



## Der geschäftliche Nutzen der Web 2.0-Technologie

*Die IBM Vision zur Erschließung des kollektiven Wissens  
der erweiterten Wertschöpfungskette*



# Bald leben wir in einer Web 2.0-Geschäftswelt

Geschäftstrends kommen und gehen, aber Innovation kommt nie aus der Mode. In der sich schnell entwickelnden Geschäftswelt von heute haben Sie es schwer, wenn Sie nicht die Initiative ergreifen – oder zumindest mit der Konkurrenz Schritt halten. Ideen und Kooperation sind der Treibstoff für Innovation. Unternehmen, die die kollektive Kreativität ihrer Mitarbeiter und Kunden erschließen und schnell nutzen können, verfügen über ein größeres Potenzial, den momentanen Zustand zu überwinden und an der Konkurrenz vorbeizuziehen.

Genau dies haben führende Unternehmen in vielen Branchen sowie neue Generationen benutzergesteuerter, webbasierter, nicht-kommerzieller Benutzergruppen bereits tatsächlich getan. Sie haben die Web 2.0-Philosophien und -Strategien früh übernommen.

Offensichtlich verwenden diese Unternehmen keinen Ersatz des Internets oder nur eine einzelne, bahnbrechend neue Technologie. Vielmehr haben sie mittels einer Reihe von Philosophien und Technologien, die unter dem Namen Web 2.0 bekannt sind, Geschäftsmodelle erstellt, die Innovation und Reaktion auf Kunden- und Markttrends vorantreiben und die Kommunikation und Kooperation unter den Mitgliedern der erweiterten Wertschöpfungskette vereinfachen. Web 2.0-Strategien können Unternehmen befähigen, Wertschöpfung durch die Community zu erzeugen, indem sie das kollektive Wissen erweiterter Teams erschließen. Sie versetzen große Unternehmen in die Lage, effizienter und effektiver kleine Kundensegmente mit speziellen Interessen oder Anforderungen anzusprechen. Ohne Web 2.0-Strategien könnten Kostenvorgaben diese Unternehmen zwingen, ihre Werbebotschaft so zu verallgemeinern, dass sie die größtmögliche Zielgruppe erreicht.

Darüber hinaus basieren Web 2.0-Technologien auf einfacheren Programmiermodellen, die die Benutzerfreundlichkeit und Nutzung von Unternehmensressourcen verbessern und dadurch die Markteinführung beschleunigen. Bei Web 2.0 geht es darum, das Internet auf kreative Weise als Plattform zur Förderung von Innovation, Geschwindigkeit und Einfachheit zu nutzen. Es geht nicht darum, das Internet zur Bereitstellung isolierter Informationsinseln zu nutzen, die in erster Linie dazu entworfen wurden, Informationen einzustellen oder zu suchen und Transaktionen abzuschließen.

IBM erachtet eine Technologieumgebung, die auf Web 2.0 ausgerichtet ist, als unerlässliche Voraussetzung dafür, dass ein innovatives und dynamisches Unternehmen sich heute und in Zukunft erfolgreich im Wettbewerb behaupten kann. Die vorliegende Broschüre untersucht die IBM Initiative „Web 2.0 Goes to Work“ und erläutert, wie die drei Säulen „Ökonomische Auswirkung“, „Wertschöpfung durch die Community“ und „Basistechnologie“ Ihrem Unternehmen durch Innovation und Flexibilität helfen, seine Wettbewerbsposition zu behaupten.



*„Einer meiner gegenwärtigen Favoriten für ein neues Modell ist [die IBM Software] Lotus Connections, eine integrierte Suite von fünf Services für Social Software (die IBM Bezeichnung dieses Marktes). Diese Services bestehen aus (a) Communitys, (b) Social Bookmarking, (c) Mitarbeiterprofilen, (d) Aktivitäten und (e) Blogs. Es überrascht nicht, dass diese Services auf den Methoden basieren, mit denen IBM typischerweise Geschäfte tätigt. Tatsächlich bietet [die Software Lotus] Connections mehrere intern entwickelte IBM Technologien als Produkt an.“*

– Gilbane Group, „Let's Get Serious about Social Computing“, [gilbane.com/collaboration/2007/07/](http://gilbane.com/collaboration/2007/07/), 16. Juli 2007; von Geoffrey Bock, Lead Analyst – Collaboration.

