



**Intranet Efficiency**  
Der Ansatz

**Prof. Dr. Matthias Fank**  
**Mai 2003**

© Institut für e-Management e.V. (IfeM)  
Universitätsstrasse 91  
50931 Köln  
Telefon 0221 – 65071610, Telefax 0221 - 65071613  
[www.ifem.org](http://www.ifem.org), [info@ifem.org](mailto:info@ifem.org)

## Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	3
2	Intranet.....	4
2.1	Über die Entstehung von Intranets.....	4
2.2	Intranetverantwortung .....	4
2.3	Intranetfunktionalitäten.....	5
3	Bewertung und Nutzen .....	6
4	Intranet Efficiency.....	8
4.1	Vernetztes Denken die theoretische Basis .....	8
4.2	Ansatz .....	9
4.3	Messkriterien .....	12
4.3.1	Monetäre Messkriterien.....	13
4.3.2	Quantitative Messkriterien.....	13
4.3.3	Qualitative Messkriterien.....	14
5	Ausblick.....	17

## **1 Einleitung**

Kaum eine betriebswirtschaftliche Entscheidung wird derzeit ohne eine intensive Nutzendiskussion getroffen. Insbesondere IT Entscheidungen sind hiervon betroffen. Viele Softwarefirmen bieten auf ihren Webseiten Beispiele für ROI-Berechnungen an. Andere stellen kleine Kalkulationsprogramme zur Verfügung, die den Nutzen Ihrer Softwarelösung klar herausstellen. Es entsteht der Eindruck, dass keine Investitionen mehr getätigt werden, die nicht bereits im Vorfeld ihren Nutzen klar bewiesen haben und sich spätestens nach einem Jahr amortisiert haben. Inzwischen werden die Stimmen immer lauter die behaupten, dass eine überspitzte Nutzensuche und ein zu kurzfristiges Denken das derzeitige wirtschaftliche Handeln prägt. Nachhaltigkeit, ein Begriff der immer stärker in Diskussion kommt, könnte möglicherweise die Trendwende zu wieder mehr strategischem Denken bedeuten. Der hier im weiteren Verlauf dargestellte Ansatz versucht beides zu verbinden. Einerseits sind Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen unablässig aber sie dürfen nicht nur bei der Entscheidungsfindung eine Rolle spielen. Einmal getätigte Investitionen in IT, benötigen nach der Einführung ein Steuerungsinstrument, das Auskunft darüber gibt, wie wirtschaftlich das System betrieben wird. Im vorliegenden White Paper ist das Bezugsobjekt ein „Intranet“. Hierfür wurde ein Steuerungsansatz entwickelt, das dem Anwender ermöglicht, den laufenden Betrieb zu überwachen, womit auch dem Gedanken der Nachhaltigkeit versucht wird Rechnung zu tragen. Für die Steuerung eines Intranets, wurden inzwischen schon mehr als 100 Messkriterien identifiziert und operationalisiert.

## 2 Intranet

### 2.1 Über die Entstehung von Intranets

Der Begriff Intranet findet seit einigen Jahren immer häufigeren Eingang in unseren täglichen Sprachgebrauch und wird meist mit dem Zusatz „das ist das firmeninterne Internet umschrieben“. Aus physikalischer Sicht besteht ein Intranet aus mehreren Rechnersystemen, die über Kommunikationskanäle miteinander verbunden sind. Ein solches unternehmensweites Computernetzwerk, bestehend aus einem oder mehreren lokalen Netzwerken (LAN Local Area Network), die an verschiedenen Standorten angesiedelt sein können und in ihrer Gesamtheit ein Intranet bilden<sup>1</sup>.

Intranets existieren nach dieser Definition schon seit vielen Jahren in Unternehmen, denn die Verbindung von Rechnersystemen ist nichts neues. Neu bzw. anders sind die Technologien und Standards die beim Verbinden der Rechnersysteme zum Einsatz kommen. Der Begriff Intranet, wie er derzeit Verwendung findet, impliziert, dass ein Intranet die Technologien des Internets nutzt. Einige Unternehmen verknüpfen aber bereits auch das Internet direkt mit dem eigenen Intranet.

