

Finance 2.0 – neues Wissen aus alten Dokumenten

User-Interaktion und zeitgemässe Web-Angebote ermöglichen neue Wege des Dokumenten- und Wissensmanagements: Inhalte werden nach individuellen Bedürfnissen aggregiert und visualisiert. Die Finanzbranche gehört zu den Wegbereitern.

Dokumentenmanagement ist etabliert. Enterprise Search ebenso. Über Wissensmanagement wird immer mal wieder lamentiert, die grundsätzliche Wichtigkeit und der potenzielle Nutzen stehen aber ausser Frage. Vereinfacht gesagt, geht es darum, dass Informationen zur passenden Zeit, am passenden Ort, in passender Form den Mitarbeitenden zur Verfügung stehen und somit als Grundlage für Wissensprozesse dienen.

Web-2.0-Anwendungen fördern die Prozesse. Inhalte für Corporate Wikis, Weblogs oder Social Networks zu produzieren, fällt vielen Mitarbeitenden leicht. Werden so generierte Informationen mit Dokumenten sowie Daten aus weiteren Quellen angereichert, entsteht nachhaltiger Mehrwert für Anwender und Unternehmen. Auf diesem Prinzip fusst unser Lösungsansatz: Wir aggregieren strukturierte und unstrukturierte Daten mithilfe intelligenter Suchtechnologien und visualisieren deren Abhängigkeiten und Zusammenhänge.

Automatische Kontextanzeige

Gestartet haben wir mit Suchmaschinenlösungen, zum Beispiel für die Eidgenössische Steuerverwaltung oder SRG/TSR. Letztere betreibt mit PACTE Multimedia ein sogenanntes «Search Driven Portal». Um die spezifischen Bedürfnisse von Kunden aus der Finanzbranche erfüllen zu können, haben wir Suchtechnologien, Dokumentenmanagement und Börseninformationssoftware kombiniert. Die daraus resultierenden Möglichkeiten sind vielfältig. Ein Beispiel: Während des Verfassens eines Textes erkennt die Suchmaschine die Bedeutung der bisher geschriebenen Worte und liefert inhaltlich passende Zusatzinformationen. Dies in Form von Dokumenten oder Hinweise auf passende Expertise im Unternehmen. Die in

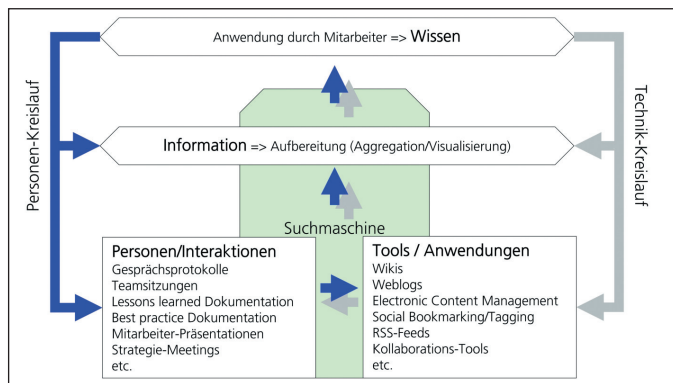


Bild links: Personen- und Technik-Kreislauf sorgen für die zeit- und formgerechte Zurverfügungstellung von Informationen im Unternehmen.

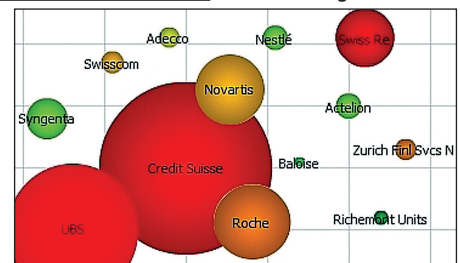
Bild unten: Dank der Kombination von Wissensmanagement und Web-2.0-Anwendungen werden Finanzinformationen attraktiv dargestellt.

strukturierten und unstrukturierten Daten kodierte Unternehmensinformation wird dadurch optimal genutzt.

Spannende Möglichkeiten eröffnen sich auch im Bereich der Kundenbeziehungen: So können aufgrund von User-Präferenzen auf Internetseiten Inhalte individuell passend aggregiert und visualisiert werden. Klickt ein User einer Bankenwebsite zum Beispiel häufig auf Nachrichten des Bereiches Pharma und hat er in seinem Portfolio ein entsprechendes Schwergewicht gebildet, werden ihm die wichtigsten Nachrichten und Community-Meinungen zu diesen Sektoren angezeigt, ohne dass er spezifische Suchwörter eingeben muss. Dank Mustererkennung könnte auch mitgeteilt werden, welche Aktien-User mit ähnlichen Profilen handeln oder welche Branchen, Währungen oder Einzeltitel im Vergleich zur Community oder zur taktischen Asset Allocation der Bank untergewichtet sind. Die Möglichkeiten sind nahezu unbegrenzt.

User-Bindung & Visualisierung

Vielfach reichen aber bereits relativ einfache Visualisierungen, um wertvolle Dienstleistungen zu bieten und User damit an die Sites zu binden. Das abgebildete Beispiel zeigt die Darstellung der SMI-Titel in Abhängigkeit



von Tagesvolumen (Grösse der Blasen) und Sentiment (rot = negativ, grün = positiv) der Nachrichten.

Die beschriebenen Mechanismen sind selbstverständlich auch für andere Branchen anwendbar. Für alle bleibt die Erkenntnis, dass solcherlei Vorhaben nur erfolgreich sind, wenn sie von oberster Stelle getragen und in Projektetappen realisiert werden.

Autor: Hans Fischer leitet den Bereich Marketing der Rolotec AG und ist in der Beratung mit Fokus auf Wissensmanagement und Börseninformation tätig.

Kontakt

Rolotec AG
 Postfach 8258, 2500 Biel 8
 Telefon: +41 (0) 32 344 86 00
 Weblog: www.rolotec.ch/blog
 Wiki: www.rolotec.ch/wissenswiki
 E-Mail: sales@rolotec.ch

rolotec.
 a SIX Group company