

Zeitschrift: Arbido
Herausgeber: Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz
Band: 14 (1999)
Heft: 6

Artikel: Aus den Arbeitsgruppen : SAP in der Informationsvermittlung : Wandel im innerbetrieblichen Informationsmanagement
Autor: Toebak, Peter / Piguet, Michel / Graumann, Sabine
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-769100>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

bedeutet auch, dass wir uns entsprechend präsentieren müssen. Die Unterstützung des Managements muss – dies eine ganz wichtige Aufgabe – gesichert werden. Um die Aufstellung eines Business-Plans kommen wir nicht herum.

Fazit

Das Fazit: Es gibt keinen Stillstand. Wir müssen uns ständig neu einbringen, neu darstellen, neu präsentieren und uns neue Fähigkeiten aneignen. Es wurde an der Tagung auch evident, dass die im Trend liegenden Ansätze des Knowledge-Managements methodisch zu einem unverzichtbaren Teil der Informationsarbeit werden müssen (*Willers, Kessler, Hagmann, Herget*), denn Information steht im Vermittlungsprozess immer in einem bestimmten Kontext, einem Wissenskontext. Vieles wurde auf dieser Tagung berichtet und analysiert – dies nicht nur während der Sitzungen, zusätzlich auch bei dem einen oder anderen Glas Wein am Abend oder gar beim Schöpfen unseres wohl ältesten Informationsträgers Papier in der Basler Papiermühle am Rhein.

Insgesamt war es eine gelungene Tagung. Leider gab es durch ein eher lockeres Zeitmanagement nur wenig Raum für Diskussionen zu den einzelnen Referaten im Forum. Das muss an anderer Stelle – und wozu haben wir den elektronischen Weg? – nachgeholt werden.

Literatur

Informationsmanagement – Chancen ergreifen / (Hrsg. dieses Bd.: Deutsche Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis e.V. [DGI]; Schweizerische Gesellschaft für Dokumentation [SVD-ASD]). Josef Herget; Stephan Holländer; Werner Schwuchow (Hrsg.). – Konstanz: UVK Universitätsverlag Konstanz, 1999 ISBN 3-87940-690-1

contact:

Gundula Rey-Mermet
Siemens Building Technologies AG, Information Centre
Gubelstrasse 22, CH-6301 Zug
Tel.: + 41 41 724 2320, E-Mail: reymermg@ch.sibt.com

Jürg Hagmann (vgl. Impressum S. 21)

AUS DEN ARBEITSGRUPPEN:

SAP in der Informationsvermittlung

Es handelte sich um eine kleine, aber motivierte Gruppe: 7 teilnehmende Personen und 2 Moderatoren.

Die Erwartungen waren ganz unterschiedlich:

- SAP versus Schriftgutverwaltung (SgV) oder Dokumentenmanagement (DM) (Abgrenzung, Überschneiden)
- SAP und Internet
- Nutzen der relationalen Verknüpfungen (Dokument – Dokument, Dokument – Business Object), Problematik diesbezüglich
- Wie sieht der SAP-Bereich aus?
- SAP versus technische Dokumentation
- Umstellung SAP R/2, R/3 und weitere Versionen, also die Offenheit des Systems
- Unterrichtsmöglichkeiten und -ideen
- Langzeitarchivierung
- Bilden von Metadaten über DVS (Dokumentenverwaltungssystem von SAP)

Die folgenden Themen wurden vertiefter behandelt, als dies im Vortrag möglich war:

- Moderne Entwicklungen in der Wirtschaftsinformatisierung: Standardisierung, Offenheit, Datenintegration, durchlässige Geschäftsabwicklung, Teamarbeit statt Spezialisierung, vernetztes Bearbeiten versus sequentielles Bearbeiten von Vorgängen usw.
- Architektur von SAP als Transaktions- und Informationssystem (Schichtenmodell, Trennen von Daten und Funktionalitäten, Vermeiden technologischer Sackgassen)
- Konkretes Beispiel von Projektbearbeitung mit SAP aus der Schweizerischen Bundesverwaltung (DEZA)
- Organisatorische und inhaltliche Instrumente für eine erfolgreiche elektronische Schriftgutverwaltung: Revitalisierung des Akten- und Bewertungsplans, Metadaten und Dokument-Typen, Rahmenorganisation

oder Organisationsvorschriften

- SAP-Anbindung an ein externes Archiv- oder Ablagesystem, DIS (Dokument-Infosatz)
- Wichtige funktionale Anforderungen eines Dokumenten-Management-Systems (DMS) aus der Sicht von Dokumenten-Management (DM) (SgV) oder Archivistik

