

Enterprise Search ist nicht nur eine Aufgabe für die IT

Bei der Unternehmenssuche sollte nicht die Technik, sondern der Nutzer im Mittelpunkt stehen – eine leistungsfähige Suchtechnologie ohne Verankerung im Unternehmen ist zum Scheitern verurteilt. Darin waren sich die rund 200 Experten einig, die beim Enterprise Search Summit in New York aktuelle Themen und Trends diskutierten.

Der Enterprise Search Markt nimmt seit etwa 2007 vor allem in Großkonzernen Fahrt auf. In Deutschland interessieren sich jedoch auch viele Mittelständler für das Thema. Von der Internetsuche kennen Anwender vor allem Google. Sie erwarten darum interne Suchmaschinen mit ähnlichem Aussehen und vergleichbarer Handhabung. Sollte ihre Suche nicht erfolgreich sein, neigen sie sehr schnell dazu, die gesamte Anwendung für schlecht zu halten.

Richtig suchen und finden

Worauf kommt es also an, damit Suchmaschinen zu den gewünschten Ergebnissen führen? Darauf gibt es je nach Unternehmensgröße, Branche, Datenquellen, Mitarbeiterzahl, internationaler Ausrichtung, Nutzern und nicht zuletzt auch Budget eine andere Antwort.

Die wichtigsten Anforderungen an die Unternehmenssuche im Überblick:

1. Der Inhalt sollte den Bedürfnissen der Anwender entsprechen. Selbstverständlich kann die Suche aber nur vorhandene Informationen finden. Außerdem müssen Intranet- und Webseiten Inhalte bieten, die Nutzer auch von ihnen erwarten. Die Seiten sollten idealerweise so auf vorhandene Themenfelder hinweisen, dass eine Suche eventuell gar nicht mehr nötig ist.
2. Suchmaschinen müssen richtig kalibriert sein. So verbessern viele Suchmaschinen mittlerweile nicht mehr mit Meta-Tags die Relevanz ihrer Rankings. Manche haben aufgrund von Spamming und Spoofing ganz aufgehört, Meta-Tags zu indexieren. Wichtig ist darum, die Suchmaschine für das spezifische Umfeld der Nutzer zu kalibrieren.
3. Die Texte müssen suchgerecht geschrieben sein, damit standardisierte Metadaten und Taxonomien die Inhalte sinnvoll vorstrukturieren können.

Suche an die Anwender anpassen

Eine weitere Herausforderung für die erfolgreiche Unternehmenssuche ist die organisatorische Verankerung. Unternehmen haben heute zwar einen Technologie-, aber keinen Informationsmanager. Bei der Unternehmenssuche steht aber nicht die Technik, sondern der Nutzer im Mittelpunkt. Anwender wissen zwar, wonach sie suchen, finden aber oft nicht den richtigen Begriff dafür. Verantwortliche brauchen darum viel Know-how, um die Suchanfragen zu formulieren. Das kann beispielsweise über konkrete Vorschläge oder semantische Netzwerke geschehen.

Ein Trend ist die Personalisierung der Suche: Die Suchmaschine soll erkennen, worauf Anwender hinaus wollen und sich ihre Vorlieben und Interessen merken. Die entscheidende Frage ist also, wer im Unternehmen Suchmaschinen verantworten soll, damit Anwender die bestmöglichen Ergebnisse bekommen. Wichtig dabei ist, dass die Verantwortlichen bei den Anwendern dauerhaft um Akzeptanz werben. Denn vor allem die direkt Verantwortlichen und die Implementierung entscheiden über den Erfolg von Enterprise Search, nicht so sehr die Auswahl der Suchmaschine.

Weiterführende Informationen:

Harnessing information to deliver enhanced business performance (Präsentation)

Ramesh Harji, Head of Information Exploitation, Capgemini UK

[http://conferences.infoday.com/stats/documents/default.aspx?id=1984&lnk=http%3A%2F%](http://conferences.infoday.com/stats/documents/default.aspx?id=1984&lnk=http%3A%2F%2F)

Insuring Enterprise Search Success (Präsentation)

James F. Dawson, vormalig Direktor der Rechtsabteilung beim amerikanischen Versicherungskonzern MetLife

[http://conferences.infoday.com/stats/documents/default.aspx?id=1879&lnk=http%3A%2F%](http://conferences.infoday.com/stats/documents/default.aspx?id=1879&lnk=http%3A%2F%2F)

What to do Before You Purchase a New Search Engine (Präsentation)

Sara James, Principal Analyst Knowledge Management, Project Performance Corporation

[http://conferences.infoday.com/stats/documents/default.aspx?id=1908&lnk=http%3A%2F%](http://conferences.infoday.com/stats/documents/default.aspx?id=1908&lnk=http%3A%2F%2F)

Enterprise Search Summit 2009

<http://www.enterprisearchsummit.com/2009/>

Website: The Information Opportunity von Capgemini

www.harnessinginformation.com

Der Themenservice Enterprise Search ist ein Angebot der Convotis AG. Falls Sie keine weiteren Ausgaben davon erhalten möchten, können Sie sich jederzeit per Mail unter presse@mitdenken.com aus der Empfängerliste austragen.

Unser nächstes Thema:

Praxisbeispiel: Passwortsuche durch den Administrator

Im Juli 2009 ist das Buch „Datenflut - Fluch oder Segen? Wie Sie mit Enterprise Search einfach und sicher Informationen finden“ von Jürgen Lange, Vorstand der Convotis AG, im F.A.Z.-Verlag erschienen.

Über Convotis AG:

Die Convotis AG wurde 1999 gegründet und hat sich zu einem finanzstarken inhabergeführten IT-Beteiligungsunternehmen entwickelt. Schwerpunkt der Convotis AG und ihrer Tochtergesellschaften xdot und KEOS ist es, spezielle IT-Lösungen für mittelständische Unternehmen zu entwickeln sowie technologische Innovationen frühzeitig aufzugreifen und an die Bedürfnisse des Mittelstands anzupassen. Die Convotis AG bietet ihren Kunden Standardprodukte wie xfriend, xmanage, x-flow und xserv sowie Individuallösungen zur Effizienzsteigerung und Kostenreduktion im Bereich der Informationsrecherche, der Informationsauswertung und des Wissensmanagements. Weitere Tätigkeitsbereiche sind Hochverfügbarkeit und der Aufbau und die Optimierung von IT-Infrastrukturen, unter Einsatz von Produkten wie Tango/04, Vision/Mimix oder Double-Take.

Im Jahr 2008 erzielte die Convotis AG einen Umsatz von 22 Millionen Euro. Zu den rund 300 Kunden der Unternehmensgruppe gehören unter anderem Anton Schlecker, das Auswärtige Amt der Bundesrepublik Deutschland, die Deutsche Bahn AG, die Hans Segmüller Polstermöbelfabrik GmbH & Co. KG, die Landesbank Baden-Württemberg, die neckermann.de GmbH, die Salzgitter Mannesmann GmbH, die Tupperware Deutschland GmbH sowie die Volkswagen Nutzfahrzeuge GmbH. Die Convotis AG ist ISO 9001:2000 zertifiziert.

Kontakt

Corina Hummel
Schneider Kommunikation
Johannesstraße 75
70176 Stuttgart
Tel.: 0711-41 07 72-0
ch@mitdenken.com
www.mitdenken.com