



Integrierte Informationsverarbeitung und Personalisierung

Forschungsauftrag

Entwicklung von Softwaremodulen für benutzermodellerte, „menschenähnliche“ Informationsverarbeitung

Kernkompetenzen

- Planungs- und Kontrollsysteme für das Top-Management
- Personalisierte, rollenbasierte Management- und Stakeholder-Informationssysteme
- Zwischenbetriebliche Informationsverarbeitung, Supply Chain Management

Unser Angebot für Kooperationspartner

Mitwirkung bei der Entwicklung von Stakeholder-Informationssystemen (Checklisten für Trigger, Inhalte und Adressaten); Konzepte für Informations-Leitstände und Personalisierung

Zusatzinformation

Prof. Dr. Mertens ist Mitgründer der Wirtschaftsinformatik-Ausbildung in Deutschland. Zwischen 1997 und 2002 wurden ca. 230.000 € pro Jahr mit Wirtschaftsunternehmen umgesetzt. Es bestehen Verbindungen zu FORSIP (Forschungsverbund für Situierung, Individualisierung und Personalisierung in der Mensch-Maschine-Interaktion) und FORWIN (Bayerischer Forschungsverbund Wirtschaftsinformatik).

Referenzprojekte

NixVerpassen.de (Freizeitberatungssystem)

MINT (Management-Informationen aus dem Internet)

AIDAR (Außen- und InnenDARstellung von Unternehmen) ▶ www.aidar.de

Wichtige Kooperationspartner

COI GmbH, Curivant Internet GmbH, Datev e.G., Dr. Städtler GmbH, GfK AG, SAP AG, Siemens AG

Spin-Off-Gründungen

Atrada Trading Network AG
▶ www.atrada.de

Bissantz & Company GmbH
▶ www.bissantz.de

Ecenta AG
▶ www.ecenta.de

FCS Fair Computer Systems GmbH
▶ www.fair-computer.de

roccas Multimedia Informationssysteme GmbH
▶ www.roccas.de

Ihr Ansprechpartner

Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Peter Mertens
▶ mertens@wiso.uni-erlangen.de

Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik I
Universität Erlangen-Nürnberg
Lange Gasse 20, 90403 Nürnberg
Telefon: 0911/5302-284
▶ www.wi1.uni-erlangen.de

Richtige Informationen im richtigen Moment für den richtigen Empfänger AIDAR verbessert Informationslogistik zu Stakeholdern

Mit AIDAR (Außen- und InnenDARstellung von Unternehmen) können Unternehmen die Informationslogistik zu ihren Anspruchsgruppen (Stakeholder) systematischer, aussagekräftiger und schneller gestalten. Damit ist eine wesentliche Verbesserung der heute so wichtigen Kommunikationsaktivitäten möglich.

Die technologischen Entwicklungen der letzten Jahre ermöglichen es auch kleineren und mittleren Betrieben, ihre Zielgruppen (Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter, Anteilseigner, Fremdkapitalgeber und die gesellschaftliche Umwelt) individuell, direkt und aktiv über das Internet anzusprechen. Diesen Benutzern soll weder ein Unter- noch ein Überangebot von Informationen präsentiert werden; es gilt, die richtige „Dosierung“ zu finden. Das neu entwickelte AIDAR leistet einen Beitrag, die Informationslogistik zu Anspruchsgruppen zu verbessern. In der „Wirtschaftswache“ werden derartige Stakeholder Information Systems sogar schon als Nachfolger der klassischen Werbung gesehen.

Das Ziel bestand darin, die Einflüsse auf den Informationsbedarf von Stakeholdern zu untersuchen bzw. zu modellieren: Zu welchen Anlässen benötigen Anspruchsgruppen Informationen? Welche Informationen brauchen sie wann? Welche internen und externen Datenquellen sind wie anzubinden? Neben theoretischer Fundierung ist es ein weiteres Ziel, zu einer praktisch umsetzbaren Lösung mit prototypischen Applikationen zu gelangen: Wie lassen sich personalisierte Portale und Nachrichten entwerfen? Welche Verfahren

eignen sich zu deren Anpassung im laufenden Betrieb?

Gerade kleinere und mittlere Unternehmen profitieren, wenn die Informationseffizienz mit der Hausbank erhöht wird. Insbesondere vermag man in Krisen durch schnelle und systematische Kommunikation öffentlicher Kritik und nachhaltigem Glaubwürdigkeitsverlust vorzubeugen. Die Unternehmensführung kann Anspruchsgruppen aktiv in den laufenden Entscheidungsprozess einbinden, wie zum Beispiel Aktionäre oder Beiräte. Diese erfahren geplante Maßnahmen rechtzeitig, und Irritationen lassen sich auf diese Weise vermeiden. Große Vorteile verspricht insbesondere die aktive Informationsversorgung mit E-Mail und Newsletter. So lassen sich Stakeholder zeitnah aufklären, wenn ein Produkt als Testsieger gekürt wird oder sich ein Unfall in der Produktion ereignet.

Um die Informationsbedürfnisse stufenweise zu verdichten bzw. zu filtern, setzen wir in AIDAR Situations-, Rollen- und Benutzermodelle („Personalisierungstriade“) ein. Die Ergebnisse unserer Informationsbedarfsanalysen sind in einer Wissensbasis mit „intelligenten“ Checklisten abgebildet. Interessierte können Ausschnitte auf der Projekt-Webseite (www.aidar.de) einsehen. Folgende „vorgefertigte“ Informationsmodelle werden angeboten:

- „Stakeholderadäquate“ Informationsbedarfe
- Textbausteine für Meldungen
- Muster-Fragebögen zur Meinungserhebung bei Stakeholdern



Ansprechpartner:

FORWISS Erlangen-Nürnberg
Dipl.-Ing. Martin Stößlein
Äußerer Laufer Platz 13-15
90403 Nürnberg
Telefon: 0911/5302-264
[\[stoesslein@forwiss.de\]](mailto:stoesslein@forwiss.de)

