

## **Pressemeldung**

---

Frankfurt, 16. April 2009

### **IDC's Enterprise Content Management Conference 2009 in Mainz**

**Im Rahmen der am 14. Mai 2009 stattfindenden IDC Enterprise Content Management Conference in Mainz erhalten IT-Entscheider einen praxisnahen Über- und Ausblick zu den neuen Herausforderungen in den Bereichen Dokumenten-, Informations-, Workflow-, Collaboration- und Content-Management. Analysten und Referenten namhafter Anbieter erläutern, wie durch das Bereitstellen einer gesamtheitlichen Plattform Personen, Prozesse und Content im Dienste des Geschäftserfolges zusammengeführt werden. Und das in jeder Phase des Content-Lebenszyklus.**

Der ECM-Markt befindet sich derzeit stark im Umbruch. Diese Tatsache wird Rüdiger Spies, Independent Vice President bei IDC, in seiner Keynote auf der diesjährigen ECM-Konferenz näher beleuchten. Dabei widmet sich der erfahrene Experte unter anderem folgenden Fragen:

- Welche Trends beeinflussen den ECM-Markt im Moment?
- Wie beeinflusst die derzeitige Finanzsituation den ECM-Markt?
- Was steckt hinter Content Enabled Applications?
- Was hat ECM mit Business Process Management zu tun?
- Welchen Stellenwert hat Information Governance?
- Löst Information Management klassisches ECM ab?

Die klassische Aufteilung in Web Content Management, Record Management und Collaboration Tools funktioniert nicht mehr. Intelligente Lösungen für vollständig integrierte Unternehmensdaten sind daher nicht nur für einen organisatorischen, sondern auch für einen wirtschaftlichen Mehrwert von Nöten.

Andererseits konnten Unternehmen, die frühzeitig unter dem Aspekt von Web Content Management zum Aufbau von Intranets investiert haben, nicht den gewünschten Erfolg verbuchen. „Allerdings liegt dies nicht unbedingt an den eingesetzten Systemen, sondern vielmehr an den geänderten Anforderungen der Anwender“, gibt Rüdiger Spies zu bedenken.

Der Wandel hat auch vor der internen und externen Kommunikation nicht Halt gemacht und ist in jüngster Zeit wesentlich komplexer geworden. „Viele Unternehmen haben zum Zeitpunkt der Einführung von ECM-Systemen nicht alle Aspekte berücksichtigt“, so Rüdiger Spies. Elektronische Kommunikation ist aber immer auch gleichbedeutend mit Inhalten beziehungsweise Content. Deshalb müssen diese Information-Exchange-Aspekte auch berücksichtigt werden, um in der Kommunikation mit den Kunden eine einheitliche Message und einheitliche Inhalte zu kommunizieren. Dabei ist völlig irrelevant, über welchen Kommunikationskanal dies geschieht. Nicht nur zufällig haben Electronic Content Management und Electronic Collaboration Management das gleiche Synonym: ECM.

Bedingt durch die Erweiterung von klassischen transaktionsorientierten Systemen (z. B. ERP, CRM) in Bezug auf Content Enablement ist der Begriff Content Management in Zukunft weiter zu fassen. Inzwischen spricht man eher von *Information*. Dieser neutralere Begriff scheint angemessener zu sein. Darunter versteht man, dass strukturierte und unstrukturierte Daten zusammengefasst werden. Unter diesem Aspekt melden sich auch neue Anbieter zu Wort, die aus anderen Anwendungsgebieten bekannt sind.

Solange die Begriffe BPM (Business Process Management) und Business Intelligence/Analytics von ECM getrennt sind, so lange wird es wohl kein einheitliches Informationsmanagement in den Unternehmen geben. Allerdings werden schon heute BI-Konzepte auf Electronic Content angewendet. Laut Spies spielt zudem Content, der außerhalb der eigentlichen Geschäftsprozesssteuerung liegt – insbesondere bei Ausnahmesituationen – eine ganz entscheidende Rolle. Auch an dieser Stelle werden die Berührungspunkte sichtbar.