Der allseits bekannte „Browser“ dient dabei als Softwaretool zur Visualisierung von Inhalten aus dem Intranet. Intranets werden mit dem Ziel realisiert, arbeitsrelevante Wissen und Dienste zur Verfügung zu stellen. Dabei legt der Begriff Intranet nicht fest, welche Informationen bzw. Anwendungen dabei zum Einsatz kommen. Die Ausgestaltung eines Intranets kann daher von Unternehmen zu Unternehmen stark variieren.

### 2.2 Intranetverantwortung

Wenn ein Intranet eine Art Hülle darstellt, das erst durch die angebotenen Informationen und Dienste zum Leben erweckt wird, stellt sich die Frage nach den Verantwortlichen die festlegen welche Informationen und Dienste im Intranet angeboten werden. Ist dies ein Prozeß der Top Down oder Bottom Up verläuft? D.h., entwickeln sich Intranets aus den Bedürfnissen der einzelnen Fachabteilungen/ Niederlassungen oder erfolgt eine zentrale Planung und Vorgabe durch die Unternehmensleitung? Theoretische Ausführungen zur organisatorisch sinnvollen Verankerung und Verantwortungsübertragung fehlen hierzu gänzlich. Zahlreiche Praxiserfahrungen lassen die Vermutung aufkommen, dass an dieser Stelle immer stärkerer Handlungsbedarf entsteht. Viele Unternehmen sind in der Situation, das ihre Intranetangebote ein kaum noch zu

---

<sup>1</sup> Eine Beschreibung dessen, was zumindest aus technologischer Sicht ein Intranet ausmacht, wird in einem Artikel der CEFE Arbeitsgruppe 19: Software Engineering beschrieben, und eignet sich auch für Nicht-Techniker. Wenngleich der Artikel bereits 1998 verfasst wurde, leistet er gute Dienste zum Einstieg, auch wenn er nicht den aktuellen Stand der Entwicklung zum Thema Intranet widerspiegelt.

überschauendes Volumen entwickelt haben. Große Konzerne kommen leicht auf Größenordnungen von mehreren Millionen Webseiten im Intranet, und müssen sich immer mehr mit der Frage nach Bereinigbarkeit beschäftigen. Andere Unternehmen kämpfen damit die bereits vorhandenen Intranets der einzelnen Fachabteilungen transparent zu machen, um nicht zuletzt Redundanzen und mangelnde Aktualität aufzudecken. Schlechte Organisationskonzepte und fehlende Controllinginstrumente scheinen verantwortlich zu sein für mittlerweile z.T. desolaten Zustände, die zudem in vielen Unternehmen durchaus beachtliche Ressourcen beanspruchen.

### **2.3 Intranetfunktionalitäten**

Es ist beeindruckend, mit welcher Geschwindigkeit die Zahl und Qualität von Web-Applikationen steigt. Viele betriebswirtschaftliche Anwendungen werden mit einer Web-Anbindung ausgestattet bzw. sind bereits webfähig. Publikationen zum Thema Intranet geben hingegen meist wenig Auskunft darüber, welche Funktionalitäten und Anwendungen zu einem Intranet zählen, bzw. was als Kernfunktionalität angesehen wird. Meist werden die von Softwareanbietern unterstützten Funktionalitäten als Intranetanwendung angesehen. In der Literatur, wie auch in Produktbeschreibungen, werden zahlreiche Funktionalitäten genannt, die im folgenden in die drei Kategorien Informationsbereitstellung, Kommunikation und Applikation untergliedert werden:

#### Informationsmedium

- Fachinformationen
- Produktinformationen
- Konkurrenzinformationen
- Telefonverzeichnis (White Pages)
- Yellow Pages (Expertenverzeichnis)
- News
- Veranstaltungshinweise
- Essensplan

#### Kommunikation

- Foren
- Chats
- Ideenbörse
- Marktplatz

#### Applikationen

- Suchmaschine
- Veranstaltungskalender
- Raumplanung
- Zeiterfassung
- eLearning
- Projektmanagement
- Beschaffung
- ERP-Anwendungen

Die aufgeführten Funktionalitäten hegen nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Vielmehr soll die Aufzählung nur einen Eindruck davon vermitteln wie breit das Spektrum der unterstützten Funktionalitäten im Intranet und das ein Steuerungsinstrument der Diversität Rechnung tragen sollte.

