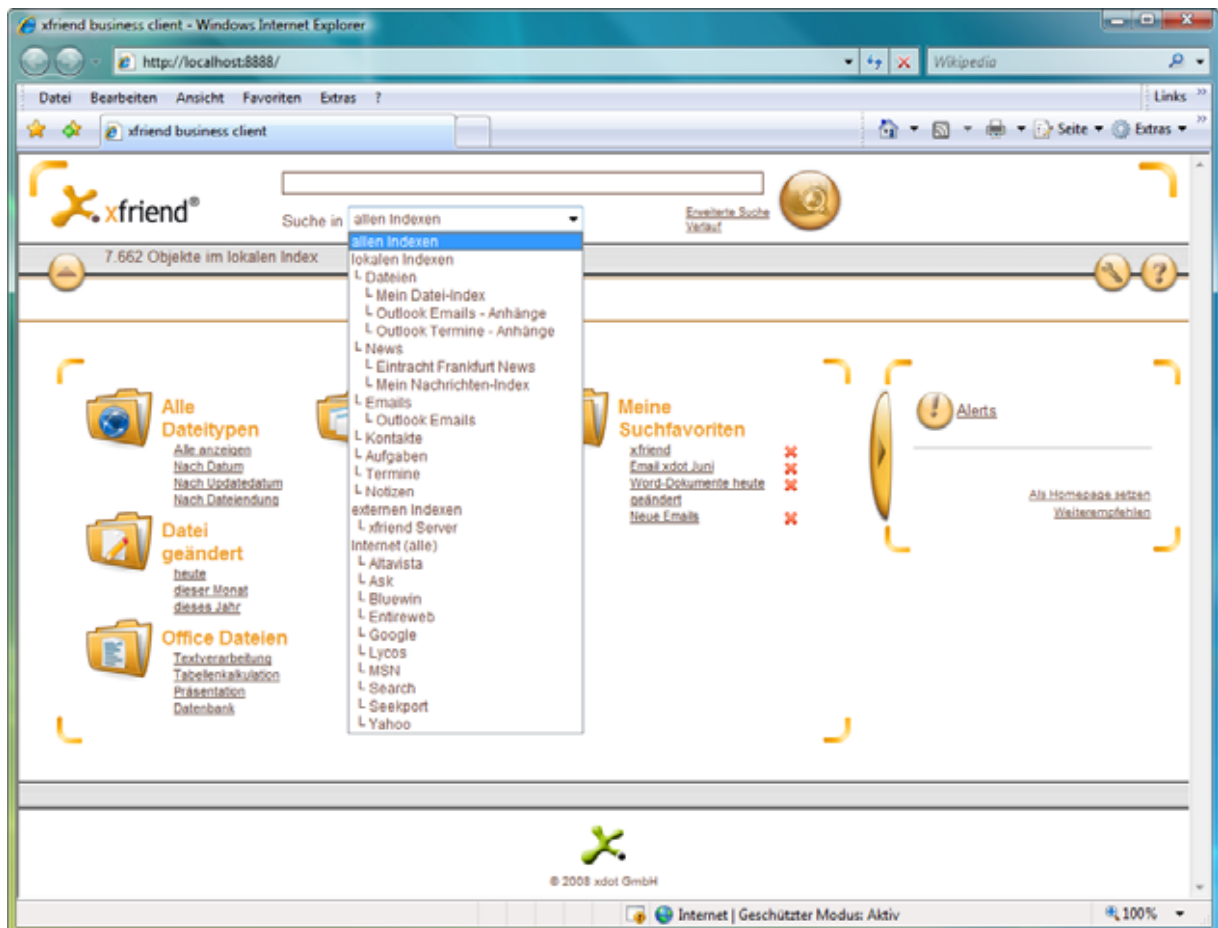


Background-Informationen

Enterprise-Search: Suche im Unternehmen



Inhaltsverzeichnis

Background-Informationen	1
Enterprise-Search - Suche im Unternehmen	1
Schwerpunkt 1: Datensicherheit.....	2
Schwerpunkt 2: Vorsicht vor Anbietern mit kostenlosen Suchmaschinen	4
Schwerpunkt 3: Background Enterprise Search	5
Unternehmenskontakt	9

Schwerpunkt 1: Datensicherheit

Das Geschäftsmodell der xdot GmbH sieht nicht vor, private Daten zu Werbezwecken an Dritte zu verkaufen, sondern Erlöse durch den Verkauf von qualitativ hochwertiger Software zu generieren. Gerade im sensiblen Bereich der persönlichen Suchmaschinen wissen wir, dass das Vertrauen unserer Kunden in die eingesetzte Software eines der wichtigsten Entscheidungsargumente ist.

