



WebSphere Portal – einfach positioniert

Sprecher: Dieter Roth



Was ist ein Portal?



Ein Portal ermöglicht einen einheitlichen, personalisierten Zugang zu Anwendungen, Informationen, Prozessen und Menschen



Was ist Portal II



Transaktionsportal

Mashups

Dashboard

Maklerportal

Journalisten-Portal

Sharepoint

Extranet

Kundenservice-Portal

Collaboration Center

Prozessportal

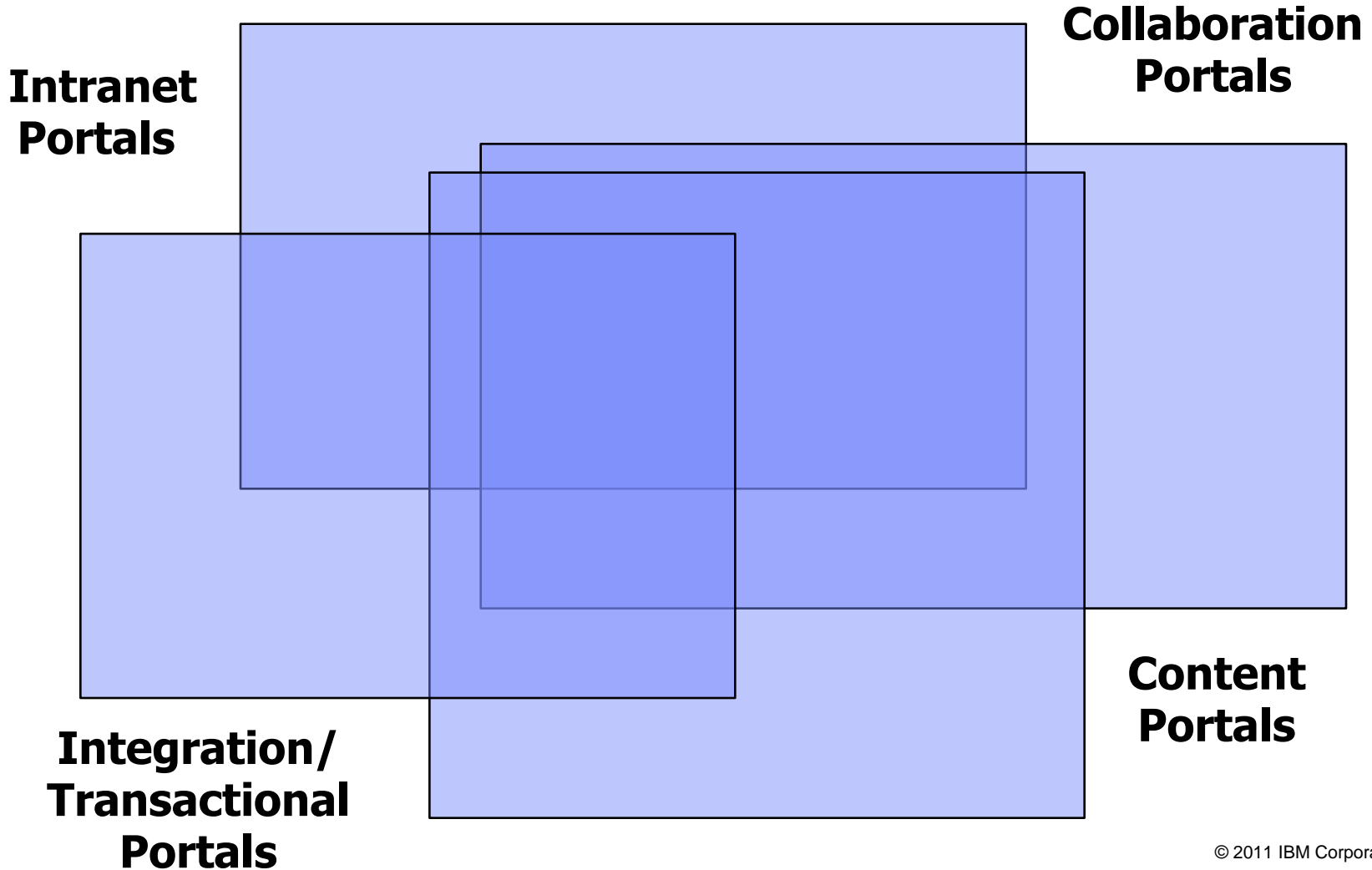
Arbeitsplatz der Zukunft

Intranet

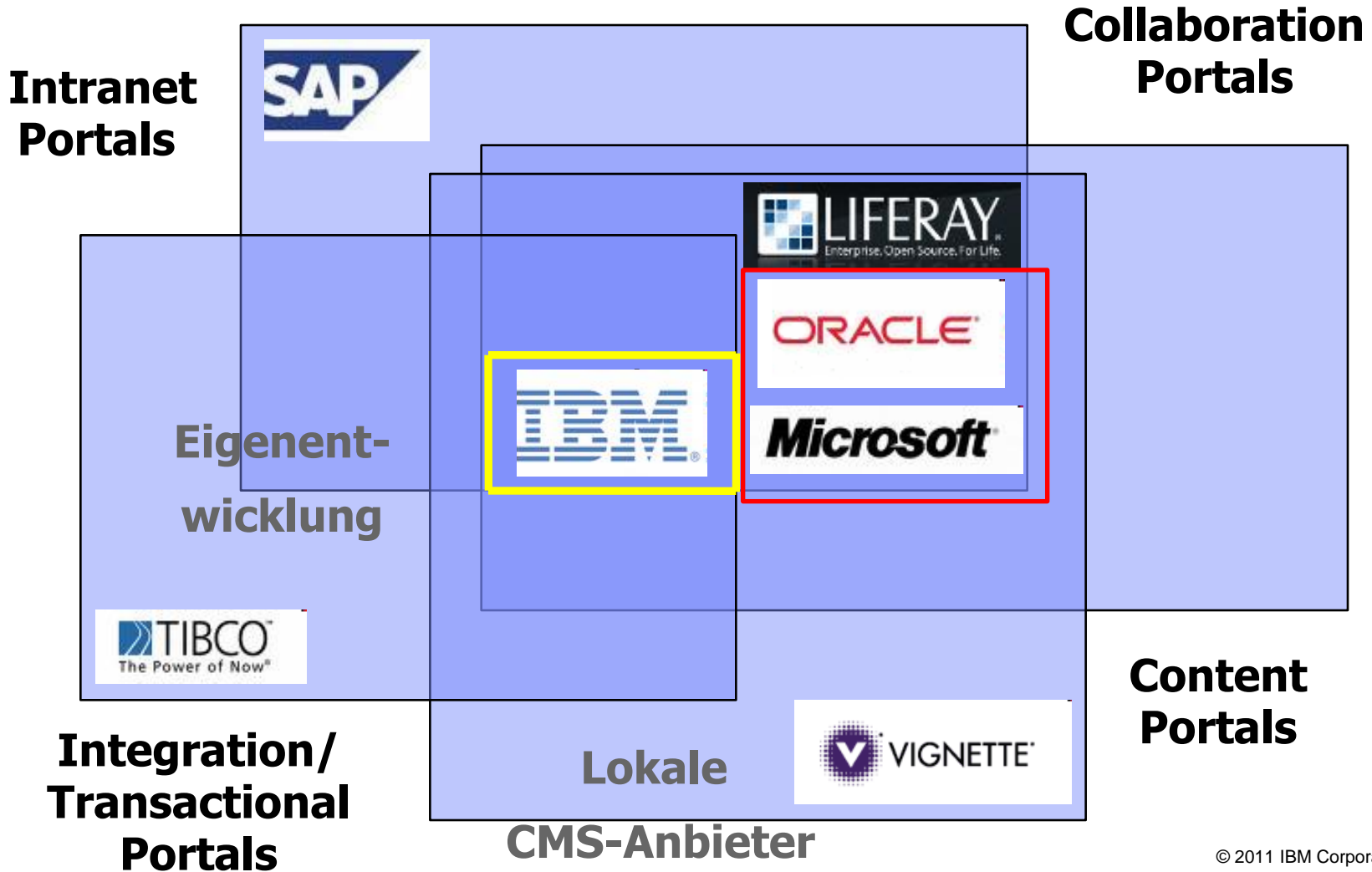
Content-Portal

Internetauftritt

Was ist Portal III - Marktsegmentierung



Portal Anbieter



Wie identifiziert man Portal-Projekte?



