

Intranet - vergeudetes Potenzial

phaydon veröffentlicht Empfehlungen zur Optimierung von Intranet-Angeboten

Pressemeldung - Köln, 23. April 2008

Telefonbuch, aktuelle Mitteilungen der Geschäftsleitung und der Speiseplan für die Kantine; das Intranet ist in den meisten Firmen zu einem unverzichtbaren Informationskanal geworden. Wegen schlechter Ausgestaltung und mangelnder Akzeptanz wird jedoch oft nicht das volle Potenzial zur Mitarbeiterbindung und Effizienzsteigerung ausgeschöpft. Das Kölner Forschungs- und Beratungsunternehmen phaydon | research+consulting hat Intranet-Auftritte von Unternehmen analysiert und veröffentlicht nun eine Liste mit Empfehlungen für die Gestaltung und Optimierung.

Der Grund für die eher stiefmütterliche Behandlung der Intranets liegt in deren Historie, denn meist sind es gewachsene, dezentrale und abteilungszentrierte Systeme. Dies birgt die Gefahr, dass es für Nutzer aus anderen Unternehmensbereichen schwer ist, die gesuchten Informationen zu bekommen oder gar zu verstehen. Die im Intranet integrierten Workflows wurden zudem meist ‚am Reißbrett‘ entworfen und folgen nicht den tatsächlichen Prozessen im Unternehmen. Die Folge: Mitarbeiter arbeiten ‚um das Intranet herum‘, weil es ihre Bedürfnisse nicht befriedigt. Hierdurch entstehen höhere Kosten und wichtige Informationen erreichen die Belegschaft nicht. Eine Optimierung der bestehenden Angebote und ggf. ein Ausbau der Funktionen kann jedoch zu einem erheblichen Effizienz- und Akzeptanzgewinn führen.

Web 2.0-Ansätze lohnen auch im Intranet

Über die reine Dokumentenablage hinaus bieten sich heutzutage weitreichende Möglichkeiten, den Nutzen eines Intranets zu potenzieren. Als Arbeits- und Kommunikationsmedium können beispielsweise Datenbanktools die Zusammenarbeit der Mitarbeiter erheblich verbessern. Noch weiter gehen Ansätze, die das Intranet zu einem multimedialen Kommunikations- und Kollaborationstool ausbauen, denn auch im geschlossenen Firmennetz können Web 2.0-Komponenten für optimalen Austausch und vor allem für eine gesteigerte Nutzung sorgen.

Daniel Schmeißer, einer der Geschäftsführer und Gründer von phaydon | research+consulting erläutert: „Die vollen Stärken eines Intranets kommen zum Tragen, wenn die Nutzer selbst möglichst umfassend eingebunden sind. Hier bieten sich Foren, Blogs oder unternehmenseigene Wikis an. Auch multimediale Elemente wie Videos und Podcasts steigern die Nutzung und den Spaßfaktor eines Intranets erheblich. Die Unternehmen sollten das Intranet so attraktiv wie möglich gestalten, denn die notwendigen Investitionen amortisieren sich durch Produktivitätsgewinne und verbesserten Informationsfluss in kürzester Zeit.“

Bei der Weiterentwicklung und Optimierung von Intranet-Auftritten sind die Bedürfnisse der Nutzer und die tatsächlichen Arbeitsabläufe im Unternehmen der zentrale Ansatzpunkt. Stefanie Voss, Head of Web Strategy & Communications Services, trägt bei Bayer CropScience die Verantwortung für ein sehr umfassendes und stark genutztes Intranet-Angebot. Ihre Empfehlung lautet: „Entscheidend ist es, die Informationsarchitektur des Intranets sehr gründlich zu planen. Zusätzlich sollte eine professionelle Beratung durch Usability-Experten wie in unserem Fall durch phaydon erfolgen, um das volle Potenzial auszuschöpfen und das Intranet möglichst intuitiv und nutzerfreundlich zu gestalten.“

Empfehlungsliste zur Intranet-Optimierung von phaydon | research+consulting

Zur Optimierung von Intranets hat das Beratungsunternehmen phaydon eine Liste mit Empfehlungen erarbeitet, die Anregungen zur nutzerzentrierten Gestaltung gibt.

1) Design, Struktur und Funktionalität auf die Nutzer ausrichten und kontinuierlich optimieren

Bei der Entwicklung eines neuen Intranet-Auftritts sollten die Bedürfnisse und Wünsche der Nutzer möglichst früh abgefragt werden. Ideal ist es, mit Prototypen zu arbeiten, die unter Einbeziehung des Feedbacks immer wieder angepasst und erneut getestet werden. Auch bei bestehenden Systemen gilt es, aktiv die Meinungen der Nutzer einzuholen und kontinuierlich das Angebot zu optimieren.

2) Beachtung von Design-Guidelines

Ein zentraler Aspekt für ein gelungenes Intranet ist die Konsistenz des Designs, also beispielsweise ein fester Rahmen auf allen Seiten, der für eine klare und zielführende Navigation und Orientierung sorgt. Ebenso zentral ist eine klare Benennung, z. B. von Produkten oder Anwendungen. Oft werden hier kryptische Abkürzungen benutzt, die nicht von allen Mitarbeitern verstanden werden. Auch der Content sollte so gestaltet sein, dass Inhalte schnell erfasst werden können. Hier helfen schon einfache Mittel wie eine kurze Zusammenfassung am Anfang des Textes, Zwischenüberschriften oder die Hervorhebung der wichtigsten Schlagwörter.