Die Suchmaschine xfriend sammelt daher keinerlei Informationen über das Nutzungsverhalten oder die indexierten Daten der Benutzer. Es werden keine Daten an Dritte übermittelt.

Insbesondere werden keine Daten (z.B. Dokumente, E-Mails etc.) vom Computer des Benutzers an die xdot GmbH übertragen.

Damit xfriend funktionieren kann, muss es aus den zu indexierenden Datenquellen (z.B. Office-Dokumente, Verzeichnisse, E-Mail-Accounts) den sogenannten Index bilden, in dem die schnelle und optimierte Suche durchgeführt werden kann. Dieser Index und die Datenbank für die Konfigurationseinstellungen verbleiben vollständig auf dem Computer, auf dem xfriend installiert ist.

xfriend kann somit auch ohne Internetanbindung betrieben werden, solange der Benutzer keine Daten von externen Servern durchsuchen bzw. indexieren lässt.

Wenn xfriend zum Indexieren auf Drittsysteme wie z.B. E-Mail-Server oder Newsserver zugreift, fallen dort naturgemäß Verbindungs- und Nutzungsdaten an. Die xdot GmbH hat auf die Verwendung dieser Daten keinerlei Einfluss. Bei Fragen zu den dort anfallenden Daten setzen Sie sich bitte mit Ihrem E-Mail-Anbieter oder dem Newsbetreiber in Verbindung.

Die in xfriend integrierte externe Cluster-Websuche verwendet einen Dienst in Kooperation mit dem Anbieter Comcepta AG. xfriend versendet die Suchanfrage und empfängt Treffer von diesem externen System, wenn der Benutzer in der Kategorie Internet sucht, es werden aber auch dabei keinerlei benutzerbezogenen Informationen gesammelt.

xfriend enthält einen automatischen Updatecheck, der Kontakt zu einem xdot Server aufnimmt. Bei dieser Überprüfung werden KEINE PERSÖNLICHEN INDEXDATEN übertragen, der Updatecheck dient lediglich zur Überprüfung, ob Sie die aktuelle Version von xfriend installiert haben.

Während des Updatechecks übermittelt xfriend folgende Daten:

1. eine bei der Installation generierte und zeitbasierte Zufallszahl
2. die xfriend Versionsnummer, z.B. 2.1
3. die xfriend Programmversion, z.B. personal oder enterprise Server
4. einen Infostring, z.B. Trial oder null
5. das verwendete Betriebssystem, z.B. Windows oder Linux

Diese Daten dienen der Bildung einer anonymisierten Statistik über die Verbreitung von xfriend.

Nach Erwerb eines Lizenzkeys, kann der Updatecheck in xfriend vollständig ausgeschaltet werden.

Die Daten des Lizenzkeys werden ebenfalls nicht von xfriend an die xdot GmbH übermittelt. Insbesondere verwendet xfriend keine Online-Produktaktivierung zur Verifizierung des Lizenzkeys.

Die xdot GmbH kann daher keine Zuordnung einer installierten xfriend Version zu einem Kunden herstellen.

Schwerpunkt 2: Vorsicht vor Anbietern mit kostenlosen Suchmaschinen

Zwischen Anbieter und Kunde kommt fast automatisch ein Datenverkehr zustande. Sei es durch Updates oder zur Auslagerung der Daten zu Backupzwecken. Daher sollte genau festgehalten werden, welche Daten das Unternehmen verlassen. Schließlich darf man nicht vergessen, dass die eingesetzte Software alle Daten im Unternehmen liest, um den Index zu erstellen. Ein solcher Auftrag ist also auch immer eine Vertrauenssache.