Der weltweite ECM-Markt 2008 umfasste ein Gesamtvolumen von 4,1 Mrd. USD. IDC erwartet, dass sich der Markt im Betrachtungszeitraum bis 2013, trotz der weltweiten Rezession, mit einer annualisierten Wachstumsrate von 6,5 Prozent weiterhin positiv entwickeln wird.

Das hat nun auch die Großen der Branche auf den Plan gerufen und ECM erhält damit einen komplett neuen Fokus. Allerdings gibt diese neue Sichtweise auf ECM nicht nur den Großen der Branche Auftrieb, sondern sie sorgt auch dafür, dass neue, bisher unbekannte Player am Markt mitmischen können. Dadurch ergeben sich völlig neue Konstellationen. Auf Grund der Marktdynamik jedoch zeichnen sich keine klaren Gewinner, aber auch keine Verlierer ab.

In jedem Fall benötigen die Anwenderunternehmen einmal mehr die richtige Strategie und die richtige Architektur, um eine eigene Position gegenüber den verlockenden Angeboten der Hersteller zu definieren und ihren eigenen Weg in Bezug auf ECM zu gehen. Denn Inhalte – und nicht Systeme – bestimmen den Erfolg, den Auftritt, die Kommunikation und das Branding von Unternehmen.

IDC's ECM-Konferenz am 14. Mai 2009 in Mainz bietet deshalb allen Entscheidern eine wichtige Plattform zur Lösung ihrer individuellen Situation.

Die Teilnahme für IT- und Prozessentscheider aus Anwenderunternehmen ist kostenfrei. Die Agenda mit Detailinformationen finden Sie unter nachstehendem Link: [http://www.idc.com/germany/events/ecm09\\_agenda.jsp](http://www.idc.com/germany/events/ecm09_agenda.jsp)

Anmeldungen können online erfolgen unter:

[http://www.idc.com/germany/events/ecm09\\_registrierung.jsp](http://www.idc.com/germany/events/ecm09_registrierung.jsp)

***Anmerkung des Veranstalters: Die Vertreter der Presse sind herzlich willkommen, an der Konferenz teilzunehmen. Bitte melden Sie Ihre Teilnahme über die Pressestelle bei Edith M. Horton an.***

**Bildhinweis:**

Die Biografie von Rüdiger Spies finden Sie unter dem nachstehenden Link:

[http://www.idc.com/germany/about/ruediger\\_spies.jsp](http://www.idc.com/germany/about/ruediger_spies.jsp)

**Ihr Pressekontakt:**

**S.M.A.R.T. Consult Ltd. & Co. KG**

Edith M. Horton

Schmiedstraße 4

86825 Bad Wörishofen

Tel. 08247-9924508

Fax: 08247-9924509

Mobil: 0174-344-8163

Email: [edith.horton@smart-consult.com](mailto:edith.horton@smart-consult.com)

**Informationen zu IDC Central Europe**

IDC ist der weltweit führende Anbieter von Marktinformationen, Beratungsdienstleistungen und Veranstaltungen auf dem Gebiet der Informationstechnologie und der Telekommunikation. IDC analysiert und prognostiziert technologische und branchenbezogene Trends und Potenziale und ermöglicht ihren Kunden so eine fundierte Planung ihrer Geschäftsstrategien sowie ihres IT-Einkaufs. Durch das Netzwerk der mehr als 1000 Analysten in über 110 Ländern mit globaler, regionaler und lokaler Expertise kann IDC ihren Kunden umfassenden Research zu den verschiedensten Segmenten des IT-, TK- und Consumer Marktes zur Verfügung stellen. Seit mehr als 44 Jahren vertrauen Business-Verantwortliche und IT-Führungskräfte bei der Entscheidungsfindung auf IDC.

IDC ist ein Geschäftsbereich der IDG, dem weltweit führenden Unternehmen in den Bereichen IT- Publikationen, Research sowie Ausstellungen und Konferenzen. Weitere Informationen sind auf unseren Webseiten unter [www.idc.com](http://www.idc.com) oder [www.idc.de](http://www.idc.de) zu finden.