

DNUG NEWS

Nachrichten für Endanwender, IT-Dienstleister, Hochschulen, Einzelmitglieder und Interessenten

Editorial



Liebe
Leserinnen
und Leser,

diese Ausgabe der DNUG News kommt als EXTRA-BLATT zu Ihnen. Als eine Art Kompass soll es Sie durch das Projekt DNUG 2010 navigieren. Wir stellen Ihnen vor, an welchen Themen wir konkret im Projekt arbeiten, was wir uns vorgenommen haben und wo es schon etwas „zum Anfassen“ gibt.

Die Lab Tour als Auftakt für regelmäßige Reisen zu den Quellen der IBM Messaging und Collaboration Software und unsere zukünftige Online Plattform **EULUC** gehören dazu. Sie erfahren, wie Mitglieder das Projekt bisher erleben und welche Erwartungen damit verbunden sind.

Achten Sie auch während der Konferenztage in Bonn einfach auf das Projektsymbol – als Anlaufpunkt für Gespräche, als Einladung zum Mitmachen, als Möglichkeit, Ihre Meinung und Ideen einzubringen.

Wir freuen uns auf ein Wiedersehen und die gemeinsame Weiterentwicklung unserer User Group.

Gern können Sie newspaper@dnug.de für Ihr Feedback zum Redaktionsteam nutzen.

Dr. Roswitha Boldt
- Geschäftsführerin -

DNUG bietet künftig 365 Tage im Jahr hochwertige Informationen und wichtige Kontakte!

Extrablatt

Projekt
DNUG
2010

Leitziele des Strategieprojektes DNUG 2010

Modernisierung von Portfolio & Positionierung

- Anpassung an Mitgliederbedürfnisse & Marktbedingungen

DNUG als attraktive Kontaktplattform etablieren

- DNUG bietet 365 Tage im Jahr hochwertige Informationen und wichtige Kontakte

Mitgliedergewinnung durch attraktive Angebote

- wertige Informationen mit thematischem Fokus auf „IBM Messaging & Collaboration“ Produkten
- Qualifizierte Kontakte
- Konkrete Business Opportunities
- Sprachrohr und starke Interessenvertretung zu IBM/Lotus

„(R)Evolutionshelfer“ sind willkommen!

Unsere Vision:
DNUG als aktivste und attraktivste IBM User Group in Europa

Projekt DNUG 2010 – hier geht's lang!

Zum aktuellen Stand im Strategieprojekt DNUG 2010 hat das Redaktionsteam der DNUG News erneut den Vorstand befragt.



– DNUG News: Brandaktuelle Frage: Es gibt Veränderungen in der Zusammensetzung des DNUG Vorstands. Was hat es damit auf sich?

– Jürgen Wege:

Ein Mandat als DNUG Vorstand ist eine wichtige Angelegenheit. Dieser Verantwortung sollte sich jeder Vorstand bewusst sein. Und um dieser für die DNUG so wichtigen Funktion gerecht zu werden, bedarf es einiger Rahmenbedingungen – beruflich, wie privat. Bei mir persönlich haben sich im Einen wie im Anderen deutliche Veränderungen ergeben.

Wie manche bereits wissen, bin ich seit geraumer Zeit nicht mehr für die GROUP Technologies AG tätig, und da ich heute mehr Freizeit genießen kann, bin ich viel im Ausland. Das stellt einiges auf den Kopf. Abgesehen davon möchte ich nach insgesamt 9 Jahren DNUG Vorstandsmitgliedschaft mal Platz für „frischen Wind“ machen. Ich persönlich halte das Projekt DNUG 2010 für enorm wichtig und es hat mir großen Spaß gemacht, mitzuwirken.

Aber gerade hier haben wir im Projektverlauf immer wieder festgestellt, dass es richtig ist, Dinge zu überdenken und falls sinnvoll aufzugeben. Warum sollte das nicht für Rollenträger gelten?!

Natürlich bleibe ich der DNUG weiter verbunden, aber es muss und soll eben nicht mehr im Amt eines Vorstands sein.

– DNUG News: Können Sie zum Projekt DNUG 2010 noch ein bisschen mehr sagen?

– Jürgen Wege:

Ich finde es sehr wichtig, manche Dinge neu auszurichten oder besser zu justieren. Es geht nicht darum, dass wir alles verändern. Vieles ist durchaus in guter Ordnung. Es geht vielmehr darum, die DNUG genauer an den Erfordernissen und Wünschen der Mitglieder auszurichten.

Denn wir sind schließlich ein Verein und dem geht es primär um eines: Zufriedene Mitglieder! Mit diesem Fokus haben wir Ende vergangenen Jahres die Mitgliederbefragung

durchgeführt und sind seit geraumer Zeit dabei, die wichtigen Erkenntnisse hieraus zu diskutieren und zur Umsetzung zu bringen.

– DNUG News: Zu welchen bahnbrechenden Erkenntnissen hat denn nun die Mitgliederbefragung geführt?

– Birgit Krüger:

Die Befragung wurde per Mail sowie während der Herbstkonferenz in Kassel und zusätzlich telefonisch durchgeführt. Insgesamt beteiligten sich mehr als 100 Mitglieder daran.