Besondere Vorsicht ist bei kostenlosen Suchmaschinen angebracht. „Ich möchte hier keine Verschwörungstheorien verbreiten. Aber die beeindruckenden Quartalszahlen dieser meist amerikanischen Anbieter sollten aufhorchen lassen“, warnt Jürgen Lange, Geschäftsführer der xdot GmbH. „Denn irgendwie müssen die ihr Geld verdienen. Und wenn sie die Software nicht verkaufen, muss der Gewinn anders generiert werden.“ Jürgen Lange rät daher, sich einmal genauer das Geschäftsmodell der Firmen anzusehen. Häufig ist es nämlich der Handel mit Daten.

Bei manchen Suchmaschinen steht schon im Installationshinweis, dass die Daten aus statistischen Gründen festgehalten werden. Meist ist dabei von den Bewegungsdaten die Rede. „Wenn aber die Daten in digitaler Form vorliegen, ist es schwer zu kontrollieren, was mit ihnen gemacht wird.“ Lange rät prinzipiell von Suchmaschinenanbietern ab, die keine Transparenz in den Übertragungsprotokollen zulassen. Der Anbieter sollte den Kommunikationsverkehr stets offenlegen und auch Garantien geben.

Vorsicht hat natürlich auch bei Lizenzanbietern zu walten. Denn auch hier gibt es schwarze Schafe. „Ich rate Mittelständlern nur zu deutschen oder europäischen Suchmaschinenanbietern“, so Lange. „weil die die hier geltenden Sicherheitsrichtlinien einhalten.“ Auch mit dem Datenschutz sei das so eine Sache. „In Amerika gibt es keine so strengen Vorschriften wie in Europa. Hinzu kommt, dass es in den Vereinigten Staaten keine starke Kultur des Datenschutzes gibt. Das ist insofern problematisch, weil dieser Punkt häufig bei der Konzeption der Suchmaschine keine besondere Beachtung findet, bzw. ganz ausgeklammert wird“. Ein deutsches oder europäisches Unternehmen, das die Datenschutzrichtlinien kennt und von vorneherein in seine Konzeption integriert, sei daher die bessere Wahl.

Schwerpunkt 3: Background Enterprise Search

Suchmaschinen erschließen wertvolle Rohstoffe in Unternehmen

Einige Länder verfügen über Erdöl- und Erdgasvorräte. Andere haben wertvolle Mineralvorkommen, Edelsteine oder andere Bodenschätze. Doch Europa und speziell Deutschland gelten in dieser Hinsicht als eher arm. Hierzulande befinden sich die Rohstoffe in den Köpfen von hochqualifizierten Mitarbeitern in Forschungs- und Entwicklungslabors und in zig IT-Systemen, unzähligen Datenbanken und vielen elektronischen Archiven von Unternehmen.

Die Marktforscher von IDC prognostizieren in dem jüngsten Update ihrer Studie „The Diverse and Exploding Digital Universe“ eine regelrechte Explosion der digitalen Informationsmenge und der Formatvarianten. Derzeit wachse die digitale Informationsflut jährlich um 60 Prozent. Bis 2011 soll sie rund 1.800 Exabyte (10^{18} Bytes) erreichen. Dies entspreche einer Verzehnfachung gegenüber 2006.

Laut IDC verantworten Personen 70 Prozent dieses Datenwachstums. Trotzdem seien die IT-Abteilungen von Organisationen und Unternehmen bei rund 85 Prozent der entstehenden Daten in die Speicherung, Bereitstellung, Übermittlung und den Datenschutz involviert. Diese schnell wachsende und facettenreiche Datenflut konfrontiert IT-Manager mit einer nie da gewesenen Komplexität.

Erfolg oder Misserfolg

Parallel mit dem explosionsartigen Wachstum der Datenmenge entscheiden Informationen heute immer stärker über den Erfolg eines jeden Unternehmens. Wo steckt der aktuellste Vertragsentwurf mit dem Großkunden aus Übersee? Welche Stellungnahme hat die Rechtsabteilung an den Umweltausschuss abgeliefert? Wo findet der autorisierte Ingenieur die Entwicklungspläne der Forschungsabteilung? Nicht nur das Finden der einwandfrei richtigen Dokumente bestimmt das Ergebnis. Auch wie lange die Suche gedauert hat, wie viele Mitarbeiter sich damit beschäftigt haben und ob sie alle sicherheitsrelevanten Bestimmungen eingehalten haben, trägt zum langfristigen Unternehmenserfolg entscheidend bei.

