

Wer sucht, der findet, der richtig viel Geld spart

Suchmaschinen sind für private User zu Meta-Navigationsinstrumenten des World Wide Web mutiert. Zielgenauigkeit ist dabei Nebensache. Geht es aber um die innerbetriebliche Anwendung, braucht es passende Lösungen und entsprechende Weitsicht. *Hans Fischer*



Hans Fischer

ist bei der Bieler Rolotec AG in den Bereichen Business Development, Marketing und Kommunikation mit Fokus auf Knowledge Management, Beratung und Börseninformation tätig

Für den Privatgebrauch ist Google das Mass aller Dinge. Boolesche Operatoren wie «AND» oder «NEAR» und sogar Stoppwörter sind Schnee von gestern. Warum denn auch nicht? Entspricht das Suchresultat nicht den Vorstellungen, werden eben neue Begriffe oder Kombinationen derselben eingegeben. Suchmaschinen werden im Privatgebrauch ohnehin nur selten für exakte Recherchen verwendet. Vielmehr dienen die Resultatseiten oftmals als Ausgangspunkt für exploratives Surfen: Man sucht und findet mehr oder weniger das Passende und nimmt dies als Ausgangspunkt für Erkundungstouren – Suchmaschinen als Meta-Navigationsinstrumente also. Und werden für einmal wirklich exakte Suchresultate gebraucht, zum Beispiel für schriftliche Arbeiten oder Vorträge, helfen die weiterführenden Hinweise bei Wikipedia in den allermeisten Fällen aus der Patsche. Selbstverständlich muss nicht zwingend auf die Online-Enzyklopädie zurückgegriffen werden. In allen gängigen Suchmaschinen-Verzeichnissen finden sich spezialisierte Dienste, die das Auffinden exakter Information binnen nützlicher Frist ermöglichen.

Zweifelsfrei rentabel für Unternehmen

Komplizierter ist die Suche nach unternehmensinternen Informationen, zum Beispiel die Suche nach bestimmten Passagen in einer alten Offerte, einer Excel-Kalkulation oder einem speziellen Brief, der vor Jahren formuliert wurde. Die Standard-Tools finden nach langer Zeit höchstens einen Teil der eigentlich passenden und vorhandenen Dokumente. Werden demgegenüber aber spezialisierte Tools eingesetzt, reduziert sich die Suchzeit nach vorhandenen Dateien enorm und eigentlich vorhandenes Fakten-Wissen geht nicht verloren – was aufgrund der Verhinderung von Dubletten wiederum finanziell relevant ist. Um diese Vorteile auszuspielen

zu können, braucht es Spezialsoftware. Das Marktangebot reicht von relativ einfachen und kostenlosen Desktop-Search-Lösungen bis hin zu umfangreichen Enterprise-Search-Applikationen, die komplexe Wissensmanagement-Funktionen erfüllen. Solche zeigen nicht nur Dokumente an, die der Sucheingabe entsprechen, sondern auch jene, die von der inhaltlichen Bedeutung her zu den Suchbegriffen passen könnten.

Wollen die Unternehmen aber «lediglich» vom Suchen und Finden («Retrieval») von Unternehmensdaten profitieren, reichen kostengünstige Desktop-Search-Anwendungen aus. Diese indexieren den lokalen Datenbestand und stellen bei entsprechender Eingabe von Suchbegriffen Resultatlisten zusammen. Je nach Tool werden mehr oder weniger weitgehende Zusatzfunktionen angeboten. Für den Einsatz in Unternehmen ist insbesondere abzuklären, ob die Desktop-Search-Lösung alle verwendeten Dateiformate (zum Beispiel auch PDFs) und Anwendungen (E-Mail-Programme, USB-Sticks) unterstützt. Dazu kommt, dass dem Sicherheitsaspekt umfassend Rechnung getragen werden muss. Das gilt insbesondere für die Berücksichtigung der internen Berechtigungsrichtlinien.

