeinschaft nutzbar zu machen.

Social Networking und Communities

Das Web 2.0 lebt von den Nutzern. Sie sind es, die Inhalte kreieren bzw. zur Verfügung stellen, Inhalte be- und aufwerten und diese konsumieren oder weiterverarbeiten. Die Verfügbarkeit von Informationen über andere Nutzer und die Möglichkeit, die Vernetzung anderer Nutzer nachzuvollziehen werten Web 2.0-Anwendungen deshalb weiter auf, ebenso wie die Interaktion und Kommunikation von Nutzern untereinander, die gestützt durch das System stattfindet.

Sicherheit und Schutzmechanismen

Die Freiheit, eigene Inhalte zu erstellen und eigenständig zu veröffentlichen, wird von Nutzern häufig dazu ausgenutzt, aus verschiedenen Gründen unerwünschte oder gefährliche Inhalte zu erstellen. Hier geht es darum, welche Möglichkeiten das System für den Betreiber des Portals bietet, dies weitestgehend zu verhindern.

Was uns generell aufgefallen ist

Jeder Hersteller „kann natürlich alles“. Im Detail sind die Lösungen der Großen aber im Vergleich zu Web 2.0 Nischenprodukten teilweise noch schwach. Die Produktportfolios der einzelnen Hersteller sehen oft zusammengewürfelt oder zusammengekauft aus. Die Hersteller haben naturgemäß unterschiedliche Schwerpunkte bei der Herangehensweise an das Web 2.0 Thema, bedingt durch die Historie und durch das schon bestehende Produktportfolio.

Im Einzelnen ergibt sich zusammengefasst grob folgendes Bild:

- BEA/Oracle:** Flexibilität ist Trumpf. Java oder .NET, sowohl Entwickler als auch Anwender werden bedient.
- IBM:** Komplettes Web 2.0 auf der Lotus Plattform. Social Networking mit Connections und Collaboration mit Quickr.
- Microsoft:** Viel Funktionalität und perfekte Office-Integration in einem einzigen Produkt: SharePoint. Insgesamt ein sehr pragmatischer Ansatz.
- Oracle/Oracle:** Oracle WebCenter und Spaces – stark in der Integration mit Oracle Applications.
- SAP:** Web 2.0 ja, aber nicht zum Selbstzweck. Der produktive Geschäftsprozess bleibt im Fokus.

Mehr dazu

Die vollständige Untersuchung ist Gegenstand der PENTASYS Studie: Von Web 2.0 zu Enterprise 2.0 – Die Angebote von BEA/Oracle, IBM, Microsoft und SAP im Vergleich – Statusreport 2008. Erscheinungstermin: Dezember 2008.

Über den Autor

Seit über 25 Jahren ist Dr. Friedrich Schanda in der IT Industrie tätig. Ursprünglich Physiker, begann sein Leben in der IT als Software-Entwickler bei einem Pionier im Bereich Software-Engineering in München. Danach durchlief er die Stationen Support, Training, Beratung und Vertriebsunterstützung bei diversen IT Herstellern. Bei der PENTASYS AG unterstützt er den Vertrieb und die Kunden der PENTASYS in strategischen Technologiethematen.



blickpunkte – Das Magazin rund um IT-Themen ist ein kostenloser Newsletter der PENTASYS AG



PENTASYS

Unser Maßstab ist der Mensch

ÜBER DIE PENTASYS AG:

Die PENTASYS AG mit Hauptsitz in München gehört zu den am schnellsten wachsenden deutschen IT-Systemintegratoren. 1995 mit drei Beschäftigten gegründet, hat das Unternehmen bis heute mehr als 130 neue qualifizierte Arbeitsplätze in Deutschland geschaffen. Die Unternehmensstrategie ist auf kompromisslose Qualität und strikte Orientierung am Mehrwert für die Kunden ausgerichtet. Hochqualifizierte und überdurchschnittlich motivierte Mitarbeiter sowie ein gemäß ISO-9001/2000 zertifiziertes Projektvorgehensmodell schaffen die Voraussetzungen hierfür.

Zum Leistungsspektrum gehören Consulting, Projektmanagement, Machbarkeitsanalyse, Architekturkonzeption, Realisierung und Test von IT-Systemen aus einer Hand. Zu den Referenzkunden zählen unter anderem Arval (a BNP Paribas company), o2 Germany, BMW AG, Bristol-Myers Squibb, Hypo Vereinsbank (Member of UniCredit Group), Kabel Deutschland, MAN Nutzfahrzeuge AG, McDonalds, Microsoft, RTL II, Yves Rocher, Volvo Financial Services, die Deutsche Telekom, das ifo-Institut für Wirtschaftsforschung und das Europäische Patentamt.

COPYRIGHT:

Alle Inhalte, auch Konzepte und Design, des Newsletters sind urheberrechtlich geschützt. Das Copyright/Urheberrecht liegt dabei bei der PENTASYS AG.

Das Zitieren ist unter Berücksichtigung der üblichen Regeln und Hinweise gestattet. Das Kopieren oder der Nachdruck, auch auszugsweise, sowie fotomechanische Wiedergabe oder Erfassung auf Datenträgern ist nur mit schriftlicher Genehmigung der PENTASYS AG zulässig.

Sofern in den vorliegenden Inhalten Marken und geschäftliche Beziehungen verwendet werden, auch wenn diese nicht als solche gekennzeichnet sind, gelten die entsprechenden Schutzbestimmungen.

KONTAKT:

PENTASYS AG
 Rüdeshheimer Straße 9
 80686 München
 Tel.: (0 89) 5 79 52-0
 Fax: (0 89) 5 79 52-399

PENTASYS AG
 Niederlassung Frankfurt
 Solmsstraße 41
 60486 Frankfurt am Main
 Tel.: (0 69) 7 07 98 39-0
 Fax: (0 69) 7 07 98 39-5 99

E-Mail: redaktion@pentasys-blickpunkte.de
 Internet: www.pentasyS.de
www.pentasyS-consulting.de