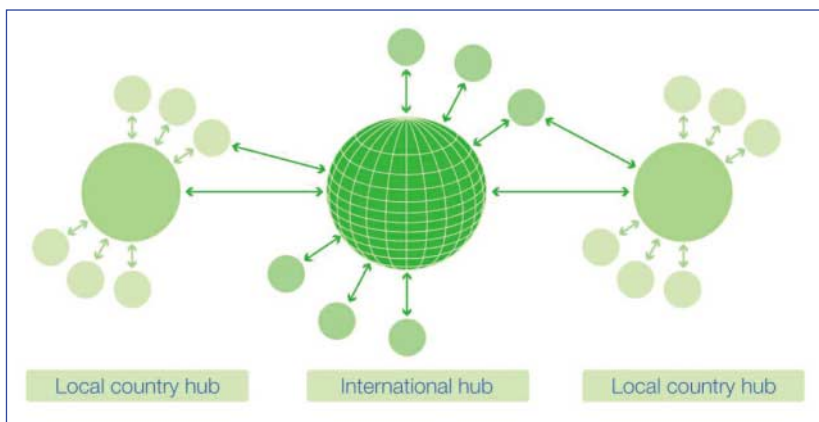


# Informationen — in Echtzeit, global, von hoher Qualität

Die Wichtigkeit von Informationen, die ein Unternehmen „besitzt“, ist unbestritten. Der tatsächliche Wert dieser Informationen hängt von deren Qualität und der Reichweite ab. Die Qualität ist hoch, wenn die Informationen genau zu dem passen, was jemand wissen will, und den richtigen Umfang haben. Die moderne Informationstechnologie macht es möglich, Informationen unabhängig von Ort und Zeit verfügbar zu machen – innerhalb des Unternehmens und über dessen Grenzen hinweg. Das ist die Grundlage einer erfolgreichen Kommunikationsstrategie. Ein Unternehmen, das eigenen hochqualitativen Informationen eine hohe Reichweite gibt, ist Bayer CropScience.

Die Strategie:  
„Hub and  
Spokes“ (Nabe  
und Speichen).



**DIE BAYER CROPSCIENCE AG** entstand durch die Ausgliederung des Bayer-Geschäftsbereichs CropProtection und die Akquisition von Aventis CropScience. Um den Zusammenschluss zum Erfolg zu führen, musste die interne und externe Kommunikation Brücken bilden. Kunden und Mitarbeiter kannten jeweils nur die eine Hälfte ihres neuen Unternehmens. Aber nicht nur Kommunikationspolitik und Unternehmenskultur der beiden Unternehmen waren verschieden, auch die IT-Infrastrukturen waren heterogen. In vielen Abteilungen gab es bereits Web-Anwendungen, die auf unterschiedlicher Technik basierten. Dem globalen Unternehmen fehlte das zentrale Werkzeug, um eine homogene Kommunikationsstruktur aufzubauen. Bei einem Geschäftsbetrieb in 65 Ländern und den vorhandenen Kommu-

nikationskanälen war ein Anfang bei Null nicht möglich. Lediglich ein grober Rahmen war durch den Bayer Web-Guide vorgegeben.

Die Entwicklung und Umsetzung der Kommunikationsstrategie sind Aufgaben von Oliver Kern, Leiter der New-Media-Strategy-/Corporate-Communications-Abteilung: „Internet und Intranet sind heutzutage die schnellsten Kommunikationsmedien. Sie ergänzen das traditionelle Marketing und ermöglichen interaktiven Dialog mit Kunden, Konsumenten, Mitarbeitern und der an Bayer CropScience interessierten Öffentlichkeit.“

## Das richtige Werkzeug

Eine Anwendung, mit der Bayer bereits gute Erfahrungen machte, ist Timetoweb. Das Notes/Domino-basierte Content-Management-System (CMS) des

