

Unternehmensportal

Wechseln zu:[Navigation](#), [Suche](#)

Dieser Artikel erfüllt die [GlossarWiki-Qualitätsanforderungen](#) **nur teilweise**:

Korrektheit: 2
(teilweise
überprüft)

Umfang: 4
(unwichtige
Fakten fehlen)

Quellenangaben:
5
(vollständig
vorhanden)

Quellenarten: 5
(ausgezeichnet)

Konformität: 4
(sehr gut)

Inhaltsverzeichnis

- [1 Definition \(Großmann, Koschek^{\[1\]}\)](#)
- [2 Synonyme](#)
- [3 Kategorisierung](#)
 - [3.1 Kategorisierung nach Anwendungsschwerpunkt](#)
 - [3.2 Kategorisierung nach Benutzerrolle](#)
 - [3.3 Synonyme für diese Portaltypen](#)
- [4 Ziele](#)
- [5 Grenzen](#)
- [6 Anforderungen](#)
 - [6.1 Funktionale Anforderungen](#)
 - [6.2 Technische Anforderungen](#)
- [7 Quellen](#)

1 Definition (Großmann, Koschek^[1])

Ein Unternehmensportal ist ein geschlossenes [Portal](#), das den Anwendern einen individuellen, personalisierten Zugang zu allen relevanten Inhalten bietet, um alle Aufgaben bequem und schnell erledigen zu können. Dieser Zugang muss jederzeit und überall auf sicherem Wege erreichbar sein.

2 Synonyme

Als Synonyme für Unternehmensportal gelten die Begriffe Corporate-Portal und Enterprise-Portal.

3 Kategorisierung

Es existieren viele Portalbezeichnungen. B2x-Portal, Consumer-Portal, Supplier-Portal, Wissensportal, Prozessportal sind nur einige, weshalb die Aufzählung beliebig fortgesetzt werden kann. Sie verdeutlicht aber auch, dass der Kreativität von Autoren und Marketingmitarbeitern, in Bezug auf Wortneuschöpfungen, um der jeweiligen Portallösung einen Namen geben zu können, keine Grenzen gesetzt sind. Ziel dieser Wortneuschöpfungen ist zum einen die Abgrenzung von der Konkurrenz und zum anderen ein Resultat des Versuchs einer Klassifizierung ähnlicher Produkte. Ein weiterer Faktor,

der hierzu beiträgt ist, dass viele Kriterien zur Kategorisierung herangezogen werden können. Aus deren Mischung ergibt sich eine Vielzahl an verschiedenen und möglichen Unternehmensportaltypen. Die folgende Abbildung nennt einige Kriterien, die für die Unterscheidung von Unternehmensportalen herangezogen werden. Ein Anspruch auf Vollständigkeit wird nicht erhoben.

