

i-spot

Newsletter der Intersim AG

WEBTECHNOLOGIEN—TRENDS 2008

Warum Trends nicht immer Mehrwert bedeuten und warum Social Networking für Unternehmen mehr als ein Schlagwort ist.

bi. Die Relevanz der Internet-Technologien für Unternehmen nimmt kontinuierlich zu. Mehr und mehr Applikationen werden webtauglich gemacht, mehr und mehr Dienstleistungen und Prozesse werden ins Internet und insbesondere ins Intranet verlagert.

Trotzdem oder gerade deshalb sollten neue Technologietrends kritisch eingeschätzt werden. Sie müssen einen klaren Mehrwert bieten, indem sie Abläufe rationalisieren, die Qualität von Dienstleistungen verbessern oder zusätzliche Funktionen sowie raschere und gezieltere Informationen bieten. Einer der aktuellen Trends ist

Ubiquitous Computing, was salopp mit „Überall“-Computing übersetzt werden kann. Applikationen und Informationen sollen ortsunabhängig jederzeit mobil genutzt werden können. Dies erfordert einerseits die entsprechenden informationstechnischen Voraussetzungen, die Berücksichtigung der erweiterten Sicherheitsaspekte, aber auch neue Ideen in der Bedienung der Endgeräte. Das trendige i-Phone zeigt die Richtung auf. Durch die Kombination unterschiedlicher Techniken entstehen neue Anwendungen mit Mehrnutzen. Ein Beispiel dafür ist *Geo-Tagging*. Informationen wer-

den mit geografischen Angaben versehen und bieten damit neue Perspektiven. So kann beispielsweise ein Unternehmen der Baubranche in der Präsentation von Referenzobjekten neue Wege gehen, indem die Beschreibung des Objekts mit einer Landkarte und Bildmaterial so kombiniert wird, dass der Leser eine virtuelle Ortsbesichtigung vornehmen kann. Einen offensichtlichen Nutzen bieten die allseits entstehenden Communities, in denen reger Informationsaustausch stattfindet. Die Internet-Technologien, welche *Social Networking* ermöglichen, halten auch in Intranets Einzug.

SOCIAL NETWORKING IM UNTERNEHMEN

bi. Social Networks wie die Community-Plattform Facebook werden häufig noch als Spielwiese für Jugendliche betrachtet. In der Fachwelt ist man sich jedoch einig, dass solche Werkzeuge früher oder später auch in Intranets Einzug finden werden. Hauptzielrichtung von Social Networks im Intranet ist die Vermehrung und einfache Abrufbarkeit von unternehmensrelevanten Informationen. Jeder Mitarbeitende wird zum Autor und stellt seine Erfahrungen, Kenntnisse und Informationen allen ändern zur Verfügung. Dies geschieht auf verschiedenen Ebenen. Kurzfristige Dokumentationen und aktuelle Ereignisse werden mithilfe von *Blogs* erfasst und kommentiert. Längerfristiges

Firmenwissen wird in *Wikis* verwaltet. Links zu relevanten Informationen können in öffentlichen Linksammlungen gepflegt, kommentiert und strukturiert werden. Dieses *Social Bookmarking* oder *Social Tagging* wiederum vereinfacht Recherchen. Social Networking bewirkt zweifellos eine Veränderung der Unternehmens-Kommunikationskultur. Es liegt nicht in jedermanns Natur, sein Wissen freizügig preiszugeben. So bekommt der Begriff „Social“ eine weitere ernstzunehmende Bedeutung. Und doch: Werden mit dem neuen Ansatz endlich die viel geforderten und selten umgesetzten umfassenden Knowledge Bases im eigenen Unternehmen Wirklichkeit?

Glossar

bi. Ubiquitous Computing - ubiquitäre Anwendungen unterstützen den Zugriff auf digitale Daten überall und zu jeder Zeit, durch geeignete Plattformen, Schnittstellen und (mobile) Endgeräte.

Geo-Tagging - Verbindung von Online-Inhalten mit geografischen Angaben bzw. Landkarten

Social Networking - Communities zum Informations- und Erfahrungsaustausch, in denen die Leser die Autoren sind.

Social Bookmarking - öffentliche Linksammlungen

Facebook - die neue Community-Plattform ist ein populärer Vertreter des Social Networking. www.facebook.com

Leute: heute ...



Michael Hadorn

Nach Abschluss seiner obligatorischen Schulzeit an der Bezirksschule Gerlafingen hat Michael im Sommer 2007 seine Lehre als Informatiker bei der Intersim AG angetreten. Er ist damit unser „Jüngster“ und hat sich bestens ins Team integriert. In seiner Freizeit ist er vielseitig aktiv im Sport und in der Jugendarbeit.

www.jsaltisberg.jemk.ch

Euro 2008

Es ist durchaus legitim und sinnvoll, sich einen Mega-Anlass wie die Fussball-Europameisterschaft im eigenen Land für das Unternehmen zunutze zu machen, sei dies mit Kundenevents oder anderen Marketingaktivitäten. Allerdings gilt es diesbezüglich den markenrechtlichen Rahmen zu beachten. Die UEFA hat im Vorfeld über 20 Begriffe und Logos schützen lassen. Dazu gibt es eine Zusammenstellung des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum (IGE), welche die häufigsten Fragen beantwortet.

<http://www.switzerland.com/files/?id=4645>

Köstlichkeiten im Burechorb

Es ist wieder die Zeit der verzweifelt gesuchten Geschenkkideen. Ein „Bärner Burechorb“ kann individuell in verschiedenen Grössen und mit unterschiedlichen Köstlichkeiten gefüllt werden und ist für alle Anlässe und zu jeder Jahreszeit geeignet.

www.burechorb.ch

i-spot(t)

Lange wurde beraten und gerätselt, wie die Nachfolge-Version des „Internet Explorer 7“ von Microsoft heissen soll. Die Variante „IE Desktop Online Web Browser Live Professional Ultimate Edition for the Internet“ konnte sich erstaunlicherweise nicht durchsetzen. Microsoft entschied sich für - "Internet Explorer 8".