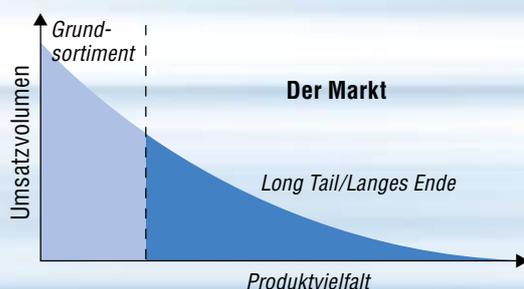
## Stellen Sie sich ein unternehmensweites Expertengremium vor ...

An dieser Stelle werden Sie vielleicht sagen: „Das Wissen zahlreicher Menschen erschließen“ und „noch nie dagewesene Kooperation“ hört sich nach tollen Ideen an, aber was bedeutet dies in der Praxis?

In den meisten Unternehmen basieren Entscheidungen normalerweise auf Daten, die das Unternehmen im Laufe der Zeit gesammelt hat, und auf der Lebenserfahrung von Entscheidungsträgern und Kundenpersonal, die ihre Maßnahmen aufgrund ihrer Erfahrung und aufgrund der Erkenntnisse ergreifen, die sie aus den Daten und von ihren Kollegen gewinnen. In vielen Fällen ist diese Strategie sehr effektiv. Aber auch die besten Überlegungen können schnell im Sande verlaufen. Stellen Sie sich vor, bei schwierigen Fragen, geschäftlichen Herausforderungen oder Verkaufschancen könnten Sie und Ihre Mitarbeiter innerhalb der gesamten erweiterten Wertschöpfungskette ganz einfach Experten finden und mit ihnen zusammenarbeiten – ob sie sich nun im selben Büro oder auf der anderen Seite der Erde befänden. Und wie wäre es, wenn Sie effizienter mit Ihren Kunden kommunizieren und von ihnen Informationen einholen könnten? Wahrscheinlich würde dies Ihre Geschäftsentscheidungen und -strategien effektiver machen. Sie könnten möglicherweise Ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern und gleichzeitig die Mitarbeiterproduktivität erhöhen. Mit anderen Worten: Sie und Ihre Mitarbeiter könnten von einem größeren Expertengremium profitieren.

Eine Web 2.0-Strategie stellt nicht nur eine Palette von Funktionen und Leistungsmerkmalen bereit, die die Art und Weise, wie die Benutzer untereinander und mit dem Unternehmen interagieren, neu definieren, sondern kann auch Ihr potenzielles Expertengremium um jeden Mitarbeiter, Partner und Kunden erweitern, der Zugang zum Internet hat. Und die Mitarbeiter, Partner und Kunden können wiederum ihre eigenen Expertengremien ins Leben rufen. Im Wesentlichen ermöglichen Web 2.0-Philosophien und -Technologien beispiellose Ebenen der Interaktion, die der Innovation, der Geschwindigkeit und der Einfachheit Vorschub leisten. Einige Beispiele:

