

---

# 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</b>	<b>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

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