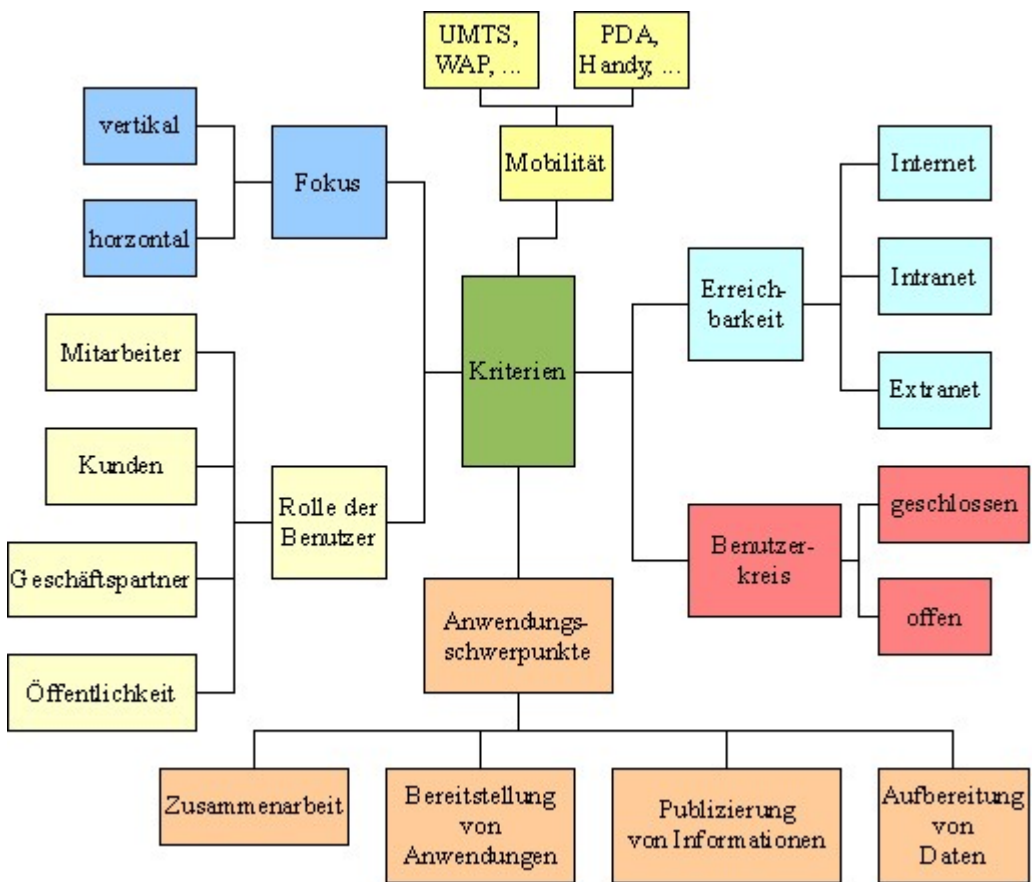


Abbildung: Kriterien für die Kategorisierung, gezeichnet vom Autor.

In der Literatur wird überwiegend ein Kriterium zur Kategorisierung von Unternehmensportalen verwendet. Die zwei häufigsten verwendeten Kriterien für klassische Unternehmensportale sind "Benutzerrolle" und "Anwendungsschwerpunkt".

3.1 Kategorisierung nach Anwendungsschwerpunkt

Werden Unternehmensportale an Hand der eingesetzten Anwendungen kategorisiert, entstehen die vier Unternehmensportaltypen Collaborative-Portal, Publishing-Portal, Decision-Portal und Operational-Portal. Die folgende Abbildung stellt dies grafisch dar.

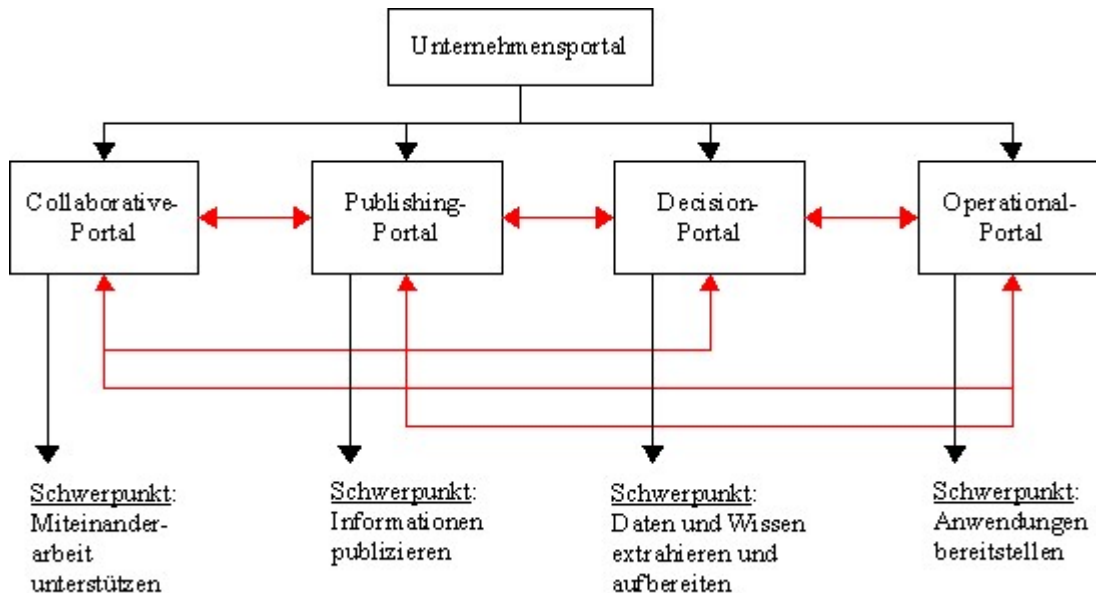


Abbildung: Kategorisierung von Unternehmensportalen nach dem Kriterium Anwendungsschwerpunkte.

Quelle: [Großmann, Koschek \(2005\)](#) und [Föcker, Lienemann \(2000\)](#), nachgezeichnet vom Autor.

Die vier Typen beeinflussen sich gegenseitig und die Problematik mit den fließenden Grenzen wird deutlich. Collaborative-Portale dienen hauptsächlich der Kommunikation und Datenablage. Publishing-Portale greifen auf Collaborative-Portale zu und beziehen zusätzlich ihre Daten aus verschiedenen Quellen. Decision-Portale bedienen sich der extrahierten und aufbereiteten Daten, filtern und verdichten diese weiter und präsentieren sie anschließend.