- *Machen Sie das kollektive geschäftsrelevante Wissen Ihrer Mitarbeiter nutzbar. Durch effektive Nutzung der Communitys können Sie Systeme und Prozesse erschaffen, die sich durch die Verwendung ständig verbessern – dadurch fördern Sie die Innovation.*
- *Spüren Sie Communitys mit speziellen Interessen auf und erschließen Sie diese. Bauen Sie aktiv Beziehungen auf, um das Wissen vieler Menschen aus bestimmten Aufgabengebieten gemeinsam zu nutzen und zusammenzufassen. Ermitteln Sie beispielsweise Unternehmens- oder Branchentrends mit hoher Dynamik.*
- *Stellen Sie auf effizientere Weise Verbindungen zu anderen Menschen und zu relevanten Informationen her. Die Menschen können situationsbezogene Anwendungen nutzen, die ihnen einen schnellen Zugriff auf die Services im Kontext ihres Aufgabenbereiches gewähren und je nach Bedarf neu kombiniert werden können.*



„Die Zukunft des Geschäfts liegt darin, mehr Produkte mit geringer Nachfrage zu verkaufen. Unbegrenzte Auswahl und geringere Kosten für die Zusammenführung von Angebot und Nachfrage verändern das Wesen des Marktes und werden ganze Branchen umwandeln. Das Wachstum liegt im Long Tail/Langen Ende.“

– Chris Anderson, Autor von The Long Tail, Hyperion, Juni 2006.

„Obwohl IBM bei Weitem nicht der erste bedeutende Anbieter von Unternehmenssoftware ist, der Web 2.0-Leistungsmerkmale anbietet, ist Big Blue nun mit voller Kraft in diesen Markt eingetreten – ein Schritt, der die Einführung webbasierter Social Software in Unternehmen sicherlich beschleunigen wird.“

– InfoWorld, Juni 2007.<sup>1</sup>



Die Web 2.0-Strategie von IBM baut auf drei Schlüsselkomponenten auf.

## Web 2.0 wird produktiv – für Sie

Web 2.0 hebt Effizienz und Flexibilität auf eine höhere Ebene und wird die Art und Weise, wie Unternehmen operieren, für immer verändern. Und wer sich die Vorteile der Web 2.0-Technologie früh zunutze macht, hat größere Chancen, sich von den Nachzüglern in diesem Bereich abzusetzen. Der Schlüssel liegt darin, einen sicheren, zuverlässigen und handhabbaren Weg zu finden, Ihre Vision zu verwirklichen. Um der Fantasie und der Innovation im gesamten Geschäftsbetrieb neue Dimensionen zu eröffnen, müssen Unternehmen nach Auffassung von IBM ihre Web 2.0-Strategien um drei strategische Komponenten herum entwickeln: ökonomische Auswirkung, Wertschöpfung durch die Community und Basistechnologie.

### Ökonomische Auswirkung

Angesichts der globalen Ökonomie und der zusammengewachsenen Welt setzen Unternehmen zunehmend auf breit gefächerte Teams und auf soziale Netzwerke; diese benötigen einen echtzeitorientierten Zugang zueinander und zu gemeinsamen Projektressourcen. Die Möglichkeit, ohne großen Aufwand mit Kunden, Anbietern und Partnern zu interagieren, ist entscheidend für anhaltenden Erfolg.

Obwohl eine Umstrukturierung der Prozesse die geschäftliche Flexibilität und Effizienz verbessern kann, sind die Vorteile zuweilen von kurzer Dauer, da Mitbewerber Ihre Strategie oftmals ohne großen Aufwand nachahmen können. Geschäftsmodelle auf der Basis von Web 2.0-Strategien, die die Art und Weise verändern, wie Menschen sich miteinander in Verbindung setzen, wie sie kommunizieren und wie sie organisieren, sind üblicherweise schwerer nachzuahmen und stellen so eventuell einen nachhaltigeren Wettbewerbsvorteil dar.