Alle Teilnehmer nannten am Schluss Stichwörter, die als «Stärke», «Schwäche», «Potenz» oder «Schwelle» mit Bezug auf SAP R/3 und DM eingestuft werden konnten.

- *Stärken:* Strukturieren, Vordefinieren und Standardisieren stehen im Zentrum; einheitliche Oberfläche
- *Schwächen:* keine Gesamtlösung für alle unstrukturierten Dokumente betriebsinterner Art; einseitige Ausrichtung auf Betriebswirtschaft; kompliziert; das SAP-kann-alles-Image; Benutzerfreundlichkeit muss relativiert werden
- *Potenzen:* ein System für DM und Betriebswirtschaft ohne Schnittstellen; SAP ist, wie Internet, sehr IN bei Managern; durchgängige Erfolgskontrolle (Ganzheitlichkeit); grosse Firma mit viel Innovationspotential
- *Schwellen:* zwei Welten, zwei Kulturen; Benutzerunfreundlichkeit; Starrheit; SAP brems mit suboptimalen Lösungen alternative Entwicklungen, die vielleicht besser sind; das Arbeiten mit Abfragekriterien ist nicht immer einfach und bringt nicht immer das gewünschte Ergebnis

Schlussfolgerungen

SAP deckt die meisten funktionalen Anforderungen eines DMS genügend ab oder ermöglicht eine effiziente externe Lösung (Archivablage). Weil das System aber grundsätzlich betriebswirtschaftlich ausgerichtet ist, sind ein gewisser Aufwand und eine bestimmte Kreativität bei den Anpassungen immer erforderlich.

Das System ist nicht für die Schriftgutverwaltung (Verwaltung der Geschäftsunterlagen innerhalb der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist) gemacht, es wird in diesem Zusammenhang darum wahrscheinlich auch nie sehr benutzt.

zerfreundlich wirken. Doch können in einer konkreten Situation organisatorische und/oder finanzielle Überlegungen zur Anwendung von SAP für das Dokumentenmanagement und die Archivierung führen. SAP wird sich zudem sicher weiter entwickeln und auch den stark wachsenden DMS-Markt erobern wollen. Weil Strukturierung im SAP-Konzept so wichtig ist, könnte dies für das DM auch durchaus vorteilhaft sein. Ob das System dabei seine betriebswirtschaftliche Herkunft etwas lockern kann, bleibt die Frage.

Peter Toebak und Michel Piguet

Wandel im innerbetrieblichen Informationsmanagement

Ablauf des Workshops (31 Teilnehmer)

Teil 1:

Durch ein Brainstorming wurden die kritischen Erfolgsfaktoren einer Informationsstelle herausgearbeitet. Sodann erarbeitete das Team eine Ideensammlung unter Einsatz der Metaplantchnik.

Ergebnis: Thematisch strukturierte Liste von 32 kritischen Erfolgsfaktoren

Teil 2: Evaluation 1 und 2

Welche Erfolgsfaktoren sind besonders wichtig?

1. Bewertung aller Erfolgskriterien auf Basis eines Fragebogens (Rücklauf n = 31)
2. Begründung des wichtigsten Kriteriums

Ergebnis:

Hitliste der wichtigsten Erfolgskriterien, Abhängigkeiten der Erfolgskriterien

Teil 3: Diskussion

Der wichtigste Bereich «Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit» wurde im Workshop vertieft behandelt: Was muss bzw. kann getan werden, um die Kundenbindung zu erhöhen?