- 1) Einfachster Fall: Der Kunde spricht selbst von „Portal“
 - Portalbegriff ist nicht geschützt, also **nachfragen**:
 - Zielgruppe (Mitarbeiter, Externe, Kunden)
 - Zweck/Zielsetzung des Portals (Informationen bereitstellen, vorhandene Anwendungen integrieren, neue Anwendungen erstellen, Interaktion/Collaboration ermöglichen, Geschäftsprozesse abbilden)
 - Quellen/Systeme, die integriert werden sollen
 - Spezielle Portaltrigger (Dinge, die unser Portal besser kann als alternative Lösungsansätze): starke Personalisierung, Integration von vielen Anwendungen, Change-Management (ständig sich ändernde Anforderungen), mobile Endgeräte, Web2.0, Skalierbarkeit und Hochverfügbarkeit

Wie identifiziert man Portal-Projekte II



- **Portal Value Proposition aufbauen:**
 - WebSphere Portal ist sehr flexibel und erweiterbar, macht deswegen bei „zu einfachen“ Anforderungen wenig Sinn
 - Entweder Komplexität herausarbeiten (ohne es so zu nennen)
 - oder auf einfachere Lösungsansätze verweisen (CMS, Webfrontend für Anwendungen programmieren, fertige Partnerlösungen)
 - oder Stufenkonzept vorschlagen: einfacher Lösungsansatz mit unseren Produkten umsetzen, die später problemlos auf Portal erweitert werden können: IBM Web Content Manager als CMS oder IBM Web Experience Factory für Rapid Application Development
 - Beispiele für gut geeignete Portal-Realisationen aufzeigen:
 - Intranet + Internet
 - Stufenweise Umsetzung mehrerer Zielsetzungen
 - Viele verschiedenartige Anwendungen
 - Portaltrigger

Wie identifiziert man Portal-Projekte III



2) Verwandte Themen in Richtung Portal entwickeln

- Intranet Relaunch/Konsolidierung mehrerer Intranets
 - Vorgehen analog zu #1 (Fragen, Portaltrigger, Komplexität)
 - zusätzlich: Bedarf/Vision mit BVA herausarbeiten
- Optimierung/Automatisierung/Effizienzsteigerung von Geschäftsprozessen (mit vielen manuellen Tasks)
- Verbesserte (Team-) Arbeit mit Dokumenten
 - „Heimspiel“ für Sharepoint – wir können an drei Stellen punkten: Anwendungsintegration, Web2.0, Extra/Internet
- Dashboard, (Vertriebs-)Cockpit
- Self-Service-Anwendungen
- Ausbau/Relaunch des Internet-Auftritts

Wie identifiziert man Portal-Projekte IV



3) Fertige Lösungen/Lösungsbestandteile beim Fachbereich positionieren

- Branchenlösungen, z.B.
 - Maklerportal (Versicherungen), Journalistenportal (Medien)
 - Partner-Relationship-Portal (Fahrzeughändler, BP)
 - SVA Sanasphere (Kliniken, BP)
- Querschnittsfunktionen aus verwandten Branchen
 - Vertriebscockpit, HR-SelfService-Portal, Customer-Service-Portal (intern/extern)
- Einstiegslösungen
 - **Portal/WCM Now:** Infrastruktur mit Content-Portal
 - GIS Collaboration Center: Collaboration + Portal
 - Industry Templates

“NOW” Konzeption besteht aus 2 Teilen



“Portal or WCM”

Based on Portal or WCM

- Not different software! Pre-Reqs IBM WebSphere Portal and IBM Web Content Manager or just IBM Web Content Manager
- Anything you can do with WebSphere Portal, you can do once Portal NOW is installed.
- Anything you can do with Lotus Web Content Management, you can do with WCM NOW.
- Pre-built and focused set of context functionality.