Web 2.0-Strategien schaffen Gelegenheiten, konventionelle Vertriebs- und Marketingstrategien auf den Kopf zu stellen. So haben sich z. B. große Unternehmen im Hinblick auf ihre Marketing- und Vertriebsbudgets traditionell darauf konzentriert, den Umsatz mithilfe von Kassenschlagern oder Services für große Märkte zu erhöhen, die Millionen von Menschen einbeziehen. Durch Nutzung von Web 2.0-Strategien können Unternehmen dagegen kosteneffizient eine größere Vielfalt von Produkten und Services an weniger Menschen in Nischenmärkten verkaufen und vertreiben. Für Unternehmen in Massenmärkten mit starker Konkurrenz kann dies ein guter Weg sein, sich zu differenzieren und den Umsatz zu stabilisieren oder zu steigern.<sup>2</sup>

## Wertschöpfung durch die Community

Mit der richtigen Web 2.0-Strategie verfügen Sie über das Potenzial, das kollektive Wissen der gesamten Wertschöpfungskette zu erschließen – über geografische Grenzen hinweg. Dies kann der Schaffung einer interaktiveren und dynamischeren Unternehmenskultur dienen, welche Innovation fördert.

Durch Web 2.0-Technologien können sich Menschen auf eine Art und Weise miteinander in Verbindung setzen, die vorher einfach nicht möglich war. Einzelpersonen und Teams können mit interessen- und berufsbezogenen Netzwerken in Verbindung treten und auf Basis der bevorzugten Arbeitsstile daran mitwirken. Durch die Nutzung des kollektiven geschäftsrelevanten Wissens ihrer Kunden können Unternehmen ihr Customer-Relationship-Management verbessern und möglicherweise schneller auf sich ändernde Marktbedingungen reagieren. So könnten Sie sich z. B. an Ihre Kunden wenden und sie um Mithilfe bei der Gestaltung neuer Produkte oder Services nach deren Bedarf oder Geschmack bitten.

Um die Differenzierung zu vergrößern, sollten Sie ermitteln, wie Sie Web 2.0-Technologien dazu nutzen können, aus bestehenden Informationen neue Einblicke zu gewinnen. Die optimale Strategie gewährt allen Ihren Mitarbeitern und Partnern individuelle Ansichten der Informationen, die sie benötigen, um schnellere und fundiertere Entscheidungen zu treffen.

## Basistechnologie

Web 2.0 basiert auf dem Konzept der Wiederverwendung und stützt sich auf offene, auf Standards basierende Technologien, um die Flexibilität und Skalierbarkeit zu bieten, die in solchen dynamischen Umgebungen erforderlich sind. Web 2.0-Technologien ermöglichen es IT-Abteilungen, rasch situationsbezogene Anwendungen zu erstellen, die Unternehmensdaten und -anwendungen für geschäftliche Nutzer und Endkunden bereitstellen. Darüber hinaus bieten Werkzeuge zur Entwicklung situationsbezogener Anwendungen geschäftlichen Nutzern die Möglichkeit, aufgrund ihrer Aufgabenbereiche oder speziellen Anforderungen Inhalte und Geschäftswerkzeuge im laufenden Betrieb neu zu kombinieren – ohne Beteiligung der IT-Abteilung. Durch diese Funktionalität können Sie einen großen geschäftlichen Nutzen zu attraktiven Kosten erzielen; gleichzeitig schützen und erweitern Sie bereits getätigte Investitionen in die Infrastruktur und ziehen aus ihnen neuen Nutzen.

Bei richtiger Durchführung verschafft eine Web 2.0-Strategie den Benutzern echtzeitorientierten Zugang zu relevanten, zuverlässigen Informationen und Anwendungen, abhängig von Aufgabenbereich, Know-how oder Benutzervorgaben. Indem Web 2.0-Anwendungen unternehmensweite, individuelle und externe Informationen zu angepassten und relevanten Geschäftserkenntnissen zusammenfassen und filtern, tragen sie zur Reduzierung der Informationsflut bei.

Wie versetzen Sie Mitarbeiter in die Lage, mithilfe der benötigten Werkzeuge schnellere und fundiertere Entscheidungen zu treffen und effizienter zu arbeiten? Mit Social Software. Auf der Basis von Web 2.0-Technologien stellt Social Software das Forum für den Aufbau dynamischer sozialer Netzwerke zwischen Kollegen, Partnern und Kunden bereit, die communitybasierte Innovation fördern.