Weiterer Input kam dann teilweise selbst noch im Nachgang schriftlich herein.

Alles in allem lief das Projekt rund 3 Monate. Durch diese repräsentative Beteiligung, für die ich mich an dieser Stelle noch einmal herzlich bedanken möchte, haben wir ein sehr differenziertes Bild der Meinungen unserer Mitglieder erhalten.

Die zentrale Botschaft, die sich durch eine Vielzahl von Äußerungen zieht, ist dabei ganz klar: Alle wünschen sich eine breitere Basis der DNUG mit noch mehr Mitgliedern und eine damit verbundene Intensivierung des Austausches untereinander.

Nur so ist es möglich, dass Anwender, die ähnliche Problemstellungen oder Erfahrungen im Bereich Lotus Messaging & Collaboration haben, gemeinsam profitieren. Diese Wunschvorstellungen bestmöglich zu realisieren ist jedenfalls unser ausgerufenes Ziel.

Erwähnenswert ist noch, dass unsere Businesspartner, die zu recht konkrete Erwartungen

an die DNUG stellen, hierbei ebenfalls gewinnen: Denn mehr Mitglieder und bessere Kontaktmöglichkeiten führen automatisch zu verbesserten Geschäfts-Chancen.

– DNUG News: Das hört sich gut an. Aber wie sieht das dann in der Realität aus?

– Reiner Gratzfeld:

Wir kommen hier Schritt für Schritt gut voran. Die vor mehr als einem Jahr ins Leben gerufene Projektgruppe „DNUG 2010“ beschäftigt sich regelmäßig und intensiv mit der anstehenden Umsetzung konkreter Maßnahmen. Aber es braucht natürlich alles seine Zeit.

Nochmals zur Verdeutlichung: Nach einer eingehenden Situationsanalyse im Dezember letzten Jahres folgten zwei jeweils zweitägige Klausurtagungen. Die Ergebnisse daraus, die Vorschläge der Mitglieder und die Meinungen aus dem erweiterten Vorstand kennen wir nun detailliert.

Der Beirat brachte nochmals wichtige Impulse. Und wir sind nach wie vor im regen Austausch mit Mitgliedern, um deren Vorstellungen und Feedback möglichst gut umzusetzen. Aber klar ist, dass wir nun ebenfalls in der Sicht von Außen attraktiv sein und ein klares Profil abbilden müssen, um zukünftig wieder mehr neue Mitglieder für die DNUG zu gewinnen. Deshalb haben wir zusätzlich externe Berater und Agenturen eingebunden, die schrittweise Umsetzung des Projektes mit Know-how zu begleiten und mit voranzutreiben. Sie sehen, das Projekt hat also viele Seiten, die alleamt zu berücksichtigen sind,

und das ist richtig so. Es geht hier schließlich um unsere gemeinsame Zukunft als starke Vereinigung, die wir weiter ausbauen wollen.

- DNUG News: Wie sieht das Leistungsangebot der DNUG also zukünftig aus?

- Birgit Krüger:

Die Frage ist doch, was bietet die DNUG ihren Mitgliedern bereits und was erwarten diese sonst noch. Das gesamte Portfolio des Vereins muss letztlich „rund“ sein, und deshalb lässt sich diese Frage nicht nur auf die Anzahl der Konferenzen oder andere Einzelfragen reduzieren. Konferenzen stellen lediglich einen Teil des heutigen, und noch mehr des zukünftigen Leistungsspektrums der DNUG dar.

Es wird sicherlich hier Veränderungen geben. Jedoch wollen wir im Rahmen des Projektes DNUG 2010 das Portfolio insgesamt deutlich erweitern.

- DNUG News: Das heißt dann ganz konkret...?

- Reiner Gratzfeld:

Stichwort: Web 2.0, sprich Blogs, Foren und weitere Angebote sind in der Diskussion und teilweise bereits in der letzten Vorbereitungsphase. Wir wollen künftig 365 Tage im Jahr gemeinsame Aktivitäten ermöglichen, und hierfür bietet sich eine neue Plattform auf Basis von Lotus Connections geradezu ideal an. Der zentrale Anspruch der Mitglieder liegt im gemeinsamen Austausch untereinander sowie der gezielten Informations- und Know-how-Beschaffung.

Das wollen wir leisten und zwar Online und Offline! Zu den Zielen gehört gleichfalls, für alle eine größere Transparenz im Angebot der DNUG zu schaffen, so dass sich jeder noch leichter das herauspicken kann, was ihn primär interessiert.

- DNUG News: Braucht die DNUG hierzu die Business Partner überhaupt noch?

- Birgit Krüger:

Aus unserer Sicht sind die Business Partner ebenfalls ein sehr wichtiger Teil des Vereins und des Leistungsangebotes, das die DNUG seinen Mitgliedern bieten kann und damit zweifellos einer der Grundsteine der DNUG.

Denn vor allem Business Partner gestalten die Inhalte der Veranstaltungen aktiv mit. Manche Anwender äußern zwar Kritik am Auftreten einzelner Business Partner. Klar ist aber, dass die „gefühlte“ hohe Präsenz von Business Partnern bei Konferenzen in der Natur der Sache liegt – es ist ihr Geschäft. Uns ist bewusst, dass dies eine ambivalente Situation darstellt. Denn einerseits hätten wir ohne Business Partner deutlich weniger interessante Vorträge, auf der anderen Seite sind werbliche Aussagen den Anwendern zu Recht ein Dorn im Auge.