“NOW”

“NOW” is

- Fixed length engagement in less than a month!
- Methodology for deployment and delivery
- Pre-defined Requirements
- Complete set of 15+ deliverables
 - Follows the Methodology for deployment
 - Match the Requirements
 - Reusable / Customizable

IBM/Partner Revenue comes from

- New Portal and WCM licenses
- Resale of Portal NOW asset by Business Partners
- ISSL Services or Business Partner Services

Ist jetzt ein Template und damit releasefähig!

Wie identifiziert man Portal-Projekte V



4) Portal als Bestandteil der IBM/SWG/ICS Strategie

- Smarter Work
 - Intranet, Prozess- und Collaboration-Portale
 - Interlock mit OCM, HCM, BAO, BPM u.a. AIM-Themen
- Project Northstar
 - Externer Web-Auftritt, Zielgruppe: Marketing
 - Interlock mit Software Solutions, BAO, Smarter Commerce
- Social Business
 - Bringt Portal und Social Software zusammen (evtl. plus Notes/Domino Legacy)
- **Wichtig:** in den strategischen Kontext des Kunden stellen

Die IBM Social Business Strategie adressiert die Kernthemen der Unternehmensführer (IBM CEO Study 2010)



**Kreativität
zur
zentralen
Fähigkeit
entwickeln**

- Mit Unklarheit leben – Handeln trotz Unsicherheit – Überraschende Ideen entwickeln
- Spielregeln in der Industrie verändern – Mit Leidenschaft kommunizieren
- Klare Linien aufzeigen – Orientierung geben – Vernetzung fördern

**Operative
Agilität
entwickeln**

- Produkte, Prozesse und Strukturen vereinfachen – im Unternehmen und in den Außenbeziehungen
- Flexible Prozesse und Strukturen entwickeln – Schwankungen schneller abfedern with speed
- Globale Fähigkeiten und Plattformen aufbauen – Globale Chancen und Risiken balancieren

**Eine neue
Qualität der
Kunden-
beziehung
erreichen**

- Neue Methoden zur Erkenntnisgewinnung nutzen – In Szenarien denken
- Direktere Kundenbeziehungen aufbauen – Entwicklungen antizipieren
- Klare Beziehungen vom Kunden in das Unternehmen aufbauen – und umgekehrt

Strategische Umsetzung in **IBM Smarter Work: Exceptional Work Experience** und **Exceptional Web Experience**

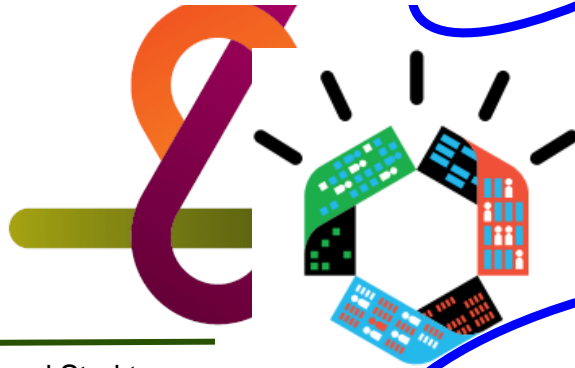


Exceptional Work Experience
 z.B. Lotus Notes/Domino, Lotus Sametime, Lotus Connections

Kreativität zur Agilität entwickeln

- Mit Unklarheit leben – Handeln trotz Unsicherheit – Überraschende Ideen entwickeln
- Spielregeln in der Industrie verändern – Mit Leidenschaft kommunizieren
- Klare Linien aufzeigen – Orientierung geben – Vernetzung fördern

Operative Agilität entwickeln



Exceptional Web Experience
 z.B. WebSphere Portal, IBM Customer Experience Suite

Smarter Work
 Qualität der Kundenbeziehung erreichen

- Produkte, Prozesse und Strukturen vereinfachen – im Unternehmen und in den Außenbeziehungen
- Flexible Prozesse und Strukturen entwickeln – Schwankungen schneller abfedern with speed
- Globale Fähigkeiten und Plattformen aufbauen – Globale Chancen und Risiken balancieren

- Neue Methoden zur Erkenntnisgewinnung nutzen – In Szenarien denken
- Direktere Kundenbeziehungen aufbauen – Entwicklungen antizipieren
- Klare Beziehungen vom Kunden in das Unternehmen aufbauen – und umgekehrt

Was geht gut, was weniger ...