Dem Segen der Informationsvielfalt steht die schiere Menge an größtenteils unstrukturierten Daten und Speicherstandorten gegenüber. Weil fast immer einheitliche, zentrale Systeme zur Datenverwaltung und Datenhaltung fehlen, finden Mitarbeiter immer schwerer alle notwendigen Informationen. Dadurch entstehen in Unternehmen Wissensinseln, zu denen nur wenige den Weg kennen. Von solchen Herausforderungen ausgehend hat sich innerhalb kürzester Zeit das neue IT-Marktsegment Enterprise Search entwickelt.

Als Teilsegment von Enterprise Content Management bezeichnen diese IT-Lösungen computergestütztes inhaltsorientiertes Suchen mit firmeninternen Suchmaschinen, welche Inhalte mit sogenannten Web-Crawlern indexieren. Diese Suche erfolgt jedoch meistens nicht live auf den ursprünglichen Datenquellen, sondern auf dem Suchindex, der alle zugelassenen Datenquellen in und außerhalb des Unternehmens beinhaltet. Die fortlaufende Indexierung der einzelnen Datenquellen gewährleistet aktuellste Ergebnisse.

Die Findemaschine

Um Mitarbeitern Informationen und Daten zielgerichtet und in kürzester Zeit verfügbar zu machen, hat die xdot GmbH aus Münster die Findemaschine xfriend entwickelt. Sie steht für Effizienzsteigerung durch einfaches Suchen und schnelles Finden. Die Serverversionen xfriend business Server und xfriend enterprise Server bieten sowohl kleinen als auch großen Unternehmen mit komplexen Netzwerkstrukturen maßgeschneiderte und flexible Suchlösungen.

Auf einem zentralen Server installiert, ermöglichen beide über eine webbasierte Oberfläche den Zugriff auf die Applikationen. Die auf dem lokalen Arbeitsplatz von Mitarbeitern installierten xfriend business Clients gestatten zusätzlich zu dem unternehmensweiten Finden auch das Durchsuchen von lokalen Datenbeständen auf dem Arbeitsplatz sowie das Suchen in bis zu zehn Internetsuchmaschinen. Die Findemaschine berücksichtigt bestehende Sicherheitskonzepte und Benutzerrechte. Eine zusätzliche integrierte Rechteverwaltung sorgt dafür, dass alle Anwender im Unternehmen nur die Daten finden können, auf die sie auch zugreifen dürfen.

Da xfriend beliebige Netzlaufwerke einbindet, lässt sich die Suche nach verschiedenen Datensätzen an unterschiedlichen Speicherorten unternehmensweit durchführen. Neben Netzlaufwerken durchsucht die Findemaschine auch Wechseldatenträger wie USB-Sticks oder CD-ROM-Laufwerke. Die Mitarbeiter können je nach Sprache der Dokumente Suchanfragen in unterschiedlichen Sprachen durchführen. Bei alledem fügen sich die Serverversionen auch optisch optimal in das vorhandene Corporate Design der Unternehmen ein.

Risiko kostenloser Suchmaschinen

xdot hat xfriend in Deutschland entwickelt und berücksichtigt alle aktuellen Datenschutzrichtlinien. Das heißt im Klartext, dass die Findemaschine keinerlei Informationen aus den Unternehmen nach draußen übermittelt. Dies sollte eigentlich bei allen Enterprise-Search-Lösungen eine Selbstverständlichkeit sein.

Doch leider lesen Mitarbeiter, die sich kostenlose Suchmaschinen aus dem Internet herunterladen, nicht das Kleingedruckte. Denn nach der Installation erstellen solche Programme ein komplettes Inhaltsverzeichnis in einer Datenbank auf dem Rechner, in die sie Dateninhalte und Anwendungsverhalten speichern. Ganz offiziell übertragen diese Suchmaschinen dann die Berichte nach außen.