3.2 Kategorisierung nach Benutzerrolle

Unternehmensportale, die nach dem Kriterium "Benutzerrolle" kategorisiert werden, unterscheiden vier Ausprägungen. Es existieren unterschiedliche Ansätze der Definition der Benutzerrolle.

Im ersten Fall werden Mitarbeiter, Geschäftskunden, Lieferanten und Endkunden zur Benutzerrolle gezählt (siehe folgende Abbildung).

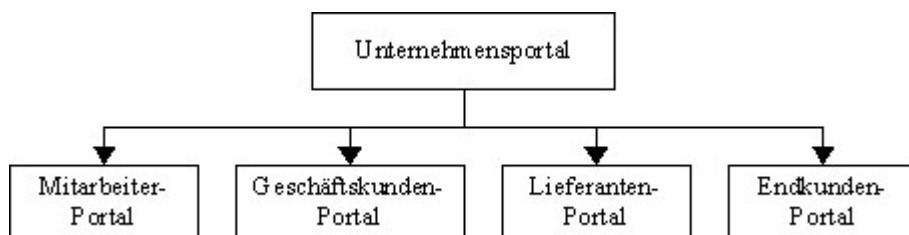


Abbildung: Kategorisierung von Unternehmensportalen nach dem Kriterium Benutzerrolle.

Quelle: [Kirchhof et al. \(2006\)](#) und [Vlachakis, J.; Kirchhof, A.; Gurzki, T. \(2005\)](#), nachgezeichnet vom Autor.

Anzumerken ist, dass Lieferanten zu Geschäftskunden zählen können. Dies bleibt aber Definitions- oder Ansichtssache des Betrachters.

Ein anderer Ansatz besteht darin die Benutzerrolle an Hand der vier B2x-Bereiche zu unterteilen: Konsumenten, Geschäftspartner, Mitarbeiter und Öffentlichkeit (siehe folgende Abbildung).

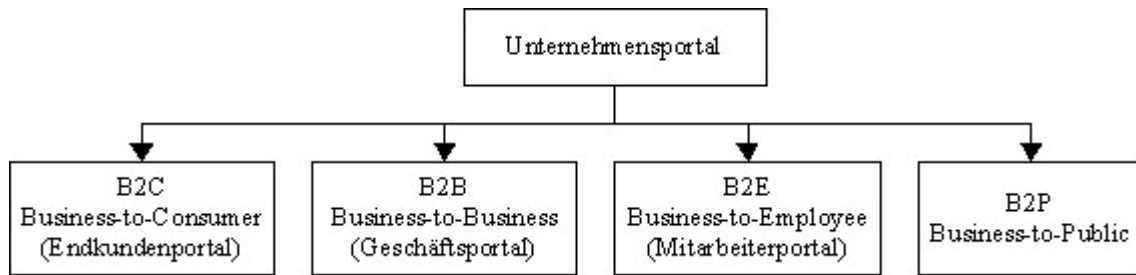


Abbildung: Kategorisierung von Unternehmensportalen nach dem Kriterium Benutzerrolle.

Quelle: [Bauer, H. \(2001\)](#), gezeichnet vom Autor.

3.3 Synonyme für diese Portaltypen

Synonyme Begriffe für

B2B-Portale sind Business-Portal, Geschäftsportal oder Geschäftskundenportal

B2C-Portale sind Consumer-Portal, Endkundenportal oder Konsumentenportal

B2E-Portale sind Mitarbeiterportal oder Employee-Portal.

4 Ziele

Ziel ist es Geschäftsvorfälle, welche sich an Arbeitsabläufen des Unternehmens orientieren, durch die Prozessorientierung in einem Unternehmensportal abzubilden.

Mögliche Ziele sind:

Zusammenfassen von heterogenen Systemlandschaften, Informationsquellen und Applikationen unter einer einheitlichen Oberfläche

Darstellung benutzerspezifischer und relevanter Informationen in einer übersichtlichen, fachspezifischen, medienbruchfreien und personalisierten Form für den Benutzer

Reduzierung von Prozessbearbeitungszeiten

Vermeidung von Streuverlusten bei der Informationsrecherche

Zentrale Benutzer- und Authentifizierungsmechanismen über Single-Sign-On (SSO)

Standardisierung von Prozessen und Schnittstellen

Automatisierung von Aufgaben

erhöhtes Sicherheitsniveau für Benutzer und sensible Daten

Umsatzsteigerung

Erhöhung der Prozessqualität

Zeitersparnisse für den Anwender

usw.

Unternehmensportale sollten Anwender nicht mit ihrem Informationsvolumen erdrücken. Vielmehr sollten Anwender nur die Informationen bereitgestellt bekommen, die für sie relevant sind. Hierfür werden die Ansätze der [Informationslogistik](#) berücksichtigt.