Bei dieser Fülle von Funktionalitäten stellt sich schnell die Frage, ob es bestimmte Funktionalitäten gibt, mit denen beim Aufbau eines Intranets begonnen werden sollte. Die add all AG, ein Dienstleister im Intranetumfeld, hat hierzu folgende Stufung vorgeschlagen<sup>2</sup>.

- Informationsstufe
- Interaktionsstufe
- Prozessstufe
- Individualstufe

### **3 Bewertung und Nutzen**

Nahezu alle Technologieanbieter und Beratungsunternehmen die sich im Marktumfeld von Intranets tummeln, warten immer wieder mit unglaublichen ROI (Return on Investment) Berechnungen auf. Woher resultieren eigentlich diese unglaublich hohen ROI Werte?

Schwichtenberger<sup>3</sup> hat tabellarisch die relevanten Nutzenaspekte aufgezeigt: Die durchschlagenden Größen, die den hohen ROI bei der Einführung von Intranets ausmachen, resultieren aus der Einsparung von Druck- und Portokosten. Diese Einsparungspotenziale können<sup>4</sup> sicherlich ausschlaggebend für die Einführung eines Intranets sein. Sie geben allerdings keine Auskunft darüber, inwieweit das Intranet effizient betrieben wird<sup>5</sup>, ob eine Verbesserung der Geschäftsprozesse erreicht wird und ob letztendlich wirklich ein Beitrag zum effizienten Wissensmanagement innerhalb eines Unternehmens mit einem Intranet geleistet wird. Eigene Projekterfahrungen haben gezeigt, dass der Nachweis einer signifikanten Geschäftsprozessverbesserung noch in den Kinderschuhen steckt. Nach unserer Einschätzung erfolgt derzeit, wenn überhaupt, nur eine rein quantitative Auswertung, wie z.B. die Erfassung des übertragenen Datenvolumens oder die Zahl der aufgerufenen Seiten. Häufig wird hierfür auch der Begriff Web-Mining verwendet.

---

<sup>2</sup> O.V. White Paper der Firma add-all AG ohne Datumsangabe.

<sup>3</sup> Schwichtenberger, H. (1997) erstellte bereits 1997 eine Tabelle mit Vorteilen und Nutzenaspekten für Intranets, die er aus Zeitschriftenartikeln und aus der Werbung von Intranet-Service-Providern erstellt hat. Die Tabelle wurde unter folgender Adresse abgerufen [www.it-visions.de](http://www.it-visions.de)

<sup>4</sup> Heinrich, T. & Mayr, Ph. (2003) Sie berichten in einem White Paper über Kostenfallen im Intranet

<sup>5</sup> Köhler, S. & Krieger, M. (o.D.) haben in einem White Paper mögliche Kennzahlen zur Bewertung der Effizienz von Informationssystemen für das Wissensmanagement vorgestellt.

<b>Allgemeine Thesen zum Nutzen von Intranets</b>			
Informationsversorgung	Kostenreduktion	Bedienung	IT
Informationsversorgung verbessern	Papier/ Ausdrücke	Einheitliches Interface (Browser)	Flexibilität erhöhen
Vorgangsketten verkürzen	Porto	Einheitliche Navigation	Skalierbarkeit
Kombination pull und push Informationen	Telefon	Schneller effizienter Client	Portierbarkeit von Anwendungen
Informationen just in Time	Reisekosten	Intuitive Bedienung	Offene Standards gegeben
Training Just in Time	Softwareentwicklung	Einfacher Einstieg	Zuverlässigkeit erhöhen
Bessere Entscheidungsgrundlagen	Telefon-Support	Vereinfachung für Kunden und Partner	Clientverwaltung einfach
Informationen stehen im Kontext zur Verfügung	Auftragsannahme	Weniger Schulung notwendig	Einsatz von LAN in WAN
Einfacher Kontakt mit Experten	Administration	Verringerter Zeitaufwand für Informationssuche	Schnelle Entwicklung von Web-Applikationen
Informationsüberflutung verhindern	Lizenzgebühren für Standardsoftware	Multimedialität	Größere Sicherheit aufgrund zentraler Datenhaltung
Verfügbare Informationen sind sichtbar	Installation	Anwendungsintegration	Vereinheitlichung
Informationsflüsse werden steuerbarer	Unterhaltung		Leichtere Anwendungspflege
Kein Medienbruch bei Informationsflüssen aus dem Internet	Schulung		Schnellere Verfügbarkeit von neuen Anwendungen
Leistungsfähigkeit erhöhen	Einarbeitung		Erprobte Technologie
Mehr Kundenservice	Distribution von Videos (Training, Präsentation)		
Wettbewerbsvorteile	Ersparnis von Hardware		
Höhere Attraktivität	Redundante Arbeiten werden reduziert		
Bessere Erreichbarkeit	Internet als kostengünstiges WAN nutzbar		
Information aus den Köpfen der Mitarbeiter sichtbar machen			
Ortsunabhängiger Informationszugriff			