Anbieter solcher Lösungen versichern zwar, dass sie keine persönlichen Daten, sondern nur Bewegungs- und Verhaltensdaten übertragen. Aber nach welchen Datenschutzrichtlinien das erfolgt, bleibt dann doch ihr Geheimnis. Nach der Installation wirken sämtliche Sicherheitsmechanismen vieler Unternehmen nicht mehr. Auch gängige Firewalls kommen dagegen schwer an. Solche Varianten des Datenklau zählen noch zu den relativ harmlosen. Bei anderen Varianten setzten kostenlose Suchmaschinen auf Komfort, zusätzliche Funktionen und sogar dreist auf die Sicherheit für Nutzer.

Haben nun Anwender in Erwartung zusätzlicher Services ein Häkchen gemacht, so geht der vollständige Index – inklusive persönlicher Daten – beispielsweise auf die Bahamas. Indexierungen, welche die ersten zehntausend Wörter erfassen, geben damit oft komplette Inhalte wieder. Solches Wissen außerhalb des deutschen oder europäischen Rechtsraums birgt ein unkalkulierbares unternehmerisches Gefahrenpotenzial. Denn Informationsdiebstahl und -handel haben sich zu einem enormen Markt entwickelt.

Die beeindruckenden Quartalszahlen der meist US-amerikanischen Suchmaschinen-Anbieter sollten die Betroffenen eigentlich aufhorchen lassen. Sie müssen sich nach Alternativen zu den ausspionierenden Suchmaschinen umschauchen. Diese dürfen dann auch etwas kosten. Denn Anbieter von solcher Unternehmenssoftware finanzieren sich über transparente Lizenz- und Wartungsgebühren. Sie erwirtschaften ihre Gewinne nicht mit dem Verkauf von sensiblen Daten.

Strategische Vorüberlegungen

Bevor Organisationen und Unternehmen eine professionelle Enterprise-Search-Lösung implementieren, müssen sie auf viele existenzwichtige Fragen die richtigen Antworten finden. In den USA richten selbst Mittelständler dafür schon seit Längerem Stabsstellen ein, die nur die Einführung und die Betreuung der Suche verantworten. Das geschieht auch, um den mächtigen einheimischen Lösungsanbietern nicht schutzlos gegenüberzustehen.

Eine Suchmaschine einsetzen zu wollen, ohne vorher die Informationen und Daten gegen unberechtigten Zugriff zu schützen, führt zu unerwünschter Bloßlegung geistigen Eigentums. Bevor eine Suchmaschine die verschiedenen Datenquellen indexiert, sollen die Verantwortlichen diese Quellen freigeben. Dabei muss der Zugang zu den gesuchten Informationen die geltenden Unternehmensregeln und -bestimmungen einhalten. So dürfen kritische Informationen etwa aus dem Verkauf und der Beschaffung nicht an ungesicherte Rechner gelangen. Auch der Zugangskontrolle gilt ein besonderes Augenmerk. Mitarbeiter dürfen nur dann Suchen starten, wenn sie sich vorher eindeutig authentifiziert haben.

Für effektives Finden müssen die zu durchforschenden Datenquellen umfangreich sein. Dafür sollten Suchmaschinen nicht nur ein umfassendes Intranet indexieren, sondern auch damit verbundene Server, Geschäftsanwendungen, E-Mail-Systeme und lokale Daten. Dabei erwarten Mitarbeiter die relevanten Informationen an erster Stelle in den Suchergebnissen.

Die Fähigkeit von Findemaschinen, die Resultate nach Wichtigkeit zu finden und zu ordnen, zählt zu ihren bemerkenswerten Eigenschaften. Internet-Suchmaschinen bilden diese Relevanz über Linkanalysen ab. Ähnliches lässt sich bei unverlinkten Unternehmensinformationen jedoch nicht machen. Manche Anwendungen und Quellen verfügen über eigene Indexe. Um die Performance der Suchmaschinen zu verbessern, sollte sie auf diese Indexierungen aufsetzen. Das spart zusammen mit weiteren Fähigkeiten wertvolle Prozessressourcen ein.