Ergebnis:

Erfahrungsaustausch, Tips, Vorhaben, Pläne, Vorgehensweisen, Vorschläge zur Umsetzung

Die Evaluation der Ergebnisse des Brainstormings ergab sechs Bereiche kritischer Erfolgsfaktoren:

- Kundenorientierung und -zufriedenheit
- State of the art, Neue Technologien
- Preis-Leistung, Kosten-Nutzen
- Mitarbeiter
- IVS-Dienstleistungen und -Angebote
- IVS-Positionierung

Auflistung der sechs Bereiche im Detail:

Kundenorientierung und -zufriedenheit

- Beratung und Coaching der Kunden
- Neukundenakquisition aktiv beherrschen
- Marketing (für Neu-, Alt-, Stammkunden; Angebote)
- Einbindung in Geschäftsprozesse

Neue Techniken

- State of the art: Neue Technologien

Preis-Leistung, Kosten-Nutzen

- Wirtschaftlichkeit
- Effizienz
- Preisgestaltung

Mitarbeiter

- Qualifikation
- Vertrauen des Kunden in Mitarbeiter
- Informationsfluss innerhalb des Teams
- Serviceorientierung der Mitarbeiter
- Weiterbildungsbereitschaft

IVS-Dienstleistungen und -Angebote

- Firmenspezifisches Produktprofil
- Need-to-have vom Nice-to-have trennen können
- Top-Management als Kunden
- Proaktives Informationsverhalten
- Qualität der (Dienst-)Leistungen:
 - Aktualität der Dokumente/Informationen
 - Genauigkeit/Präzision
 - Schnelligkeit
 - Ergebnisorientierung/Aufbereitung

IVS-Positionierung

- Unterstützung durch Top-Management
- Organisationsstrukturelle Zuordnung
- Flexibilität der IVS
- Image der IVS
- Konzepte/Strategieentwicklung/Zielformulierung der IVS
- Kreativität und Innovationsgrad
- Aktives TQM
- Dialog und Kooperation mit Anbietern
- Kooperation und Networking mit (IVS-)Partnern
- Benchmarking (firmen-, branchenintern, gg.Brokern)

INOVAR 6.0

INOVAR 6.0 ist der Nachfolger des in vielen Archiven bewährten Programms ARCHIVAR 5.1+. Es wurde den gestiegenen Anforderungen und den verbesserten technischen Voraussetzungen angepasst und verfügt über viele zusätzliche Funktionen.

Die Leistungsmerkmale im einzelnen:

- Neue Oberfläche mit Pull-Down-Menüs und gestaffelten Dialogboxen für verbesserte Übersicht
- Beliebig viele Abteilungen direkt aus dem Eingangsmenü anwählbar
- Optimierte Hauptspeicherverwaltung
- Schnittstelle für Bildablage von Dokumenten und Objekten auf Wechsel- oder optischer Platte
- Datenschutz über Cryptobox, Passwort, vier Berechtigungsebenen für Anwenderstatus
- Netzwerkversion

Vertrieb und Betreuung durch:

EBERLE AG

Büro für Geschichte, Archiv und Verwaltung
Dietschwil
9533 Kirchberg
Tel. 071/931 22 21
Fax 071/931 30 30

Interessant ist die Rangierung der Erfolgsfaktoren in verschiedenen Hitlisten.

Hitliste 1: Top 5 (Basis: alle)

- Kundenorientierung und -zufriedenheit (12 Nennungen)
- Unterstützung durch Top-Management (06)
- Einbindung in Geschäftsprozesse (04)
- Firmenspezifisches Produktprofil (03)
- Serviceorientierung (03)

Kritische Erfolgsfaktoren: Hitliste 2

Bewertung: am wichtigsten (Basis: alle)

- Need-to-have vom Nice-to-have trennen können
- Schnelligkeit
- Organisationsstrukturelle Zuordnung
- State of the art: Neue Technologien

Kritische Erfolgsfaktoren: Hitliste 3

Bewertung: am wichtigsten (Basis: alle)

- Benchmarking
- Ergebnisorientierung
- Image
- Kooperation und Networking
- Proaktives Informationsverhalten
- Qualität der (Dienst-)Leistungen

Kritische Erfolgsfaktoren: Hitliste sehr wichtig (Basis: 50%)

