

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Intranets verstehen</b>	1
1.1	Anspruchsvolle Kunden	1
1.2	Was ist das Intranet überhaupt?	2
1.3	Probleme und Potenziale erkennen	3
1.4	Houston, do we have a problem?	4
1.5	Status quo: Drei Monate lang suchen – jedes Jahr	4
1.6	Ist das Intranet die Lösung?	6
1.7	Wissensarbeit als Ziel des Intranets	7
1.8	Ergreifen Sie die Initiative	8
	Literatur	9
<b>2</b>	<b>Geschichte, Status quo und Buzzwords</b>	11
2.1	Rückblick: Geschichte des Intranets	12
2.1.1	Am Anfang war ...	12
2.1.2	Wachsende Anforderungen	12
2.1.3	Erste Formulare	12
2.1.4	Harte Landung nach Internet-Hype	13
2.1.5	Einflüsse des Web 2.0	14
2.1.6	Intranets heute	14
2.2	Intranets in der Schweiz und global	14
2.2.1	Umfrage über Intranet-Nutzung in der Schweiz	14
2.2.2	Schweizer Intranets im internationalen Vergleich	16
2.3	Buzzwords: Begriffe, die man kennen sollte	17
2.4	Reifegrad-Modelle	19
2.5	Jedes Intranet ist so individuell wie das Unternehmen selbst	23
2.6	Der Nutzen von Intranets	27
	Literatur	29

<b>3</b>	<b>Empfehlenswertes Vorgehen im Intranet-Projekt</b> .....	31
3.1	Methode und wichtige Elemente eines Projekts .....	32
3.2	Besonderheiten von Intranet-Projekten .....	32
3.3	Die Kernfrage eines jeden Intranet-Projekts: Warum .....	36
3.4	Kosten und Aufwand .....	36
3.5	Die Phasen eines Intranet-Projekts .....	37
3.6	Ausgewählte Aspekte von übergreifender Bedeutung .....	38
3.6.1	Intranet-Usability .....	38
3.6.2	Barrierefreiheit (Accessibility) .....	41
3.6.3	Globales Dorf oder multikulturelles Chaos? .....	43
	Literatur .....	46
<b>4</b>	<b>Change-Management, Kultur und Akzeptanzförderung</b> .....	47
4.1	Die Kultur muss sich ändern – aber wie? .....	48
4.2	Intranets und Kultur: eine Dreierbeziehung .....	49
4.3	Woher kommt die Veränderungsresistenz? .....	49
4.4	Veränderungsmaßnahmen .....	52
4.5	Intranet als Instrument des Change Managements .....	53
	Literatur .....	54
<b>5</b>	<b>Anwendungsbereiche eines Intranets</b> .....	55
5.1	Infrastruktur-Funktionen .....	57
5.2	Übergreifende Funktionen .....	58
5.2.1	Suche .....	58
5.2.2	Informationsarchitektur (Taxonomie und Metadaten) ....	62
5.2.3	Personalisierung .....	68
5.2.4	Analytics und Reporting (Seitenstatistiken) .....	72
5.3	News und Content .....	73
5.3.1	Qualität und Aktualität von Inhalten .....	73
5.3.2	News .....	75
5.3.3	Multimediale Inhalte .....	77
5.4	Mitarbeiterprofile und Networking .....	84
5.4.1	Darum sind Mitarbeiterprofile und Networking wichtig .....	84
5.4.2	Problemstellungen .....	85
5.4.3	Lösungsansätze .....	86
5.5	Zusammenarbeit und Austausch .....	90
5.5.1	Darum sind Zusammenarbeit und Austausch wichtig ....	90
5.5.2	Problemstellungen .....	90
5.5.3	Lösungsansätze .....	91

5.5.4	Kollaboratives Arbeiten: Gruppen-, Arbeitsräume, Communities . . . . .	91
5.5.5	Blogs, Wikis und Foren . . . . .	93
5.5.6	Sterne, Likes oder Noten – Rating von Inhalten und News . . . . .	99
5.5.7	Kommentare . . . . .	100
5.5.8	Kommunikation in Echtzeit (Chats, Instant Messaging ...) . . . . .	101
5.5.9	Newsfeeds und Activity Streams . . . . .	103
5.5.10	Sonstige Funktionen . . . . .	107
5.6	Prozessunterstützung . . . . .	109
5.6.1	Darum ist Prozessunterstützung wichtig . . . . .	109
5.6.2	Problemstellungen . . . . .	109
5.6.3	Lösungsansätze . . . . .	110
5.7	Intranet-Apps und Anwendungen . . . . .	112
5.7.1	Darum sind Intranet-Apps und Anwendungen wichtig . . . . .	112
5.7.2	Problemstellungen . . . . .	112
5.7.3	Lösungsansätze . . . . .	112
5.8	Dashboard . . . . .	116
5.8.1	Darum ist ein Dashboard wichtig . . . . .	116
5.8.2	Problemstellungen . . . . .	116
5.8.3	Lösungsansätze . . . . .	116
	Literatur . . . . .	117
<b>6</b>	<b>Das Organisationskonzept für ein Intranet . . . . .</b>	<b>119</b>
6.1	Rollenmodell . . . . .	120
6.1.1	Personelle Ressourcen und Verantwortungen . . . . .	123
6.1.2	Zentrale oder dezentrale Betreuung der Inhalte? . . . . .	124
6.1.3	Spezialfall News-Redaktion . . . . .	125
6.2	Governance . . . . .	126
6.3	Leistungsindikatoren . . . . .	130
6.4	Redaktionskonzept . . . . .	132
	Literatur . . . . .	134
<b>7</b>	<b>Ausblick: Die Zukunft des Intranets . . . . .</b>	<b>137</b>
7.1	Semantische Intelligenz . . . . .	138
7.2	Smart Sensors & Devices („Internet der Dinge“) . . . . .	139
7.3	„Mobile first“ . . . . .	139
7.4	Social Analytics . . . . .	140
	Literatur . . . . .	141

---

<b>8 Anhang</b> .....	143
8.1 Die sechs Phasen eines Intranet-Projekts in der Übersicht .....	143
8.1.1 Phase 1: Vorprojekt – Business Case und Strategie .....	143
8.1.2 Phase 2: Projekt-Initialisierung .....	143
8.1.3 Phase 3: Analyse und Evaluierung der Bedürfnisse .....	144
8.1.4 Phase 4: Konzept und Design .....	145
8.1.5 Phase 5: Entwickeln und Implementieren .....	146
8.1.6 Phase 6: „Go Live“ – Nutzen und optimieren .....	146
8.2 Intranet-Umfrage Perikom .....	147



<http://www.springer.com/978-3-658-05439-7>

Herausforderung Intranet

Zwischen Informationsvermittlung, Diskussionskultur  
und Wissensmanagement

Meier, S.; Lütolf, D.; Schillerwein, S.

2015, XII, 151 S. 42 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05439-7