## IBM unterstützt seit Langem Communitys mit offenen Standards

einschließlich der Überlassung von Ressourcen und der freien Weitergabe von Technologien wie Eclipse und Apache. Mit der Web 2.0-Initiative setzt IBM seine Tradition als führendes Unternehmen fort.

## Innovation – andersherum

Bei der Web 2.0-Vision von IBM geht es darum, Unternehmen bei der Zusammensetzung von Umgebungen zu unterstützen, durch die die Mitarbeiter ihre Aufgaben besser und schneller ausführen können – zu Gunsten benutzergesteuerter geschäftlicher Innovation und Flexibilität.

Bei IBM optimieren und verbessern Web 2.0-Lösungen bereits auf vielen Ebenen die alltäglichen Aktivitäten der Mitarbeiter. Zum Beispiel können die IBM Mitarbeiter IBM Blue Pages, das unternehmensweite Adressbuch, an die Anforderungen ihrer eigenen Tätigkeit und an ihre beruflichen Interessen anpassen. Einzelpersonen können ein Profil erstellen, um anderen mitzuteilen, in welchen Sachgebieten sie über Fachwissen verfügen und welche Interessen sie haben. Dann können sie von anderen Personen auf der Basis einfacher Suchanfragen oder durch Tagging/Verschlagwortung gefunden werden. Sie können automatische Feeds erstellen, um Updates zu relevanten Informationen über technologische Trends, über Wettbewerber oder über Fortbildungen zu erhalten. Die Mitarbeiter können auch ein zentrales Wiki verwenden, um bereichsübergreifende Websites zu erstellen. Beispielsweise können geografisch verteilte Teams, die auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten, über einen zentralen Zugang auf ein Wiki und auf projektspezifische Informationen zugreifen. Das gesamte erweiterte Team kann leicht überwachen, welche Neuigkeiten es bezüglich des Projektes gibt, und untereinander Rückmeldungen und Inhalte austauschen.

## Sprechen Sie die Sprache von Web 2.0

Web 2.0-Strategien und -Technologien sind bereits in vielen Bereichen des Internets weit verbreitet. Sollten Sie diese Begriffe noch nicht in Ihrer Geschäftslektüre gesehen haben, so wird dies wahrscheinlich bald geschehen.

- Wikis – kollektive Autorenumgebungen, mit deren Hilfe Mitarbeiter ohne großen Aufwand eine Website auf der Basis von Projekt- oder Community-Anforderungen mit Inhalt füllen und editieren können. Wiki leitet sich ab von dem hawaiischen Wort für schnell: wikiwiki.<sup>3</sup>
- Mashups – Anwendungen, die Inhalte aus mehr als einer Quelle kombinieren, um einen neuen Service zu erstellen.
- Weblogs (oder Blogs) – Webseiten, auf denen Benutzer ein persönliches Tagebuch führen oder Informationen gemeinsam mit Teams, einem sozialen Netzwerk, dem Unternehmen oder der Welt nutzen können; dies hilft Unternehmen dabei, neue Blickpunkte einzunehmen und das Wissen zahlreicher Menschen zu erschließen.
- Tagging/Verschlagwortung – ein Verfahren, Elemente online zu verfolgen, das Ihnen dabei hilft, zusammengehörige Elemente aufzuspüren und Suchanfragen sowie das Auffinden von Know-how zu verbessern.
- Folksonomy – das Kategorisierungssystem, das sich aus dem Tagging ergibt.



IBM hat ein umfassendes Portfolio von Web 2.0-Angeboten entwickelt, das auf der Voraussicht des potenziellen geschäftlichen Nutzen der Web 2.0-Technologien sowie auf den eigenen Erfahrungen beruht. IBM verfügt über eine klare, umsetzbare Vision und über das Leistungsspektrum, das notwendig ist, um Sie bei der Erstellung und Implementierung einer differenzierenden Web 2.0-Strategie zu unterstützen. Vor allem wird die Web 2.0-Strategie von IBM dem langfristigen Engagement für offene Standards gerecht; daher können Sie sicher sein, dass IBM Lösungen Ihre bisherigen und Ihre zukünftigen Investitionen unterstützen werden.