- Wir haben in Deutschland ca. 200+ aktive Portalkunden, davon betreiben etwa 10% einen Internetauftritt (global gesehen ist der Prozentsatz höher)
 - Intranet-Portale sind häufiger in der IT angesiedelt, insbesondere wenn viele Anwendungen angebunden sind
 - Internet-Portale sind häufig fast reine Content-Portale – da haben wir gegen CMS-Anbieter nur eine Chance, wenn Portal aus anderen Gründen gesetzt ist (z.B. IT Architektur), oder wenigstens die Portal-Vision entscheidungsrelevant ist
- Portal „an sich“ hat keinen Business Case/ROI – der muss aus den Use Cases kommen (dann ist Portal die effizienteste Realisierung, wenn man Wartung/Change-Management in die Rechnung einbezieht) → **LOB Sponsor ist extrem wichtig!**
- Portal-Projekte neigen verschoben zu werden, weil sie nur periphere Aspekte des Geschäftsbetrieb betreffen (wie Collaboration)
→ Beispiele für missionkritische Portal aufzeigen

Was geht gut, was weniger II



- Einige Portalthemen waren bisher von Mitwerbern „besetzt“:
 - Content-Portale durch CMS-Anbieter (ca. 40 gute in D)
 - IBM WCM ist in V7 „erwachsen“ geworden und benötigt keine zusätzlichen Portallizenzen, wenn man in ein Portal publizieren möchte (für starke Personalisierung)
 - Wenn die Redakteure mitentscheiden (sie wollen WYSIWIG-Editor und am liebsten pixelgenaue Kontrolle), müssen wir den Nutzen unserer Architektur (wiederverwendbare Content-Objekte, klare Aufgabentrennung Inhalt/Layout) aufzeigen und mit einer Demo ein „Ist akzeptabel“-Votum erreichen
 - Die **Northstar-Vision** mit ihrem offenen, integrativen Ansatz bringt zusätzliche Themen (Social, Analytics, Commerce, Mobile) und damit die Stärken einer breit aufgestellten IBM ins Spiel
 - Process-Portal: bei SAP-Kunden bisher mit Netweaver Portal belegt
 - SAP hat Portal-Strategie auf Anbindung von SAP-Anwendungen verengt – Content, Collaboration plus Anwendungsintegration wird für Drittanbieter geöffnet → wir können ab Netweaver V7.3 fertige Businesspakete (als iViews) ohne Neuschreiben integrieren
 - UTL (Universal Task List) kann beliebige Workflow-Engines integrieren

IBM Project Nortstar



IBMs Vision für Exceptional Web Experiences

- *Mehrjahresstrategie für einen Standard für Endkunden-Webauftritte*
- *Portfolio-Neuordnung zur Vereinfachung und leichteren Nutzbarkeit*
- *Wegweiser für eigene und externe Investitionen*
- *Schnelle Antworten auf technologische Konvergenzen und Weiterentwicklungen*





IBM Project Northstar Angebote



Services and Support

IBM Business Partners	Global Technology Services	Global Business Services	IBM Lab Software Services	Enterprise Software Support
-----------------------	----------------------------	--------------------------	---------------------------	-----------------------------

Industry Solutions and Templates

Government	Healthcare	Banking	Retail	Insurance	Industrial	Telco	Travel + Transportation
------------	------------	---------	--------	-----------	------------	-------	-------------------------

IBM Value-added Modules

Commerce	Forms	Mobile (multi-channel server)
Predictive Analytics	Web Analytics	Business Intelligence

Partner Value-added Modules

Digital Asset Management	Web Analytics	Mobile
Enterprise Marketing Mgt	Immersive Viewing	CRM