1. Kundenorientierung und -zufriedenheit
2. Marketing
3. Qualifikation der Mitarbeiter
4. Qualität
5. Interne Kooperation im Team

Der Erfahrungsaustausch Kundenorientierung und -zufriedenheit ergab im wesentlichen folgende Resultate:

Kundenkontakte fördern durch:

- Persönliches Gespräch/Kontakt mit Kunden
 - interaktiv wird entschieden, was gebraucht wird
 - Vorurteile beseitigen
 - Erwartungshorizont definieren

Electronic Commerce – Chancen für das Informationsmanagement

Im Workshop wurde – entsprechend den Interessen der Teilnehmer – schwerpunktmässig die Thematik «*Electronic Commerce (EC) in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)*» behandelt.

Wesentliche Diskussionsthemen waren:

- EC als ein neues Beratungs- und Betätigungsfeld für Informationsvermittler, u.a. im Segment Business-to-Consumer sowie im Segment «Vom Internet-Auftritt zum Shop-Angebot»
- «Kundenvorteil beim Internet-Einkauf» vs. «Anforderungen an die Ankopplung an interne Geschäftsprozesse (z.B. Warenwirtschaftssysteme)»
- Kostenelemente im EC, speziell beim Shop-Betrieb; Erörterung der Problematik «Kosten der Logistik / Warendistribution»
- reale bzw. emotionale Hemmnisse in der kommerziellen Nutzung des EC:
 - Electronic Payment

Kunde ist nicht gleich Kunde, zielgruppenspezifische Ansprache wichtig

- Feedback
- Kundenbefragungen
 - insbesondere auch Nicht-Kunden
 - auch zielgruppenspezifische Befragungen
 - Intensivinterviews mit Power Usern/Nicht-Kunden
- Regelmässige Einführung für neue Mitarbeiter
- Positive Mund-zu-Mund-Propaganda fördern

Direkte Mitarbeit in Kundenprojekten

- Kundenwünsche nur kennen, reicht nicht aus, man muss Kundenbedürfnisse kennen, am besten durch Involvierung in Projektarbeit bzw. in die Geschäftsabläufe
- IVS-Mitarbeiter müssen in die Abteilungen hineingehen (und dort hospitieren)
- Probleme bei Ressourcenknappheit?

Klare Zielgruppendefinition

- Kunde ist nicht gleich Kunde
- Wer sind die Nicht-Kunden?
- Kundensegmentierung (key accounts usw.)
- Differenzierte Kundenstatistik
- Zahl der Kunden steigt stark (Intranet, E-Mail...)
- Kunden sind eher zu viele als zu wenig da

Marketing

- Direktmarketing (Direktansprache)
- Neue Marketingmöglichkeit durch Intranet/E-Mail
- Sonderangebote, Pilotprojekte
- Ständige Information über Angebote

Mitarbeiter-Training

- Beschwerdemanagement

Intelligente Ressourcenplanung

- Neue Vertriebswege
- Neue Abnehmer für alte Produkte
- Sinnvolle Personalressourcenplanung

Sabine Graumann und Willi Bredemeier

- Sicherheit im Netz
- Datenschutz / Verbraucherschutz
- Rechtliche Situation
- Veränderung bestehender Vertriebsstrukturen durch fortschreitende Einführung des EC; «Rationalisierung auf Kosten anderer» vs. «Geben und Nehmen» bei der Verlagerung von Geschäftsvorgängen
- Das Internet zur Eigendarstellung des selbständigen Information-Brokers oder zur Darstellung der Leistungsfähigkeit der betrieblichen IVS.

Resümee

Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken mit der Schwerpunktnutzung «Elektronischer Geschäftsverkehr» bieten zweifelsfrei auch Informationsvermittlern bzw. Informations-Brokern zusätzliche innovative Aufgaben und Betätigungsfelder. Dies setzt jedoch in hohem Masse die Bereitschaft voraus, sich mit neuen Themen und Fragestellungen auseinanderzusetzen und entsprechende Fachkompetenz zu erwerben. Daher gilt es besonders für Berufsanfänger und Selbständige in der Existenzgründungsphase, diese neuen Chancen zu erkennen und zu nutzen.

Hans-Joachim Werner