Hier werden im Zuge von DNUG 2010 die Hebel angesetzt. Wir wollen zu Lösungen kommen, die ein positives Miteinander ermöglichen und für beide Seiten Nutzen und Vorteile bringen.



- Reiner Gratzfeld:

Nichtsdestotrotz würden wir uns wünschen, dass sich noch viel mehr „Nicht-Businesspartner“ aktiver an Vorträgen oder Arbeitskreisen beteiligen.

Wir bieten den Vortragenden organisatorische Unterstützung durch eine Vielzahl von Serviceleistungen und würden uns sehr freuen, wenn mehr Anwender sich auf diesem Gebiet engagieren und aktiv zur Verfügung stehen. Also, bei Interesse bitte einfach beim DNUG Büro melden.

- Jürgen Wege:

Es gibt dazu ganz konkrete Ideen, die im Projektverlauf entstanden sind und die dazu beitragen sollen, dass die Qualität der Inhalte bei Vorträgen künftig noch mehr im Mittelpunkt steht. So werden z. B. Online-Vortragsbewertungen, Ranglisten, etc. künftig für mehr Feedback und Transparenz sorgen können und somit sicherlich zu weiteren qualitativen Verbesserungen verhelfen.

- DNUG News: Und welche Rolle spielt dann IBM in Zukunft, gibt es da Synergien?

- Birgit Krüger:

Die DNUG ist ein unabhängiger Verein mit eigenen Ideen und Zielen. Wir gestalten unsere Aktivitäten primär nach den Wünschen und Bedürfnissen unserer Mitglieder.

Deshalb sind Instrumente wie die durchgeführte Mitgliederbefragung von so großer Bedeutung. Wir sind darüber hinaus für jedes Feedback offen und dankbar. Allerdings muss eine „Konfrontation“ mit dem Hersteller nicht per se sein, nur weil man eine User Group ist.

Besser ist es doch, gut zusammenzuarbeiten und wenn angebracht konstruktive Kritik zu üben, die in unserem Falle dann klar gehört und ernst genommen wird.

Wir planen im Verlauf von DNUG 2010, diese Feedback-Möglichkeiten weiter auszubauen. Es soll sich ein Forum bilden, in dem DNUG Mitglieder Ihre Vorschläge diskutieren und koordiniert an die IBM weitergeben können. Hier versuchen wir durch den inzwischen guten Zugang zum IBM Management, speziell bei Lotus, gezielt Einfluss zu nehmen.

Das ist seitens des Herstellers wertgeschätzt und willkommen – und genau hier liegt der Gewinn für beide Seiten.

Bei der erst kürzlich durchgeführten Lotus LabTour war das deutlich spürbar. Hier konnten DNUG Mitglieder einen exklusiven Blick hinter die Kulissen der IBM in USA werfen. Es wurde aus erster Hand informiert und diskutiert. Eine gute Sache, die in Zukunft fortgeführt werden soll.

- DNUG News: DNUG und CeBIT. Was gibt es hier Neues zu berichten?

- Reiner Gratzfeld:

Wir glauben, dass es sehr im Sinne aller Anwender und damit ein Dienst für die „Community“ ist, wenn wir in exponierter Form die Lotus Produkte bei der CeBIT präsentieren. Aus Mitgliedersicht wird dies jedenfalls im Vergleich zum Angebot von IBM so gewertet und entsprechend geschätzt.

So wollen wir durch das konkrete Präsentieren von Notes, Domino und WebSphere auf Messen mehr Interessenten Zugang zu diesen Technologien verschaffen und möglicherweise sogar Entscheidungen für diese Produkte mit beeinflussen.

Darüber hinaus verbreitern wir die Basis für neue Mitgliedschaften und stärken damit in Folge unseren Verein. Wir arbeiten gerade mit den Business Partnern an einem neuen Standkonzept, das diese Aspekte noch stärker berücksichtigt.

Insgesamt sehen wir aber das Engagement der Business Partner im Rahmen der CeBIT als wichtigen Bestandteil, um die DNUG auf eine möglichst breite Basis zu stellen und attraktiv wahrgenommen zu werden.

- DNUG News: Nochmals auf den Punkt: Wohin muss die Entwicklung im Rahmen des Projekts DNUG 2010 nun gehen?

- Birgit Krüger:

Ich denke, dem Austausch der Mitglieder bei den Konferenzen und durch attraktive Angebote über das ganze Jahr hinweg muss noch mehr Raum geschaffen werden. Nur so ist es möglich themenorientiert Kontakt zwischen den Mitgliedern zu ermöglichen. Mit einer zusätzlichen Web 2.0 Plattform gelingt dies mit Sicherheit einfacher, schneller und besser als bisher.

- Reiner Gratzfeld:

Aus meiner Sicht ist die sinnvolle Einbindung der Business Partner eine ganz wichtige Aufgabe. Denn auf Dauer bleibt die DNUG nur dann attraktiv, wenn interessante Inhalte angeboten werden.