Kölner Systemhauses Timetoact hatte sich bei verschiedenen Inter- und Intranet-Projekten bewährt, und nach einer intensiven Evaluierung legte man Timetoweb als Standard-System für Bayer CropScience fest. Es waren insbesondere zwei Gründe ausschlaggebend für die Entscheidung: die schnelle Integration in die vorhandene IT-Struktur und die sehr effektive und kostengünstige Pflege und Verwaltung der Web-Inhalte. Man war sich sicher, dass das gewählte CMS nicht nur die aktuellen Anforderungen erfüllt, sondern auch flexibel ist, um mit den Aufgaben zu wachsen. Die Kernanforderung und gleichzeitig der rote Faden durch alle Bayer-CropScience-Intra- und Internet-Anwendungen ist: „In unserem Unternehmen müssen ungeheure Mengen an Informationen rund um den Globus transportiert werden“, erläutert Oliver Kern, „unsere Aufgabe ist es, diesen Prozess einfacher, schneller und effizienter zu gestalten.“

## Hub & Spokes

Die Unternehmensstruktur von Bayer CropScience ist nach den Kundenbedürfnissen und Geschäftsanforderungen ausgerichtet. Ein weltweites Netzwerk mit Regional- und Landesorganisationen sorgt für Kundennähe sowie schnelle Entscheidungsprozesse. Der Aufbau eines entsprechenden Kommunikations- und Interaktionsnetzes muss gut durchdacht sein und erweiterungsfähig bleiben. Die dazu

## INFO <

### BAYER CROPSCIENCE

ist ein selbständiges Unternehmen innerhalb der Bayer-Gruppe. Mit dem Erwerb von Aventis CropScience zählt der Teilkonzern Bayer CropScience zu den weltweit führenden, innovativen Unternehmen in den Bereichen Pflanzenschutz, Saatgut und Biotechnologie sowie in der Schädlingsbekämpfung außerhalb der Landwirtschaft. Mit derzeit rund 20.000 Mitarbeitern weltweit sowie Produkten und Dienstleistungen in über 120 Ländern gehört Bayer CropScience zur Spitzengruppe der Branche. Der Umsatz liegt bei etwa 6 Milliarden Euro.

**INFO <****DIE WICHTIGSTEN EIGENSCHAFTEN DES TIMETOWEB CMS:**

- > einfach und intuitiv ohne HTML-Kenntnisse zu bedienen,
- > sehr kurze Implementierungszeiten,
- > gleichermaßen für Intra-, Extra- und Internet geeignet,
- > passt sich optimal an Corporate Identity bzw. Web Style Guide an,
- > die Pflege der Inhalte lässt sich leicht an die fachlich Verantwortlichen delegieren,
- > flexibel für individuelle Erweiterungen,
- > 100 Prozent des Content werden tatsächlich in dem CMS verwaltet, sonstige Tools sind nicht erforderlich,
- > Möglichkeit, umfangreichste Informationen mit tausenden Seiten Content in 5, 10 oder mehr Sprachen zu managen,
- > auch bei sehr großen Websites hat der Besucher jederzeit eine übersichtliche und eindeutige Navigation,
- > der gesamte Prozess der Content-Erstellung von der Gliederung über Materialsammlung, Aufbereitung, Freigabe und Überarbeitung bis zur Archivierung wird abgedeckt,
- > unmittelbare Analyse der Zugriffsstatistiken,
- > umfangreiche Interaktion mit den Besuchern der Website möglich,
- > niedrige Kosten bei Einführung und im laufenden Betrieb.

notwendige Struktur sieht folgendermaßen aus: Es gibt einen zentralen Einstiegspunkt („Hub“), von dem Abzweigungen („Spoke“) zu speziellen/regionalen Anwendungen führen. Diese bieten jeweils eigene Inhalte, Interaktions- und Kontaktmöglichkeiten.

Die Zugehörigkeit zum Unternehmen durch ein einheitliches „Look & Feel“ ist auch bei landes- oder produktspezifischen Anwendungen erkennbar - und mit dem Timetoweb CMS auf einfachste Weise zu realisieren.