IBM Customer Experience Suite

Web Content	Portal	Social	Personalization	Marketing Tools	Search
Analytics-enabled	Instant Messaging	Mobile (high end)	Rich Media	Mashups	Rich Internet App Tooling

IBM Project Northstar Integrationen heute



Services and Support

- **Suche:** IBM Omnifind lässt sich über dieselbe API anbinden, Konsolidierung verschiedener Suchtechnologie im Search Center Portlet

Industry Solutions and Templates

- **Rich Media:** BP-Lösungen: Media Beacon R3volution oder Genus Media Upshot
- **Mobile:** IBM Mobile Accelerator V7 ermöglicht automatisierte Umwandlung der Web-Inhalte für 6000+ mobile Endgeräte (von Smartphones bis WAP Handys); BP-Lösung von Polar Mobile (siehe: <http://polarmobile.com/lotuswcm/android/>)

IBM Value-added Modules

Partner Value-added Modules

- **Commerce:** IBM WebSphere Commerce kann in Portlets publizieren und integriert mit Lotus Web Content Management für die Erstellung von Inhalten
- **Web Analytics:** IBM- (Coremetrics, Unica) und Partner-Lösungen (Webtrends, Omniture) nutzen 40+ vordefinierte Eventtypen, um das Nutzerverhalten im Browser zu analysieren und auszuwerten

- **Business Intelligence:** Fertige Portlets für IBM Cognos BI, WebSphere Portlet Factory verfügt über Builder zur Integration verschiedener BI-Lösungen (SAP BW, Cognos, Business Objects, Hyperion) und Datenquellen (Excel, DBs)

- Project Northstar als **Vision und Roadmap** wird nach und nach weitere und tiefergehende Integrationen zur Verfügung stellen

Ein paar Worte zu den Mitbewerbern...



- CMS Anbieter (FirstSpirit, Coremedia, Pirobase/Imperia, Adobe/Day, Opentext/Reddot, Pixelpark) und SAP Netweaver Portal – siehe vorherige Folie
- **Oracle** hat mehrere Java-Portale, „strategisch“ ist Oracle Web Center. Oracle ist sehr gut bei Portal-Stammkunden und guten Oracle-Accounts präsent → vollständiges IBM Angebot, insbesondere Tooling positionieren
- **Liferay** (Opensource, aber mit kostenpflichtiger Enterprise-Version) wird häufig betrachtet, weil es IT-Abteilungen wegen der nachgelagerten Kosten (keine Lizenz, nur Wartung) erlaubt, preiswert loszulegen → TCO und Produktqualität adressieren
- **Microsoft Sharepoint** ist fast immer „da“ (wegen der kostenlosen Sharepoint Foundations). Adressiert gut die brennendsten Probleme (Dokumentenmgmt., Content-Portal) und ist einem einzelnen IBM Produkt (z.B. Quickr) überlegen → Portal + Social + Collaboration positionieren, z.B. mit GIS Collaboration Center (basiert auf *einer* Produktnummer)
 - Kunde sollte für sich prüfen, ob Anwendungsentwicklung in .Net (statt Java) zu ihm passt
 - Anwendungsintegration wird verstärkt erst mit der nächsten Version (voraussichtlich in 2013 oder 2014) adressiert

Referenzen



- Wir haben weltweit über 250, in Deutschland über 30 Portalreferenzen in der Referenz-Datenbank
- Google suche nach „wps“+“!ut“ liefert 17,6 Mio Treffer!
- Missioncritical: Lufthansa (Vulkan-Ausbruch), Sparda (Online-Banking + Intranet + Dashboard: auf z/OS)
- Große Namen: Daimler, VW/Audi, Bayer, Allianz, Fiducia/GAD
- Viele gute Mittelstandsreferenzen (Viessmann, Phoenix Contact, Hellmann, Fressnapf, Sto AG u.v.m.)
- Themen:
 - *Intranet + Internet*: Sparda, Hellmann, Hamburger Hochbahn
 - *Stufenweise Umsetzung mehrerer Zielsetzungen*: NORD/LB, Parmalat
 - *Viele verschiedenartige Anwendungen*: Haspa, Lufthansa
 - *Portaltrigger*: Allianz (web2.0), Phoenix Contact (Prozessportal), Lufthansa (Skalierbarkeit/Hochverfügbarkeit), Generali Schweiz (starke Personalisierung)