Und dabei spielen die Business Partner eine wichtige Rolle. Deshalb müssen wir den richtigen Rahmen schaffen, damit sich auch in Zukunft für Business Partner ein Engagement bei der DNUG lohnt.

Idealerweise alles auf Basis eines Verhaltenskodex, der hierbei die Rechte und Interessen der Anwender schützt.

- Jürgen Wege:

Für mich erscheint es sehr wichtig, die DNUG für eine breitere Anwenderbasis zu öffnen und eine relevante Zahl neuer Mitglieder zu gewinnen.

Jedes Unternehmen, das Domino, WebSphere und die neuen Lotus Produkte einsetzt, sollte DNUG Mitglied sein.

Denn es gibt gute Gründe, warum sich das lohnt. Also sollten wir verstärkt Anstrengungen unternehmen, die DNUG für Außenstehende besser wahrnehmbar zu machen.

Der Austausch der Mitglieder untereinander ist seit jeher Hauptaufgabe des Vereins, und neue Mitglieder bringen wichtige Impulse für die bisherigen Mitglieder.

Ein wichtiger Schritt in diese Richtung könnte die geplante Web 2.0 Plattform sein.

Ich bin auf das Feedback der Mitglieder wirklich gespannt und werde natürlich weiterhin die Entwicklung der DNUG mit Interesse beobachten.

- DNUG News: Vielen Dank für das informative Gespräch!

Projekt DNUG 2010 aus Mitgliedersicht

„Mein Eindruck vom Projekt DNUG 2010 und meine Wünsche an die zukünftige Arbeit der DNUG“

Dr. Nikolaus Krasser
Pentos AG



Prinzipiell gefällt mir das Projekt DNUG 2010 sehr gut. Denn damit wird sichergestellt, dass IBM Lotus Software und alles rund um „Kollaboration“ der inhaltliche Schwerpunkt bleibt technologisch und konzeptionell die Öffnung zum Thema „Web 2.0“, dem „Mitmach-Web“ und „Social Computing“ voll mitgegangen, wird sich die praktischen Hilfestellungen und Kooperationsmöglichkeiten weiter erhöhen, wir uns mit Partnern und Kunden noch aktiver in die Gestaltung des DNUG Erlebnisses einbringen können.

Ich diskutiere aktuell mit meinem Team die neuen Möglichkeiten und ich kann jetzt schon sagen, dass wir uns noch stärker als bisher engagieren werden.

Generell bin ich sicher, dass die DNUG mit diesem Weg und auch durch die IBM Technologien auf der Eclipse/Expedito Plattform in den nächsten Jahren viele neue Kunden und Partner für sich begeistern wird.

Nicht mehr „nur“ mehr von „alten“ Notes-Bekannten, sondern auch von Unternehmen und Menschen, die von der Java/Eclipse Ecke kommen werden und die Möglichkeiten von Eclipse basierten Notes und Sametime für sich neu entdecken.

Im Bereich Sametime haben wir das ja schon gesehen, aktuell findet das auch im Notes

Bereich statt. Davon verspreche ich mir sehr viel, vor allem völlig neue Möglichkeiten, unseren Kunden Mehrwert durch Innovationen und Prozessverbesserungen anzubieten.

Ich freue mich auf die Umsetzung der DNUG 2010!



„Erst recht in Zeiten des IT-Wandels sind die Beständigkeit der DNUG und ihre neuen Aktivitäten erforderlich.“

Gabor Pribil
ALLSET® EnterpriseSystems

„So, wie sich unser primäres „Erkenntnisobjekt“ Lotus Notes von Version zu Version weiterentwickelt, muss sich auch eine User Group ständig an den sich ändernden Anforderungen des Marktes orientieren und sich daran anpassen. DNUG 2010 ist aus meiner Sicht der konsequente Schritt, die Weichen für eine langfristige Zukunft zu stellen. Fahren Sie mit!“

Dr. Martin Kabath
CONET Solutions GmbH

Mehr Mitbestimmung in der DNUG durch die Neufassung des Paragraphen 9 „Die Mitgliederversammlung“

§ 9:

Einladungsprozess

Bisher mussten Einladungen die Mitglieder per Post oder Fax spätestens 6 Wochen vor der Versammlung erreicht haben, Diese Frist wird generell auf vier Wochen verkürzt, und die Zustellung per E-Mail zugelassen.

Das kommt Wünschen entgegen, die immer wieder an das DNUG Büro herangetragen wurden.

Viele stimmberechtigte Mitglieder sind in Projekten eingesetzt und selten am regulären Arbeitsplatz. Bei Einladungen

per Mail sind sie schneller informiert und können bei Aktion fordernden Tagesordnungspunkten zeitnah reagieren.

Die Tagesordnung muss bis spätestens zwei Wochen vor dem Versammlungstermin übermittelt sein. In absoluten Ausnahmefällen kann der Vorstand im Interesse des Vereins beschließen, die Tagesordnung erst zur Versammlung selbst bekannt zu geben.