Jede Bayer CropScience Web-Anwendung setzt immer einen tatsächlichen Geschäftsfall voraus. Genau definierte Ziele und Absichten sind Grundlage des Erfolgs jeder Intra- und Inter-

net-Website. Oliver Kern erklärt: „Die Web-Anwendungen bei Bayer CropScience orientieren sich am Geschäftszweck und den jeweiligen Nutzern, bieten relevante Informationen und sparen Kosten. Mit diesen Anwendungen rationalisieren und fokussieren wir unser Geschäft, vermeiden doppelte Arbeit und erhöhen die Effizienz.“

**Erster Schritt: globaler Auftritt**

Nach der Entscheidung für Timetoweb erfolgte im Juni 2002 der Projektstart mit der Einrichtung der Internet-Präsenz von Bayer CropScience ([www.BayerCropScience.com](http://www.BayerCropScience.com)) in drei Sprachen – die Dachseite für alle folgenden Internet-Websites von Bayer CropScience. Pünktlich zur Zulassung der Unternehmensgründung durch die Wettbewerbsbehörden war die Website online; zu diesem Zeitpunkt waren erst drei Monate Projektlaufzeit vergangen. Die geringen Investitionskosten und schnelle Produktionsaufnahme bestätigten die Richtigkeit der Entscheidung für Timetoweb.

Das durchdachte Grundkonzept sorgt dafür, dass die Website weiterhin ein zentraler Anlaufpunkt für alle Interessenten im Internet ist und diese zuverlässig zu den einzelnen regionalen oder produktspezifischen Websites leitet. Für 2004 steht wieder eine umfassende Überarbeitung von [www.bayer-cropscience.com](http://www.bayer-cropscience.com) an.

**Intranet von und für Mitarbeiter**

Dem Internet-Auftritt folgten zahlreiche Intranet-Anwendungen, nach dem gleichen Konzept mit einem zentralen Einstiegspunkt aufgebaut. Für Oliver Kern ist das Bayer-CropScience-Intranet „ein riesiger Ressourcenpool, bestehend aus Websites, Modulen, Datenbanken und unterstützenden Systemen.“ Ziel ist, das Intranet für die Mitarbeiter des Unternehmens zu einem unentbehrlichen Werkzeug der täglichen Arbeit zu machen. Gelingt es, profitieren alle von effizienterer Kommunikation, effektiverer Kooperation sowie den damit verbundenen Auswirkungen auf die Kosten. Und es gelingt! Zu den derzeit 14 Intranet-Websites werden schrittweise weitere hinzukommen.

Oliver Kern, Leiter der New-Media-Strategy-/Corporate-Communications-Abteilung:

**„Für uns ist es wichtig, einen verlässlichen Partner für die Web-Anwendungen zu haben. Timetoact hat die Fähigkeit bewiesen, effiziente Lösungen zu entwickeln, die genau unseren Zielen entsprechen.“**



Wie bekommt man einen Überblick über die Vielzahl der möglichen Nutzungen? Was brauchen die Mitarbeiter um effektiver zu arbeiten? Bayer CropScience unterscheidet für die Analyse verschiedene Perspektiven der Website-Benutzer, um einen Überblick über die einzelnen Intranet-Websites zu gewinnen und diese zu klassifizieren.

**Facetten der Kommunikation**

Die Mitarbeiter bei Bayer CropScience nutzen das Intranet aus verschiedenen Blickwinkeln:

- > Regionale Sicht: global, auf Landesebene, lokal. Was tut sich in meiner Umgebung?
- > Organisationssicht: Geschäftsbereiche, Abteilungen, Teams, Projekte. Wer macht was, wer ist wofür verantwortlich?
- > Workflow-/Prozess-Sicht: Wie kann ich Anträge einreichen oder Vorgänge starten? Beispielsweise Urlaubsantrag, Geschäftsreise usw.
- > Individuelle Sicht/von den Aufgaben der Benutzer abhängig: Persönliche oder typisierte Präferenzen, etwa Linklisten, Nachrichtenauswahl usw. Was ist für mich persönlich oder in meiner Rolle als Sekretärin, Controller, Produkt-Manager usw. wichtig? Wie diese Klassifizierung verdeutlicht, fließen in einem Intranet die Informationen aus unterschiedlichsten Quellen zusammen. Über die Intranet-Websites wird auf Wissen vieler Personen zugegriffen, das in seiner Qualität aufgrund der systematischen Sammlung und Erfassung gesichert ist. Das Intranet bietet die Voraussetzungen, die Organisation transparent zu machen und eine weltweite Wissensbasis zu schaffen, mit der die Kenntnisse aller Mitarbeiter optimal genutzt werden können.

Die Pflege des Informationsbestandes wird von allen Mitarbeitern gemeinsam betrieben, und zwar in dem für sie passenden Kontext und der jeweiligen Landessprache. 150 geschul-

## Schwerpunkt | CONTENT MANAGEMENT

INFO <

### BEISPIELE FÜR TIMETOWEB-WEBSITES VON BAYER CROPSCIENCE

- > globales Intranet Portal (Hub)
- > Länder-Websites (Spokes): Deutschland, Frankreich, England
- > Geschäftsbereich-Websites (Spokes): BioScience: EnvironmentalScience
- > Zentralbereich-Websites (Spokes): Marketing Services, Industrial Operations; Products, Green Pages (unternehmensweites Adressbuch in der Bayer CropScience-Farbe Grün)

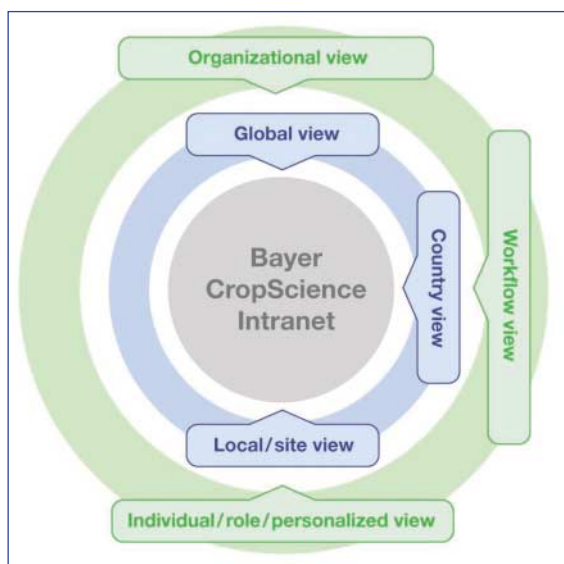
Internet: [www.bayerCropScience.com](http://www.bayerCropScience.com) (Hub)

te Content-Master sorgen für die Qualitätssicherung und Freigabe der redaktionellen Inhalte, und das sind mittlerweile viele Gigabyte in vielen Zehntausenden Informationsseiten.

#### Informationen nach Bedarf

Ein Beispiel soll verdeutlichen, was Intranet-Anwendungen bei Bayer CropScience leisten: Die „Marketing Services“-Website versorgt Mitarbeiter von Bayer CropScience mit einer Auswahl an Informationen rund um den CropScience Markt. Im mehreren Schritten wird dabei die riesige Menge an Informationen aus Publikationen, Marktstudien, Nachrichten usw. verdichtet und auf den persönlichen Bedarf der Nutzer zugeschnitten.

Im ersten Schritt sammelt ein Team die Informationen weltweit und erfasst diese in einer Notes-Datenbank. Dabei



Die Mitarbeiter bei Bayer CropScience nutzen das Intranet aus verschiedenen Blickwinkeln.

werden entsprechende Kategorien und Schlüsselwörter zugewiesen, die eine spätere Filterung möglich machen. In der gleichen Datenbank werden Präsentationen aus der Marktforschung abgelegt.