Business Value Assessment (BVA)



- BVA ist ein strukturierter Beratungsansatz, bei dem wir unsere Kunden bei der Analyse ihrer eigenen Anforderungen im Bereich Collaboration unterstützen, gemeinsam eine Wirtschaftlichkeitsbetrachtung erarbeiten und damit letztendlich eine Grundlage für Investitionsentscheidungen bilden.
- BVA kann in unterschiedlichen Bereichen angewendet werden und ist für alle Anwendungsfälle denkbar, die unser ICS Produktportfolio abdeckt.
- Welche Vorteile bietet BVA?
 - **Neue und größere Opportunities – Auffinden von Anforderungen**
 - **Höhere Chancen – Passende Angebote und überzeugende Demos**
 - **Niedrigere Discounts – Value Selling**



Der Kunde: Mittelständischer Energieversorger



- Der Kunde ist einer der führenden Energie- und Infrastrukturdienstleister Deutschlands und einer der größten Ökostromanbieter. Zu seinen Aufgaben gehören die regenerative Energieerzeugung, die klassische Versorgung mit Energie und Wasser sowie der Betrieb und Bau von Netzen und energieeffizienten Großanlagen.
- Über 500 Millionen Euro Umsatz in 2009
- 2.500 Mitarbeiter, 15 Unternehmen, 5 Geschäftsfelder

Die Herausforderung: Das Intranet als Informations- und Arbeitsplattform



- Anlass für das Projekt war das Vorhaben, für den Konzern ein neues Intranet bereitzustellen. Das alte Intranet war über Jahre gewachsen und aufgrund der vielen einzelnen Gesellschaften sehr heterogen.
- IBM wurde beauftragt, mit Hilfe eines Business Value Assessment die Anforderungen für ein neues Intranet zu analysieren, die Verbesserungspotentiale zu priorisieren und den geschäftlichen Nutzen zu bewerten.
- Im Rahmen des Business Value Assessment wurden zunächst mehrere Ansprechpartner aus unterschiedlichen Konzernteilen befragt. Neben den Initiatoren des Projektes aus der Konzernkommunikation gehörten dazu die Bereiche Marketing, Betriebsrat, Arbeitssicherheit, Controlling, Personal, Technik und IT.
- Im Verlauf dieser Interviews wurde schnell deutlich, dass ein Relaunch des Intranet als reines Informationsportal nicht den Vorstellungen der Mitarbeiter entspräche und nicht annähernd das geschäftliche Potential eines Intranet ausschöpfen würde.

Die Lösung: Konkrete Empfehlungen für das neue Intranet



- Das Ergebnis des Business Value Assessment wurde in einer Abschlusspräsentation zusammengefasst und in einer Demonstration beispielhaft visualisiert.



Aggregierte Erfolgskriterien – Struktur und Funktion

- Eine nachvollziehbare **Struktur** berücksichtigt die Konzernebene und sowohl die interne als auch die konzernweite Sicht auf einzelne Unternehmen (2,5 Ebenen).
- Die **Beseitigung von Redundanzen** gibt dem Anwender mehr Sicherheit beim Auffinden aktueller und gültiger Informationen.
- Das **selbstständige Veröffentlichen** von Inhalten durch die einzelnen Unternehmen und Fachbereiche ermöglicht einen direkteren redaktionellen Einfluss.
- Detaillierte **Statistiken** (Seitenaufrufe, Suchbegriffe, etc.) unterstützen bei der inhaltlichen und strukturellen Gestaltung.
- Die Möglichkeit, **Inhalte zu empfehlen** oder zu kommentieren sorgt für eine direkte Rückmeldung an die Autoren und hilft anderen Anwendern, relevante Inhalte zu finden.
- Durch **Personalisierung** bekommt jeder Mitarbeiter eine auf ihn abgestimmte Zusammenstellung von Inhalten angeboten, die auch externe Quellen (RSS) berücksichtigt.
- Die **Suche** liefert nach Quellen strukturierte Ergebnisse und berücksichtigt alternative Suchbegriffe. Es werden nur Ergebnisse angezeigt, auf die auch zugegriffen werden darf.