5 Grenzen

Unternehmensportale unterliegen, wie andere Softwareprodukte gewissen Grenzen. Diese können die Akzeptanz und den Erfolg eines Unternehmensportals gefährden.

Mögliche Grenzen sind:

Unvollständig oder schlecht gepflegte Datenbestände

Fehlende integrierte Informationsquellen und Applikationen; also fehlendes Wissen über die Informationsbasen

Fehlende Verantwortlichkeiten

Fehlende Mitarbeitermotivation und -akzeptanz

Fehlende Pflichtenhefte bei der Einführung oder Realisierung eines Portals

Budget- und/oder Personalmangel

Probleme bei der Integration in die bestehende Systemlandschaft

Schwierigkeiten bei der Anpassung an bestehende Geschäftsprozesse

usw.

6 Anforderungen

Damit Unternehmensportale erfolgreich im Unternehmen eingeführt und ihre Aufgaben erfüllen können, unterliegen sie funktionalen (auch organisatorischen) und technischen Anforderungen.

6.1 Funktionale Anforderungen

Einheitliche Benutzersicht auf Daten/Informationen

Benutzer- und Rollenmanagement

Personalisierung

Single-Sign-On (SSO)

[Usability](#)

...

6.2 Technische Anforderungen

Verfügbarkeit

Performance

Verteilbarkeit

IT-Sicherheit

Verwendung von offenen Standards und Schnittstellen

...

7 Quellen

1. **Großmann, Koschek (2005):** [Martina Großmann](#) und [Holger Koschek](#); Unternehmensportale – Grundlagen, Architekturen, Technologien; Verlag: [Springer-Verlag GmbH](#); ISBN: 3540222871; 2005; [Quellengüte](#): 5 (Buch), Seite 32
2. **Bauer, H. (2001):** [Herbert Bauer](#); Unternehmensportale – Geschäftsmodelle, Design, Technologien; Verlag: [Galileo Press GmbH](#); Adresse: [Bonn](#); ISBN: 3898421333; 2001; [Quellengüte](#): 5 (Buch)
3. **Föcker, Lienemann (2000):** [Egbert Föcker](#) und [Carsten Lienemann](#); Informationslogistische Dienste für Unternehmensportale; in: [Wissensmanagement – Das Magazin für Führungskräfte](#); Band: 2000; Nummer: 06; [Web-Link](#); 2000; [Quellengüte](#): 5 (Artikel)
4. **Herold C. (2008):** [Christina Herold](#); Unternehmensportale und mobile Anwendungen – Grundlagen,

eingesetzte Techniken und Beispiele; Hochschule: [Hochschule Augsburg](#); Adresse: [Augsburg](#); 2008; Quellengüte: 4 (Diplomarbeit)

5. **Grimm (2004)**: [Sebastian Grimm](#); Portals in a Nutshell; <http://www.competence-site.de/it-projekte-it-entwicklung/Portals-in-a-Nutshell>; 2004; Quellengüte: 2 (Web)
6. **Gurzki, Özcan, (2003)**: [Thorsten Gurzki](#) und [Nergis Özcan](#); Unternehmensportale – Kunden-, Lieferanten- und Mitarbeiterportale in der betrieblichen Praxis; Verlag: [Fraunhofer IRB Verlag](#); Adresse: [Stuttgart](#); ISBN: 3816763634; 2003; Quellengüte: 5 (Buch)
7. **Kirchhof et al. (2006)**: [Anja Kirchhof](#), [Thorsten Gurzki](#) und [Henning Hinderer](#); Was ist ein Portal? – Definition und Einsatz von Unternehmensportalen; http://www.competence-site.de/downloads/ee/cc/i_file_10140/Portale_definition_einsatz_Fraunhofer_IA_O.pdf; 2006; Quellengüte: 2 (Web)
8. **Vlachakis, Kirchhof, Gurzki (2005)**: [Joannis Vlachakis](#), [Anja Kirchhof](#) und [Thorsten Gurzki](#); Marktübersicht Portalsoftware 2005; Verlag: [Fraunhofer IRB Verlag](#); Adresse: [Stuttgart](#); ISBN: 3816767524; 2005; Quellengüte: 5 (Buch)

Kategorien:

[Informatik](#)

[Glossar](#)

Diese Seite wurde zuletzt am 15. Mai 2019 um 19:27 Uhr bearbeitet.

Inhalt verfügbar unter [CC BY-NC-SA 4.0](#), falls Dokument nach dem 5. 3. 2011 erstellt wurde, sonst [CC BY-SA DE 3.0](#).