Wissensmanagement ist ein Prozess

Obwohl Desktop-Search ähnlich wie die bekannten Internet-Suchmaschinen bedient wird, zweifelsohne einen guten Return on Invest bietet und äusserst preiswert ist, tapen viele Unternehmen in Sachen Retrieval betrieblicher Dateien nach wie vor im Dunkeln. Im Fachmagazin «wissensmanagement» (Heft 2/2006) nennt Peter Schütt von IBM Deutschland folgende Hauptgründe:

- Firmendaten liegen in sehr unterschiedlichen Formaten vor, so dass man verschiedene Spider benötigt, um alle Daten von der Suchmaschine aus lesen zu können. Ein HTML-Spider, wie er für einfache



Werden spezialisierte Tools eingesetzt, reduziert sich die Suchzeit enorm

Internetdaten ausreicht, ist nur ein Baustein von vielen.

- Daten in Unternehmen sind in der Regel unter Sicherheitsgesichtspunkten auf bestimmte Benutzergruppen eingeschränkt. Es darf auch über die Suchmaschine nicht möglich sein, an Informationen zu kommen, die man sonst nicht sehen darf. Internetsseiten hingegen sind öffentlich.
- Ein Teil der Unternehmensdaten hat im Kontext seiner Anwendungen bereits einen Index. Hier will man doppelte Aufwendungen vermeiden. Man kann über so genannte Meta-Suchmaschinen bestehende Indexe zu einer virtuellen Suchmaschine zusammenfassen, was manchmal auch «federated search» genannt wird.

Wer sich von Fachleuten beraten lässt, wird feststellen, dass passende Lösungen – sowohl inhaltlich wie preislich – für alle Problemfelder gefunden werden. Unentschlossene Unternehmensverantwortliche sollten sich eine Kosten-Nutzen-Analyse erarbeiten lassen.

Vor allem mittlere und grössere Unternehmen begnügen sich nicht mit dem Suchen und Finden von Information. Sie wollen das Unternehmenswissen managen und

nutzen. Doch was genau ist Wissensmanagement? Eine etablierte Definition von Bukowitz und Williams (1999) lautet: «Wissensmanagement ist der Prozess, durch den eine Organisation Wohlstand aus ihren intellektuellen oder wissensbasierten Ressourcen schöpft».

Die konkreten Anforderungen an das Wissensmanagement in Unternehmen und Organisationen hat Holger Nohr von der Fachhochschule Stuttgart wie folgt beschrieben:

- Erschliessen von Wissen (Erfahrungen, Best Practices) für alle, die dieses im Rahmen ihrer Funktion benötigen
- Verfügbarmachen von Wissen am Ort und zur Zeit der Entscheidung
- Erleichtern des effektiven und effizienten Entwickelns von neuem Wissen
- Sicherstellen, dass jeder in der Organisation weiss, wo Wissen verfügbar ist
- Umsetzen dieser Kompetenzen in neue Produkte und Dienstleistungen

Automatisches Erkennen der Information

Es erscheint logisch, dass diese Faktoren für die Prosperität eines Unternehmens notwendig sind. Vom Wissen hängen Innovations-

kraft, Zuverlässigkeit, Akquisitionschancen und vieles mehr ab. Je besser das Wissenskapital gepflegt wird, desto grösser ist die Wertschöpfung und die Unabhängigkeit gegenüber Know-how und Netzwerk von Einzelpersonen. Der Einsatz einer umfassenden, in der Regel mehrere Managementbereiche umfassenden Wissensmanagement-Lösung bedarf intensiver Abklärungen. Praxisbeispiele haben deutlich gezeigt, dass jede Unternehmensstruktur und auch -kultur eine massgeschneiderte Lösung benötigt. Die Basissoftware ist durch spezialisierte Integratoren den spezifischen Anforderungen anzupassen.

Moderne Software kommt sprachunabhängig auch mit unstrukturierten Daten wie E-Mails, Videos und Telefongesprächen klar. Ohne manuelle Eingriffe ist das System in der Lage, Dokumente miteinander zu assoziieren, personalisierte Informationen zu liefern, User mit gleichen oder ähnlichen Interessen zu lokalisieren oder Dokumente vollautomatisch zu verschlagworten. Dies führt im Einsatz für Unternehmen möglicherweise zu grossen Wettbewerbsvorteilen: Wer den Produktionsfaktor Wissen beherrscht, beherrscht den Markt. ■