Eine Ausnahme bilden Wahlversammlungen. Hier ist die Tagesordnung zumindest partiell in diesem Punkt mit der Nennung aller bis dahin bekannten

Kandidaten zusammen mit der Einladung in der Vier-Wochen-Frist zuzustellen.

Stimmrechtsvertretung

Die Satzung ließ bisher die Übertragung des Stimmrechtes aus einer Mitgliedschaft auf eine andere mit einer Limitierung von 4 Übertragungen pro Vertreter zu.

Die geänderte Fassung von § 9 hebt diese Limitierung auf und erlaubt darüber hinaus, offizielle Stimmrechtsvertreter zu bestimmen und das Votum schriftlich an diese Stimmrechtsvertreter zu übermitteln (Briefwahl).

Die Änderungen im Paragraphen 9 der Vereinssatzung legen den Grundstein für eine Vereinfachung des Einladungsprozesses zur Mitgliederversammlung und erweitern die Möglichkeiten zur Übertragung des Stimmrechtes mit dem Ziel, Abstimmungen zukünftig auf eine breitere Basis zu stellen.



Projekt DNUG 2010 aus externer Sicht – Da rät der Geheimrat

Goethe/Stieler 1828

„Wenn wir bewahren wollen, was wir haben, müssen wir vieles ändern,“ so Johann Wolfgang von Goethe.

Der residierte bekanntlich im klassischen Weimar, nicht weit von Jena, wo sich die DNUG Zentrale befindet.

Offensichtlich hatte der Geheimrat ein ähnliches Problem wie die User Group: In einer sich schnell ändernden Umgebung die Position zu behaupten und für die Zukunft fit zu machen. Seit mehr als einem Jahrzehnt begleite ich die Notes-Gemein-

de publizistisch mit dem „Notes Magazin“, das inzwischen zum „digitalbusiness“ mutiert ist. Keine Frage: Früher, als „Notes“ noch den Mittelpunkt unseres Universums bildete, war die Welt noch überschaubar.

Doch so schön nostalgische Rückblicke auch sein mögen, der Blick sollte nach vorne gerichtet sein. Den Lesern dieser Zeilen sind die gewaltigen technischen Fortschritte und Weiterentwicklungen, die die IT im letzten Jahrzehnt gemacht hat, schließlich nicht unbekannt. Und diese müssen fraglos auch

bei Ausrichtung und Konzeption der User Group Berücksichtigung finden – übrigens genau so, wie sie die Weiterentwicklung unserer Publikation ausgelöst und beeinflusst haben.

Also dann: Nur Mut dazu, vieles zu verändern, wie es der Geheimrat rät. Dafür erhält man die Chance, das zu bewahren, was alle Mitglieder dieser Anwendergemeinde an ihr so sehr schätzen: Nämlich die Möglichkeit, sich auch weiterhin zum gegenseitigen Nutzen kollektional und kollaborativ auszutauschen.

„Ich wünsche der DNUG, dem Vorstand und allen Mitgliedern, dass dies gelingen möge!“

Ihr Peter von Bechen



Peter von Bechen
Chefredakteur digitalbusiness

Projektname „Evangelist Program“

Vorschlag zur Einbindung von Mitgliedern in die Vereinsarbeit

Die Idee zu dieser Konzeption entstand Ende 2006 bei der Umsetzung der CeBIT Standplanung der DNUG. In verschiedenen Gesprächen mit anderen Kollegen aus dem AK Business Partner wurden Möglichkeiten diskutiert, mehr Interessenten auf den DNUG Stand zu locken und gleichzeitig den Mitgliedern einen höheren Anreiz zur Teilnahme an Veranstaltungen und Aktivitäten des Vereins zu verschaffen. Betrachtet man die Entwicklung der DNUG in den letzten Jahren, so ergibt sich die Frage nach der zukünftigen Ausrichtung des Vereins und der Darstellung eines attraktiven Leistungskatalogs für die Mitglieder.

Diese Fragestellungen hatte auch der Vorstand bereits im Rahmen seines Projektes DNUG 2010 aufgegriffen. Zwar wächst die DNUG nach wie vor, allerdings ist der Zuwachs an neuen Mitgliedern gering und auch das Engagement der Mitglieder hat sich verändert. Ein Fazit während des letzten Treffens der Arbeitskreisleiter war beispielsweise, dass sich bei den Mitgliedern (auch durch die gelieferte hohe Qualität der Veranstaltungen) eine „Konsumentenhaltung“ entwickelt hat, in der wenig eigenes Engagement eingebracht wird, aber eine hohe Erwartungshaltung für den Mitgliedsbeitrag an die Organisation der DNUG gestellt wird. Von vielen Konferenzteilnehmern wurde die starke Produktorientierung und Vertriebsorientierung von Vorträgen und Ausstellungsplätzen auf den DNUG Konferenzen als unbefriedigend bewertet. Aussagen wie

„zu viel Marketing“, „zu wenig praxisnah“, „zu viel Produktwerbung“ sind als Feedback aus zahlreichen Konferenzen von verschiedenen Teilnehmern immer wieder genannt worden. Gleichzeitig fehlen vielen Mitgliedern die Ansprechpartner und Kompetenzträger für Basistechnologien im Rahmen des IBM Lotus/WebSphere Produktportfolios, die eine neutrale Beratung sowie eine kompetente Darstellung von Umfang, Einsatzspektrum und Nutzen verschiedener Produkte und Strategien vermitteln können. Auch Marktanalyse und Abgrenzung der IBM-Produkte und Konkurrenzprodukten fehlt den Mitgliedern vielfach.