3) Reduktion von Komplexität

Das Intranet sollte regelmäßig auf den Umfang innerhalb der einzelnen Teilbereiche hin überprüft und kritisch hinterfragt werden. Eine Auswertung der Zugriffsstatistiken zeigt oft sehr deutlich, welche Bereiche und Applikationen wirklich benötigt werden und worauf verzichtet werden kann. Die Prioritäten der Nutzer und ihre Informationsbedürfnisse sollten immer im Vordergrund stehen und auch im Intranet gilt die alte Weisheit: „Weniger ist manchmal mehr“.

4) Mehrfachverwendung von Daten

Die volle Stärke eines Intranet entfaltet sich, wenn man die Informationen durch Datenbanken oder Verlinkung an einer zentralen Stelle hält. Dies ermöglicht die einfache Aktualisierung und Konsistenz der Daten und gibt den Nutzern die Sicherheit, stets die aktuellste Version beispielsweise der Preisliste abgerufen zu haben.

5) Einbeziehen der Workflows

Bei der Entwicklung von Intranet-Seiten sollten diese nicht als isoliertes Tool, sondern als Teil von Workflows betrachtet werden und bestehende Angebote sollten entsprechend des Nutzer-Workflows optimiert werden. Ist beispielsweise der Prozess zum Bestellen von Waren und Dienstleistungen im Intranet angesiedelt, sollten dort auch gleich die Details und Konditionen von empfohlenen Lieferanten aufrufbar sein. Auch über die Unternehmensgrenzen hinaus können Workflows mittels eines Extranets verfolgt werden. Beispielsweise kann man Lieferanten oder Kunden, die spezielle Daten benötigten, einen beschränkten Zugriff in Form eines geschützten Extranets ermöglichen und so auf das aufwendige Versenden von Daten-CDs verzichten.

6) Aufbau auf der Gedankenstruktur der Nutzer

Einer der Hauptfehler bei der Gestaltung des Intranets ist ein rein auf organisatorischen Strukturen basierender Aufbau. Die Inhalte werden meist nach Abteilungen oder Geschäftsbereichen aufbereitet und es wird nicht an übergreifende Informationsbedürfnisse gedacht. Liegen beispielsweise die aktuellen Produktinformationen aller Abteilungen an einer zentralen Stelle kann ein Mitarbeiter am Telefon mit einem Kunden schnell auf das gesamte Produktportfolio zugreifen. Hier müssen sich die Intranet-Verantwortlichen genau überlegen, wie die Informationen entsprechend der gedanklichen Struktur der Nutzer und deren Bedürfnisse im Arbeitsablauf themenorientiert strukturiert werden können.

7) Personalisierung und Vernetzung

Zeitgemäße Intranets bieten den Mitarbeitern die Möglichkeit zur Personalisierung und erhöhen so die Relevanz und Nutzung. Ebenfalls sehr hilfreich sind Komponenten, die man aus sozialen Netzen wie Xing oder Facebook kennt: die Mitarbeiter besitzen eigene Profile und können dort berufliche wie private Schwerpunkte und Interessen mittels sog. Tagging hinterlegen. Dies erleichtert das Auffinden relevanter Ansprechpartner und erhöht die soziale Interaktion innerhalb des Unternehmens.

8) Beobachtung aktueller Internet-Trends

Anregungen für neue Features und Möglichkeiten kommen aus der Internet-Welt. Die neuen Technologien sollten aber genau geprüft werden, ob sie auch tatsächlich die Angebote verbessern oder attraktive Komponenten für die Nutzer im Unternehmen darstellen. Je nach Unternehmensgröße und Struktur machen neue Internetrends wie beispielsweise Social Bookmarks und RSS-Feeds mehr oder weniger Sinn.

Die Berücksichtigung dieser Empfehlungen sind ein wichtiger Schritt zu einem themen- und nutzerorientierten Intranet, das Unternehmen erhebliche Produktivitätsgewinne bringen kann. Damit das Intranet zum zentralen Informationstool werden kann, bedarf es allerdings erst einmal der Unterstützung und Akzeptanz durch das Top-Management des jeweiligen Unternehmens. Nur wenn ausreichend Ressourcen bereitgestellt werden, lassen sich die vollen Potenziale eines hochwertigen Intranets entfalten.

Über phaydon | research+consulting

phaydon | research+consulting ist ein Forschungs- und Beratungsunternehmen mit Sitz in Köln. Für unsere Kunden analysieren und optimieren wir Strategien, Produkte, Marketing- und Vertriebsmaßnahmen – national und international. Unser interdisziplinäres Team aus Psychologen, Wirtschafts- und Medienwissenschaftlern verknüpft qualitative, quantitative und apparative Methoden zu maßgeschneiderten Forschungsdesigns und richtungweisenden Lösungen. Wir geben Denkanstöße, zeigen neue Perspektiven auf und bieten unseren Kunden durch analytische Prägnanz, anschauliche Visualisierungen und fundierte Handlungsempfehlungen einen echten Mehrwert.

phaydon | research+consulting GmbH & Co. KG
Im Mediapark 7
50670 Köln

Tel: +49-221-96 43 76–0
Fax: +49-221-96 43 76–10
E-Mail: info@phaydon.de
www.phaydon.de