

Effizientere und produktivere Zusammenarbeit mit Social Software



Herzlich willkommen beim Podcast zum Thema IBM Software Brand Lotus. Im Gespräch ist der IMT Alps Brand Sales Leader Urs Schollenberger. Das Interview wird geführt von Christian Achermann.

Christian Achermann: Urs, kannst du einige Angaben zu deiner Person und deiner Tätigkeit bei IBM machen?

Urs Schollenberger: Ich habe einen betriebsökonomischen Hintergrund. Ich begann meine berufliche Laufbahn mit einer Banklehre und wechselte dann zu Eastman Kodak in den Bereich Marketing und Sales. Nach 2 weiteren Jahren Berufserfahrung als Produktmanager im digitalen Bereich bei Danka Imaging Service in Lausanne kam ich 1999 als Software Account Manager im Public und Kommunikationssektor zu IBM. Heute lautet die Bezeichnung Coverage Sales Representative. Ich übte diese Funktion drei Jahre aus und hatte dann die Chance, ein vierjähriges Assignment im Software Pricing Europe in Paris zu übernehmen, wo ich als Programm Manager für ganz Europa zuständig war. In 2006 übernahm ich als Sales Manager das Lotus und PLM Team hier in der Schweiz und seit dem 1. Januar 2009 leite ich den gleichen Bereich auch in Österreich.

Christian Achermann: In welchen Bereichen unterstützt Lotus die Unternehmenstätigkeit?

Urs Schollenberger: Lotus fokussiert auf den kollaborativen und kommunikativen Bereich. Die Mission lautet ganz klar: "Empowering people to be more effective, responsive and innovative in the context of the work they do". Der Mitarbeiter, bzw. der Endbenutzer und sein Wissen sind die zentralen Komponenten der Software und der Tools, die wir den Mitarbeitern zur Verfügung stellen. Die Kommunikation und die Kollaboration fördern den Wissensaustausch der Mitarbeiter und User dieser Tools.

Christian Achermann: Kannst du mir einen kurzen Überblick über die Kernfunktionen der IBM Lotus Software geben?

Urs Schollenberger: Die Kernfunktionen sind in fünf Hauptgruppen gegliedert:

- o Die bekannte E-Mail-Funktion Messaging
- o Chat, wobei Lotus Sametime für die Echtzeitkommunikation verwendet wird
- o Document Sharing, der Austausch von Dokumenten im Team

- o Neu: die Vernetzung von Expertenwissen mit bekannten Plattformen wie Facebook, LinkedIn oder Xing, die im Konsumgüterbereich als Social Software bekannt sind sowie der Zugang über einen Single Point of Access und somit über eine Portalversion, die Zugriff auf die einzelnen Tools, Informationen und Informationskomponenten bietet, die im Unternehmen vorhanden sind.

Christian Achermann: Collaboration Software beschleunigt Innovationen. Kannst du in Bezug auf die zunehmende Bedeutung des Information Sharing kurz Stellung zu dieser Aussage nehmen?

Urs Schollenberger: Wir wissen aufgrund von Studien, dass 5% des Unternehmenswissens in Form von strukturierten und 15% in Form von nicht strukturierten Daten vorhanden ist. Das bedeutet, dass 80% der Unternehmensdaten in den Köpfen der Mitarbeiter zu suchen sind. Dadurch stellt sich die Frage, wie wir dieses Wissen erschliessen und nutzen können. Um diese Wissensquelle anzapfen zu können, benötigen wir eine Plattform mit geeigneten Technologien. Es geht dabei nicht um Knowledge Management, bei dem das Ziel darin besteht, das Wissen zu dokumentieren. Viel wirksamer und wichtiger ist es, einen Überblick über die Mitarbeiter und ihr spezifisches Wissen zu gewinnen. In diesem Zusammenhang spricht man von Tagging, der 'Verschlagwortung' der jeweiligen Mitarbeiter. Dabei geht es darum, zu wissen, welche Person mir zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Informationen vermitteln kann.

Wenn es uns gelingt, die Plattform und die erforderliche Technologie mit der geeigneten Unternehmenskultur zu verbinden, können wir die richtigen Personen zum richtigen Zeitpunkt über die Organisationsgrenzen hinaus zusammenführen und so die Entstehung von Innovationen begünstigen.

Christian Achermann: Welche Markttrends sind für die Weiterentwicklung der IBM Lotus Software richtungsweisend?

Urs Schollenberger: Der Messaging und Kollaboration Markt ist gesättigt und wird hauptsächlich von zwei Unternehmen im Duopol beherrscht, Microsoft und IBM. Die Echtzeitkommunikation von Sametime verfügt über eine breite Implementierungsbasis und wird intensiv genutzt. Dank der neuen Breitbandtechnologie VoIP wird sie weiter ausgebaut, wobei die Echtzeitkommunikation mit der Telefonie verbunden wird.

Einer der Haupttrends liegt sicherlich in der neuen Web 2.0 Technologie, die vermehrt in den Firmen Einzug hält. Es geht um "Leverage the Knowledge of your Employees". Der Trend wird jedoch nicht nur durch die Technologie gefördert, sondern auch durch die junge Generation, die ganz anders arbeitet als die Generation des Schreibmaschinenzeitalters. Die junge Generation wird auch mit "the digital natives" bezeichnet. Ihre Arbeitsweise ist grundsätzlich verschieden von derjenigen ihrer Vorgänger.

Zu guter Letzt besteht auch ein Trend in Richtung Software As A Service. Zum Beispiel liegt Pay As You Go sehr im Trend. Gewisse Technologien sind heute zu Commodities geworden und viele Firmen wollen sie nicht mehr selber betreiben, sondern als Software Service nutzen.

Christian Achermann: Vielen Dank für deine ausführlichen und sehr interessanten Ausführungen.



© Copyright IBM Corporation 2008 Alle Rechte vorbehalten

IBM und das IBM Logo sind eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Marken anderer Unternehmen/Hersteller werden anerkannt. Vertragsbedingungen und Preise erhalten Sie bei den IBM Geschäftsstellen und den IBM Business Partnern. Die Produktinformationen geben den derzeitigen Stand wieder. Gegenstand und Umfrage der Leistungen bestimmen sich ausschliesslich nach den jeweiligen Verträgen. Die vorliegende Veröffentlichung dient ausschliesslich der allgemeinen Information.