Was gänzlich fehlte war die Präsentation von Basistechnologien und -strategien (Notes/Domino, Sametime, Portal, usw.) Neben diesen inhaltlichen Herausforderungen ergeben sich jedoch auch strukturelle und strategische Herausforderungen. Die DNUG braucht neue Mitglieder und eine größere und breitere Wahrnehmung und Bedeutung am Markt. Die IBM Partner brauchen eine bessere „Awareness“ und Neukunden, um zu überleben oder zu wachsen. Dies bedeutet eine Konzentration auf zwei generelle, übergeordnete Ziele: „Kompetenzerhöhung“ und „Reichweitenerhöhung“. Was verbirgt sich hinter den Begriffen „Kompetenz“ und „Reichweite“ für die DNUG? Durch die Steigerungen von Kompetenz und Reichweite kann die DNUG ihre internen Ziele verwirklichen und damit eine langfristige Absicherung der Vereinsarbeit garantieren.

Ziel-Ausrichtung	Ziele DNUG (Auszug)
Kompetenz-Erhöhung	<ul style="list-style-type: none"> – Steigerung der Wahrnehmung als Kompetenzgruppe – Schaffung von Wert für Mitglieder – Neue Mitglieder – Präsentation von Kern- und Hype-Technologien
Reichweiten-Erhöhung	<ul style="list-style-type: none"> – Wahrnehmung außerhalb der Mitglieder erhöhen – Wert der DNUG gegenüber IBM erhöhen – Reichweite der DNUG in der Presse erhöhen – Neue Interessengruppen erreichen

Der Lösungsvorschlag

Kompetenzaufbau

Die DNUG muss, um zukünftig erfolgreich zu sein, Kompetenz in Basistechnologien schaffen und aufbauen. Dies muss als Kernkompetenz der DNUG aufgebaut werden, nicht als Kompetenzen einzelner Mitglieder. Ziel ist die Schaffung eines DNUG Brandings, das einen Qualitätsruf bekommt.

Bereichsdefinitionen

Es werden für festzulegende Technologiebereiche „(Allein-)Vertreter“ definiert, die die Kompetenz haben oder aufbauen (bei neuen Themen), um als technologischer Ansprechpartner für alle Kontakte innerhalb und außerhalb der DNUG für das jeweilige Gebiet agieren zu können und das Thema pro aktiv in der DNUG und außerhalb der DNUG voranzutreiben. Die Technologieträger sind IT-Architekten, die ihr jeweiliges Thema konzeptionell und technisch vermitteln können, sowie bei technischen Fragestellungen die richtigen Kontakte herstellen. Im Laufe der Zeit werden Technologiebereiche hinzu kommen und verschwinden.

Auftritt

Das Technologieteam tritt in allererster Linie unter dem DNUG Label auf, erst in zweiter oder dritter Linie kommen die einzelnen Firmennamen und Personen ins Spiel. Ziel ist die Schaffung eines Technologiebrandings innerhalb der DNUG und für die DNUG mit „Qualitäts-Aura“ -> vergleichbar mit „Made in Germany“. Dazu wird die Etablierung eines Brand-Logos (z.B. „DNUG Technology Evangelist“) als Qualitätsmerkmal für die Technologieträger notwendig. Mit diesem Branding können die DNUG und individuelle Technologieträger werben.



Heiko Voigt,
Arbeitskreisleiter Collaboration:
Domino, Portal und Workplace

Der einzelne Technologieträger (Repräsentant einer Firma) tritt ganz gezielt mit seinem Namen und seinem Firmennamen in den Hintergrund und unterstützt das Branding des „DNUG Technology Evangelists“. Durch die Schaffung dieses Qualitätslogos und die „Alleinvertretung“ eines Technologiebereichs innerhalb der DNUG entsteht automatisch kurz- bis mittelfristig für das jeweilige Unternehmen oder für die Einzelperson der Mehrwert für die „Zurückhaltung“. Motto: Wir treten zurück und erreichen dadurch Präsenz!

Aufgaben und Reichweitenerhöhung

Die Aufgabe der Technologieträger ist die konsequente und langfristige Vermarktung von Technologien und Technologie-Hypes in Veranstaltungen und Messen innerhalb und außerhalb der DNUG mit dem Ziel, die DNUG als wichtigen Partner für Hersteller, Presse und Anwender neu zu etablieren. Ebenso schaffen die Technologieträger die Brücke zwischen neuen Technologien und den Mitgliedern – sie vermitteln Nutzen und Einsatzgebiete sowie technische Konzepte. Ebenso haben die Technologieträger das Ziel, den Interessenten- und Mitgliederkreis der DNUG durch die gemeinsamen Aktivitäten des Technologieteams innerhalb und außerhalb der DNUG permanent zu erweitern.