Zusammenfassung und Bewertung der Erfolgskriterien (1)

		Anwender	Prozesse	Produktivität	Kollaboration
Struktur und Funktion	Konsistente Struktur	++	o	+	o
	Vermeidung von Redundanz	++	o	+	o
	Selbstständiges Veröffentlichen	+	+	+	o
	Statistiken	+	o	o	o
	Empfehlung von Inhalten	+	o	o	+
	Personalisierung	++	+	+	o
	Suche	++	o	+	o

++ Starker Einfluss + Geringer Einfluss o Kein Einfluss

Die Lösung (Auszug): Das Portal als Informations- und Arbeitsplattform



➤ Situation vorher

- Ein über die Jahre gewachsenes Intranet, dessen Inhalte manuell durch zwei Redakteure gepflegt werden.
- Unklarheit über Zuständigkeiten und Kompetenzen innerhalb des Konzerns und damit verbunden Schwierigkeiten, den richtigen Ansprechpartner zu finden.
- Austausch von Informationen und Dateien per E-Mail oder über Netzlaufwerke. Austausch mit externen Dienstleistern teilweise über CD.
- ...

➤ Situation nachher (Empfehlung)

- Ein einheitliches Intranet für Konzern und Konzerngesellschaften. Pflege der Inhalte durch Redakteure in den Fachbereichen über ein Content Management System.
- Einbindung von Geschäftsanwendungen, um das Portal zur zentralen Arbeitsplattform zu entwickeln.
- Integration von Profilen (z.B. IBM Connections) und Dateiverwaltung (z.B. Quicr), um Ansprechpartner und Informationen schneller auffinden zu können und um Dateien effizient zu teilen und zu verwalten.

Der geschäftliche Nutzen



- Zeitersparnis durch schnelleres Auffinden der richtigen Ansprechpartner und vor allem durch die Nutzung von im Portal integrierten Geschäftsanwendungen
- Höhere Produktivität der Mitarbeiter durch besseren Zugang zu Wissen und Informationen und effiziente Zusammenarbeit im Team
- Schnellere Einsatzbereitschaft neuer Mitarbeiter durch Konservierung des Wissens ausscheidender Mitarbeiter
- Fundiertere Entscheidungen (geringere Fehlerrate) durch ausreichend vorhandene Dokumentationen und Informationen als Grundlage
- Verringertes E-Mail-Aufkommen und damit weniger Bedarf an Speicherplatz für Messaging
- Größere Akzeptanz des Intranet durch eine konsistente Struktur sowie vielfältige und aktuelle Inhalte direkt aus den Fachbereichen

Die Erkenntnisse



- Das Intranet eines Unternehmens ist heute keine reine Informationsplattform mehr, sondern kann eine Arbeitsplattform sein, der zentrale Ort für die Integration unterschiedlichster Geschäftsanwendungen und -prozesse.
- Das Business Value Assessment ist ein geeigneter Ansatz, um einerseits die tatsächlichen Anforderungen innerhalb eines Unternehmens zu analysieren und andererseits eine monetäre Bewertung der nötigen Aufwände und möglichen Nutzen vorzunehmen.
- Durch die Integration von Social Software kann die Zusammenarbeit auch in mittelständischen Unternehmen stark verbessert werden. Das Auffinden von Ansprechpartnern und Informationen, das Teilen von Wissen und das gemeinsame Bearbeiten oder der Austausch von Dateien werden damit effizienter gestaltet.



Materialien zur Vertiefung

- [Deutsche Produktinfo - IBM Collaboration Solutions](#)
- [Social Business](#)
- [Project Northstar](#)
- [WebSphere Portal](#)



IBM Exceptional Web Experience Conference 2011

October 10-14, 2011 | Berlin - Germany





Dieter Roth

Sales Leader Portal, IMT Germany



Mobile 0171-5501885
Email dieter.roth@de.ibm.com

Thank you !