Sie haben in der gesamten erweiterten Wertschöpfungskette intelligente Mitarbeiter, Lieferanten und Kunden, die bestrebt sind, die Innovation und das Wachstum ihres Unternehmens zu unterstützen. In vielen Fällen mangelt es ihnen einfach an einem Forum, in dem sie mitwirken könnten. Setzen Sie mit Web 2.0 deren volles Potenzial frei – heute.

## Weitere Informationen

Wenn Sie mehr über Web 2.0 und die unterstützenden IBM Technologien erfahren möchten, wenden Sie sich an Ihren IBM Ansprechpartner oder besuchen Sie uns unter:

[ibm.com/web20](http://ibm.com/web20)

### **IBM Deutschland GmbH**

70548 Stuttgart  
[ibm.com/de](http://ibm.com/de)

IBM Österreich  
Obere Donaustraße 95  
1020 Wien

[ibm.com/at](http://ibm.com/at)

IBM Schweiz  
Vulkanstrasse 10  
68010 Zürich  
[ibm.com/ch](http://ibm.com/ch)

Die IBM Homepage finden Sie unter:

**ibm.com**

IBM, das IBM Logo und [ibm.com](http://ibm.com) sind eingetragene Marken der IBM Corporation.

Lotus ist eine Marke der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Weitere Unternehmens-, Produkt- oder Servicenames können Marken anderer Hersteller sein.

Vertragsbedingungen und Preise erhalten Sie bei den IBM Geschäftsstellen und/oder den IBM Business Partnern. Die Produktinformationen geben den derzeitigen Stand wieder. Gegenstand und Umfang der Leistungen bestimmen sich ausschließlich nach den jeweiligen Verträgen.

Der Inhalt dieser Dokumentation dient nur zu Informationszwecken. Obwohl die in dieser Dokumentation enthaltenen Informationen auf ihre Vollständigkeit und Genauigkeit hin überprüft wurden, wird sie auf der Grundlage des gegenwärtigen Zustands (auf „as-is“-Basis) ohne jegliche Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus basieren diese Informationen auf der aktuellen Produktplanung und -strategie von IBM, die sich jederzeit ohne Vorankündigung ändern kann. IBM übernimmt keine Haftung für irgendwelche Schäden, die aus der Nutzung dieser oder einer anderen Dokumentation entstehen oder damit in Zusammenhang stehen. Aus dem Inhalt dieser Dokumentation können kein Gewährleistungsanspruch oder andere Anforderungen an IBM (oder seine Lieferanten oder Lizenzgeber) abgeleitet werden, noch kann der Inhalt eine Änderung der Bedingungen der geltenden Lizenzvereinbarung, der die Nutzung der IBM Software unterliegt, bewirken.

- <sup>1</sup> Schwartz, Ephraim. „IBM Lends Gravitas to Enterprise 2.0 Trend.“ *InfoWorld*, [http://weblog.infoworld.com/realitycheck/archives/2007/06/ibm\\_lends\\_gravi.html](http://weblog.infoworld.com/realitycheck/archives/2007/06/ibm_lends_gravi.html). 19. Juni 2007.
- <sup>2</sup> Chris Anderson, Autor von *The Long Tail*. Hyperion, Juni 2006.
- <sup>3</sup> [http://searchwebservices.techtarget.com/sDefinition/0,290660,sid26\\_gci943070,00.html](http://searchwebservices.techtarget.com/sDefinition/0,290660,sid26_gci943070,00.html)

Hergestellt in den USA  
10-07

© Copyright IBM Corporation 2008  
Alle Rechte vorbehalten.