Bindende Absprachen

Der Rahmen dieser gemeinsamen Aktivitäten der DNUG und des jeweiligen Technologieträgers wird durch einen gegenseitigen (Leis-

tungs-)Vertrag zwischen DNUG und Technologieträgern (was ist zu tun, was wird geboten) definiert. Es werden Erfolgskriterien definiert, die bei Nichterreichung Sanktionen nach sich ziehen können (z.B. Beendigung des Vertrages mit dem Technologieträger). Gemeinsame Marketingplanungen zwischen DNUG und den Technologieträgern sichern langfristiges Engagement und Qualität und verhindern Überschneidungen. Es entsteht ein messbares Aktivitätenraster und Marketingpläne, die zur Erfolgskontrolle und Adaption an geänderte Rahmenbedingungen in regelmäßigen Reviews genutzt werden. Um Aufwand und Nutzen zwischen den einzelnen Themenfeldern vergleichbar zu halten, muss es ein Standardportfolio an Leistungen geben, die ein Technologieträger erbringen muss (z.B. Vorträge auf Konferenzen, Themenstände besetzen, führen eines BLOGs, etc.), gleichzeitig muss Raum für die kreative individuelle Entfaltung der Technologieträger bleiben.

Arbeitsteilung

Die DNUG kümmert sich um Organisation von Veranstaltungen. Der Technologieträger investiert in den „Inhalt“, der an Mitglieder, Interessenten und externe Kontakte unter dem DNUG Branding vermittelt wird. Er profitiert dabei von der vergrößerten Reichweite, die ihm die DNUG Plattform bietet.

Engagement und Nachhaltigkeit

Die beiderseitige Investition braucht Konstanz und Langlebigkeit – daher sollten die entsprechenden Vereinbarungen mindestens für 2, besser 3 Jahre ausgelegt sein. Ein solches Marketingprogramm will dauerhaft in die „Köpfe“ von Anwendern, Interessenten, Journalisten und Anbieter-Vertretern hinein. Dies wird nicht durch kurzfristige Aktivitäten erreicht, sondern durch beharrliche, langfristig angelegte, faire und partnerschaftliche Arbeit zwischen der DNUG und den Technologieträgern erreicht.



DNUG Pavillon zur CeBIT 2008: Es geht wieder los!

Die CeBIT sieht sich auch weiterhin als weltweit bedeutendste internationale Business-Plattform zur Darstellung digitaler Lösungen aus der Informations- und Kommunikationstechnik. Die DNUG präsentiert sich 2008 in Halle 2, erneut in direkter Nachbarschaft mit IBM und Enterprise 2.0. Was der Besucher bzw. Partner bisher am DNUG Stand in Halle 1 geschätzt hat, wird er auch hier wieder finden.

- Ausklang der Business Tage für Ihre Kunden mit der Happy Hour
- Lager- und Garderobebereich
- Medienpartnerschaften mit der Fachpresse
- Werbung in der IT Presse
- Bergfest-Party

Für interessierte Unternehmen sind ab sofort Buchungen in zwei Standkategorien möglich; bis zum Jahresende mit gestaffelten Rabatten.

- Gemeinsamer Informationsstand
- Eindeutiges Branding in Bezug zu den vertretenen Themen und IBM Software
- Cafeteria für Gespräche mit Besuchern, Kunden und Partnern in angenehmer Atmosphäre
- Hochwertiges Catering für Standpersonal und Gäste

Die DNUG gestaltet das Projekt bis jetzt gemeinsam mit den Unternehmen: Azlan / BCC Unternehmensberatung GmbH / COC AG / Haus Weilgut GmbH / I-CON GmbH / PAVONE AG / SOFTWERK Innovative Technologien GmbH / TIMETOACT Software & Consulting GmbH

DNUG nutzt Lotus Connections und startet EULUC

Die DNUG bringt unter dem Namen „**EULUC** – meet the experts“ eine neue interaktive Kommunikationsplattform für Endanwender und Business Partner an den Start. **EULUC** steht für European Lotus User Club, was einerseits den internationalen Anspruch akklamiert und andererseits die Lotus Produktpalette als Themenschwerpunkt definiert. Die DNUG hat im Rahmen des internen Projektes DNUG 2010 den Bedarf einer Web 2.0 Plattform identifiziert. Ziel ist es, das Potential, das durch das gemeinsame Know-how der Mitglieder der DNUG gegeben ist, für alle Beteiligten besser zu nutzen. Das Expertenwissen soll künftig auf der gemeinsamen **EULUC**-Plattform dargestellt werden. Es soll sowohl kostenfrei als auch kostenpflichtiger Content geboten und die Kommunikationsintensität unter den DNUG

Mitgliedern erheblich erhöht werden. Sowohl Endanwender als auch Business Partner und im Sinne des Feedbacks auch IBM werden von dieser neuen Plattform profitieren. Die IBM bietet mit dem neuen Produkt Lotus Connections die technische Plattform zur Umsetzung dieser Anforderungen. Angebot und Nachfrage laufen bei der DNUG in idealer Form zusammen.