Auf der Benutzerseite werden die relevanten Inhalte durch Auswählen der Kategorien eingegrenzt. Diese Auswahl ist die Grundlage für personalisierte Newsletter – die dann genau die Informationen liefern, die der Benutzer benötigt. Technisch gesehen werden die angeforderten Informationen vom Marketing-Services-CMS aus der Quelldatenbank täglich importiert. Die vom System automatisiert versendeten E-Mails enthalten jeweils einen kurzen Einführungstext mit dem Link zu der im Intranet erreichbaren Nachricht.

Der Effekt: Die Mitarbeiter werden mit qualitativ hochwertigen Informationen versorgt, auf die einfach und schnell zugegriffen werden kann. Der erhöhte Wissensstand geht mit hoher Zufriedenheit der Benutzer einher. Dieser Service wird von sehr vielen Mitarbeitern genutzt, vor allem von Führungskräften – deren Zeit bekanntlich immer knapp ist.

#### Werkzeug für die tägliche Arbeit

Was ist das Intranet für die Bayer CropScience-Mitarbeiter? Es dient als

- > Telefonbuch,
- > zentrale Anlaufstelle für häufig gestellte Fragen,
- > Quelle, um den richtigen Ansprechpartner für alle Fragen zu finden,
- > Wegweiser durch die Organisation der Firma,
- > Bücherei,
- > Betriebszeitung,
- > Kommunikationsinstrument,
- > Zugang zu allen web- oder datenbankbasierten Angeboten des Unternehmens.

Die Vielfalt der Nutzungsmöglichkeiten basiert auf der Vielfalt der Fähigkeiten des zugrunde liegenden Systems. Mit Timetoweb werden nicht nur Inhalte webfähig gemacht – was die Kernaufgabe eines CMS ist; das System ermöglicht auch die Interaktion der Beteiligten, die Integration verschiedener Anwendungen und die Realisierung spezieller Lösungen. Das Baukasten-

prinzip von Timetoweb ist bestens geeignet für Fremddatenintegration und bietet eine Fülle an Content-Management- und Collaboration-Funktionalitäten, etwa Formulargenerator, Event-Registrierungen, Newsletter, Umfragen, Seiten-Bewertungen usw.

#### Zufriedenheit auf allen Seiten

Timetoweb hat sich als ausgereifte und leistungsfähige Content-Management-Lösung bei Bayer CropScience etabliert. Oliver Kern ist sehr zufrieden mit der Zusammenarbeit: „Für uns ist es wichtig, einen verlässlichen Partner für die Web-Anwendungen zu haben, denn die Projekte, die wir durchführen, sollen unsere Kommunikationsstrategie verwirklichen. Timetoact hat die Fähigkeit bewiesen, effiziente Lösungen zu entwickeln, die genau unseren Zielen entsprechen.“ Timetoweb hat weitere positive Auswirkungen: so senkt die Festlegung auf ein einziges CMS die Kosten, erzeugt Synergien und führt zur besseren Verzahnung mit anderen Anwendungen.

Die Akzeptanz ist sowohl bei den Redakteuren als auch den Endnutzern sehr hoch. Die für die Pflege der Websites zuständigen Mitarbeiter bei Bayer CropScience können in ihrer vertrauten Lotus Notes-Umgebung arbeiten, statt sich in eine neue Anwendung einarbeiten zu müssen. Die zunehmende Intranet-Nutzung und die gewünschte Veränderung der Informationskultur zeigen, dass die Bayer-CropScience-Kommunikationsstrategie richtig ist. Für die Zukunft ist die Ausweitung der bestehenden Anwendungen in weitere Länder nach der „Hub-and-Spokes“-Strategie bereits in Vorbereitung.

INFO <

#### DIE TIMETOACT GMBH,

Köln, ist Spezialist für Content-Management-, E-Business- und E-Commerce-Lösungen auf Basis von Lotus- und WebSphere-Software. Mit 22 Experten entwickelt und realisiert Timetoact sowohl Anwendungen, die Produktstatus haben (Timetoweb und SecureDomino), als auch maßgeschneiderte Lösungen für das Intra-, Extra- und Internet.

Informationen: [www.timetoact.de](http://www.timetoact.de)