Bei den Planungen müssen die Verantwortlichen die Skalierung der Suchlösung auf eine größere Anzahl von Datenquellen und Unternehmenswachstum berücksichtigen. Schlussendlich erfüllen erfolgreiche Suchmaschinen auch optische und funktionale Erwartungen, die Mitarbeiter an die Benutzeroberfläche stellen.

Doch erst nach der Implementierung der Suchlösung merken viele Unternehmen, über was für ein kraftvolles strategisches Werkzeug sie jetzt verfügen. Und dafür erwarten sie dann einen qualitativ hochwertigen Service. Berechnungen der Gesamtbetriebskosten für die Suchmaschinen (Total Cost of Ownership) runden ein Findeprojekt dann nur noch ab.

Zusammenfassung und Ausblick

In Deutschland und Europa gibt es – im Vergleich zu den USA - relativ wenig Know-how und Kompetenz für Enterprise-Search-Lösungen. Nur wenige Unternehmen wie die deutsche xdot GmbH und europäische Forschungsprojekte beherrschen diese Schlüsseltechnologie. Hier ist insbesondere die Politik aufgefordert, innovative deutsche Unternehmen des Mittelstands zu unterstützen, die mit ihrem Fachwissen in Enterprise-Search bereits Geld verdienen, damit Arbeitsplätze schaffen und so auch den guten Ruf des Hochtechnologiestandorts Deutschland festigen.

Flankierend dazu muss die Rechtsprechung ausländische Anbieter anhalten, nationale und europäische Datenschutzrichtlinien zu respektieren.

Forschung und Wissen basieren auf Informationen. Diese werden in naher Zukunft ebenso wertvoll sein, wie Rohstoffe es jetzt sind. Ist der Bedarf an Informationen und deren kostengünstiger Beschaffung erst richtig erkannt, werden die Enterprise-Search-Pioniere mit ihrer Kernkompetenz in eine rosige Zukunft voll durchstarten. Wer dann allerdings zu spät kommt, den bestraft das Leben. Oder genauer: das Nicht-Wissen.

Unternehmenskontakt

CONVOTIS AG / xdot GmbH

Jürgen Lange

Lyoner Straße 11a
60528 Frankfurt am Main

Fon +49 (0)69 - 67 72 90 60

Fax +49 (0)69 - 67 72 90 88

[j.lange\(at\)convotis.com](mailto:j.lange(at)convotis.com)

www.xdot.com

Schneider Kommunikation

Meike Schneider

Johannesstraße 75
70176 Stuttgart

Tel.: 0711-41 07 72-0

Fax: 0711-41 07 72-22

[ms\(at\)mitdenken.com](mailto:ms(at)mitdenken.com)

www.mitdenken.com

Über xdot GmbH:

Die xdot GmbH, gegründet 2000, ist eine 100%ige Tochtergesellschaft des Frankfurter Software- und Beratungshauses Convotis AG. An zwei Standorten in Deutschland sind rund 25 Mitarbeiter in den Bereichen Forschung, Entwicklung, Produktmanagement und Customer Service tätig. Weltweit vertrauen mittelständische Unternehmen, Industrieunternehmen und Behörden auf die Softwarelösungen aus den Bereichen Enterprise Search, Business Intelligence, CRM und Groupware. Kunden sind die Deutsche Post World Net, VW Nutzfahrzeuge, der Arbeiter-Samariter-Bund, die Landesbank Berlin, Siemens VDO, die Georgsmarienhütte, LTU und das Auswärtige Amt der Bundesrepublik Deutschland.

Die xdot GmbH setzt sich seit ihrer Gründung mit der Entwicklung von hochmodernen, webbasierten Softwareprodukten auf Basis von Java und XML auseinander. Anwendungsseitig stehen dabei Lösungen für den Bereich Groupware & Kommunikation (xmanage) sowie Informationsmanagement & Suchmaschinentechnologie (xfriend) im Vordergrund. Die Entwicklungsmannschaft von xdot kann auf langjährige Erfahrung sowohl in Non-Profit- als auch in kommerziellen Projekten zurückblicken. Das Unternehmen unterhält mit dem eigenen xserv Rechenzentrum (www.x-serv.de) eine Hochleistungs-Webplattform für diese Produkte.