Abb. 1: Allgemeine Thesen zum Nutzen von Intranet (in Anlehnung H. Schwichtenberger, 1997)

Erste Erfahrungen rein quantitativer Auswertungen zeigen, dass diese Messgrößen allein nicht aussagekräftig genug sind. Eine Anreicherung um qualitative Meßgrößen bleibt unerlässlich, was u.a. bereits dazu geführt hat, das immer mehr Unternehmen ihre Kunden im Internet bitten, eine Webseitenbewertung vorzunehmen.

## 4 Intranet Efficiency

### 4.1 Vernetztes Denken die theoretische Basis

Wer sich mit der Einführung und dem Betrieb von Intranets und deren Anwendungen beschäftigt, wird sicherlich von der ein oder anderen im folgenden aufgeführten Fragestellung geplagt:

- Wie kann das Intranet unsere Geschäftsprozesse unterstützen?
- Welchen MEHRWERT generiert ein Intranet?
- Was ist ein gutes Intranet?
- Unter welchen Bedingungen und Voraussetzungen wird das Intranet von Mitarbeitern angenommen?
- Was kostet ein Intranet?

Fragen dieser Art werden für gewöhnlich isoliert angegangen. D.h. man greift einzelne Beziehungen heraus, indem man einfache Wenn-Dann-Beziehungen aufbaut, für die man eine Erklärung bzw. Lösung sucht. Ein derart reduziertes Weltbild legt Annahmen zugrunde, die in der Realität häufig bei Erklärungsversuchen warum bestimmte Dinge nicht eingetreten sind, mit dem Wörtchen „WENN“ umschrieben werden. Mittlerweile weiß man, dass gerade in den zugrundegelegten Annahmen und Prämissen die größten Probleme stecken<sup>6</sup>.

Die Einführung und der Betrieb der meisten Informations- und Kommunikationssysteme beinhaltet Problemstellungen hoch komplexer Natur, deren bislang zu wenig Rechnung getragen wurde. Komplexität in dem Sinne, dass eine Vielzahl von Variablen miteinander in einem sich „leider“ laufend verändernden Verbindungsgeflecht stehen. Erschwerend kommt hinzu, dass die Beziehungen zwischen den Variablen meistens nicht als mathematische Funktion darstellbar sind.

Die sich in der Managementlehre wandelnden Themen, weisen alle eine ähnliche Entwicklung auf. Gestartet wird die Euphorie eines Managementansatzes indem bestimmte Ressourcen wie Wissen oder Strukturen z.B. durch den Lean-Managementansatz in den Mittelpunkt der Betrachtung gestellt werden, die bei einer konsequenten Ausrichtung Wettbewerbsvorteile erbringen sollen. Kurze Zeit darauf folgt die Einschränkung dass der Ansatz nur dann erfolgreich sein kann, wenn er ganzheitlich, umfassend und/oder integriert betrachtet wird. Mit diesen Begriffen wird zum Ausdruck gebracht, dass man z.B. beim Wissensmanagement davon überzeugt ist, dass das Management von Wissen zunehmend wichtiger wird, man aber weit davon entfernt ist Aussagen darüber treffen zu können, wie viel Prozent des Unternehmenserfolges auf gutes Wissensmanagement zurückzuführen sind. Bislang existiert nur ein Modell, deren Überprüfung in der Realität noch ansteht. Eine möglichst hohe Übereinstimmung zwischen Modell und Realität wird nur dann gelingen, wenn erreicht werden kann, dass immer mehr bzw. bessere Variablen und deren Beziehungen untereinander in das

---

<sup>6</sup> Vester, F. (2002)

Modell einfließen. Dieser theoretische Ansatz des vernetzten Denkens wurde auf Intranets angewendet.