Die Initiative zu **EULUC** wurde auf der letzten DNUG Conference in Dresden gestartet. Nach der nicht ganz trivialen Klärung lizenzrechtlicher Fragen mit IBM konnte vor einigen Wochen das Aufsetzen der notwendigen Infrastruktur in Angriff genommen werden. Da es sich bei Lotus Connections um ein brandneues Produkt handelt, ist dies auch eine technologische Herausforderung und findet

weit jenseits der bekannten Lotus Notes Pfade statt. Henry Walther, Geschäftsführer der Softwerk GmbH und Mitglied des DNUG Beirats, hat sich hierfür in hohem Maße engagiert. Bis zur Präsentation von **EULUC** auf der DNUG Herbstkonferenz in Bonn wird die Plattform mit Content „angefüttert“. Es sind Profile anzulegen, die Struktur der Blogs zu definieren und die Blogs zu initialisieren. Weitere

Inhaltsbereiche, wie z.B. Foren werden folgen. Der Erfolg von **EULUC** steht und fällt mit der zukünftigen Interaktivität der DNUG Mitglieder. Skill-Profile sollten gepflegt werden, Blogs sind mit Leben zu füllen und es bedarf an Content von allen Teilnehmern. Wenn sich alles erfolgreich entwickelt, wird die **EULUC**-Plattform zur neuen Pulsader der DNUG.

www.euluc.com



DNUG Connections Meeting in Frankfurt

LabTour '07 – Informationen zu Lotus aus erster Hand



Tobias Helling
HITCON AG

„Die Entwicklung von Lotus Domino geht mit der neuen Führungsmannschaft mit großen Schritten und erkennbarer Strategie weiter (insbesondere nach dem Durcheinander der Strategien und Ankündigungen der letzten Jahre).

Ein Fazit über den Besuch in Westford

Der Domino-Server erhält Funktionen aus Workplace und Websphere. Und es werden Lotus Notes bekannte und neue Schwester-Produkte mit der Möglichkeit zur Integration an die Seite gestellt, Communication und Collaboration weiter zu unterstützen.

Das zu sehen bestätigt mir, dass IBM seine Marktführerschaft in diesem Segment ausbauen will und gibt uns als IBM Partner die Sicherheit, mit diesen IBM Produkten auch in den nächsten Jahren am Markt erfolgreich sein zu können. Verabredet wurde,

„Die Teilnahme an der DNUG LabTour mit der Möglichkeit, so hautnah mit den Managern und Architekten der IBM Lotus Produktfamilie in Kontakt zu treten und Informationen aus erster Hand zu erfahren, war ein wirklich sehr exklusives Event. Mich hat die Offenheit der Informationsweitergabe und der tiefe Einblick in die Entwicklungsprozesse von IBM Lotus sehr begeistert und man hat ein deutliches Commitment zur Zukunft von Lotus Notes gespürt.

Auch zeichnet sich hier ein Richtungswechsel ab, dass Business Partner und Kunden in Zukunft zu mehr Gehör kommen sollen. Alles in Allem war es für mich, und ich denke auch für alle anderen Teilnehmer, ein sehr lohnendes und motivierendes Event, das man sicher regelmäßig wiederholen sollte.“

Thomas Höfer
CONET Solutions GmbH



Ein Ende von Lotus Notes ist nicht in Sicht, im Gegenteil. Notes wird mit 8 beginnend immer schicker und mit den Office-Funktionen zum Büro-„Portal“ ausgebaut.

diese LabTour öfter (jährlich?) durchzuführen.

Ich würde das sehr begrüßen und wäre auf jeden Fall wieder dabei.“

„Das Lotus Executive Briefing ist für den Aufbau und die Pflege von Kontakten mit Lotus Managern extrem nützlich.

Die Qualität und der Umfang der Informationen in den zweieinhalb Tagen übertrafen alle Erwartungen.“



Felix Binsack
TIMETOACT Software & Consulting GmbH

Mehr Stimmen zur LabTour auf unserer Website.



www.dnug.de

4.-9. März 2008

CeBIT: DNUG Pavillon
„IBM Lotus Solutions World“

Hannover

4.-6. Juni 2008

DNUG Conferences:
Strategy & Experience on
Lotus Software 2008

MARITIM

Hotel & Congress Centrum

Bremen

Herzlich Willkommen unseren neuen Mitgliedern

(seit der 26. Konferenz)

- Excitor A/S
- fme AG
- Fürstlich Castell'sche Bank, Credit-Casse AG
- Geberit AG
- GMI KG
- KION Information Management Services GmbH
- Symantec (Deutschland) GmbH

und

Arnaud Denagbe
André Kastner
Lars Mueller
Stephen Oerther

Detaillierte Informationen zu allen Veranstaltungen finden Sie auf unserer Website: www.dnug.de

Impressum

Herausgeber: Deutsche Notes User Group e. V., Berggasse 1, 07745 Jena
Redaktion: Dr. Roswitha Boldt, Ulf Eckhaus
Telefon: +49 3641 4569-0
Fax: +49 3641 4569-15
E-Mail: newspaper@dnug.de
Entwurf und Satz: One Advertising AG
Druck: Blue Print AG
Auflage: 3.000

Unser Newspaper dient zur Information und zur Auslage bei Konferenzen, Anwenderkreisen und Hochschultagen. Gern schicken wir Ihnen ein gedrucktes Exemplar zu oder Sie können ihn auch unter www.dnug.de downloaden.