## 4.2 Ansatz

Das Intranets in den letzten Jahren zunehmend an Verbreitung gefunden haben und sich auch der Mittelstand inzwischen mit dem Thema beschäftigt, wurde bereits erörtert. Bei der Frage was ein wirtschaftliches Intranet kennzeichnet bzw. wie ein Intranet wirtschaftlich betrieben wird, haben unsere ersten empirischen Untersuchungen erkennen lassen, dass Wirtschaft und Wissenschaft nur eine sehr vage Vorstellung davon haben, wie sich ein Unternehmen durch die Einführung eines Intranets verändert und an welchen Kriterien ein wirtschaftliches Betreiben festgemacht werden kann.<sup>7</sup>

Dies führte dazu, dass in einer ersten Analysephase die hierzu vorhandene Literatur gesichtet und im Hinblick auf die Fragestellung Intranet Efficiency ausgewertet wurde. Parallel hierzu wurden Experteninterviews durchgeführt, um Variablen für eine Intranetmessung zu identifizieren. Die Analyse von Werbebroschüren einschlägiger Softwareanbieter sollte ebenfalls dazu beitragen mögliche Variablen zu identifizieren, die Effizienz von Intranets bestimmen.

Die identifizierten Variablen wurden in drei Gruppen eingeteilt:

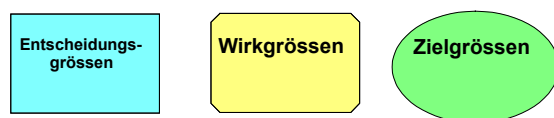


Abb. 1: Charakterisierung der Intranet-Variablen

Zielgrößen sind im Rahmen der Analyse identifizierte Variablen, die mit der Einführung eines Intranets in Verbindung gebracht werden. Entscheidungsgrößen bezeichnen Variablen, die von einem Unternehmen bzw. Intranetverantwortlichen beeinflusst werden können. Die dritte Gruppe wurde als Wirkgrößen bezeichnet und bringt zum Ausdruck, dass es sich hierbei um nicht direkt beeinflussbare Größen handelt, die aber auf die Zielgrößen einen Einfluss haben. Eine Auflistung der wichtigsten Zielgrößen kann der folgenden Abbildung entnommen werden.

<sup>7</sup> Die Grundlegenden Researcharbeiten wurden in einem Praxisprojekt an der Fachhochschule Köln unter der Leitung von Fank, M. & Linde, F. durchgeführt.

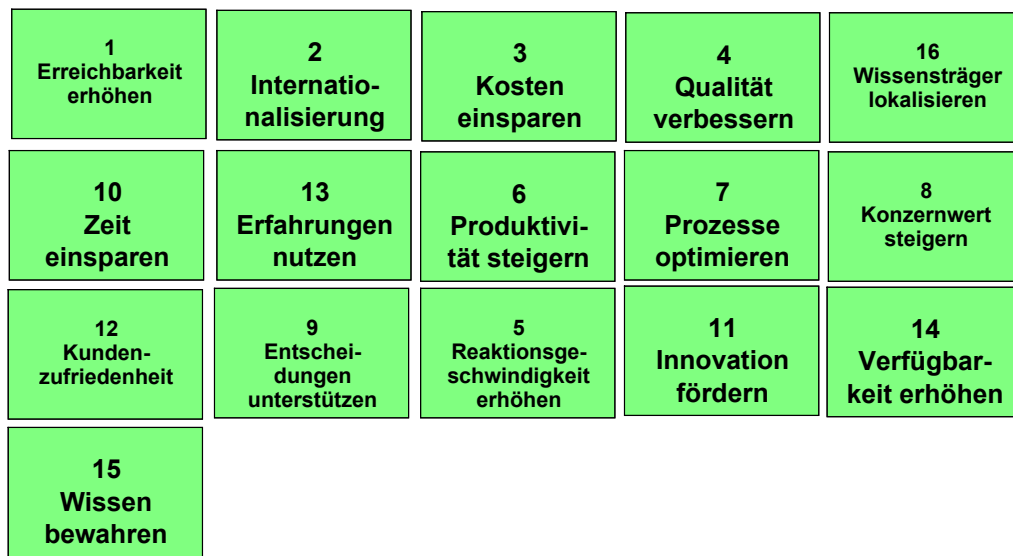


Abb. 2: Intranet Zielgrößen

Die zentralen Entscheidungsbereiche, sind in der folgenden Grafik ersichtlich:

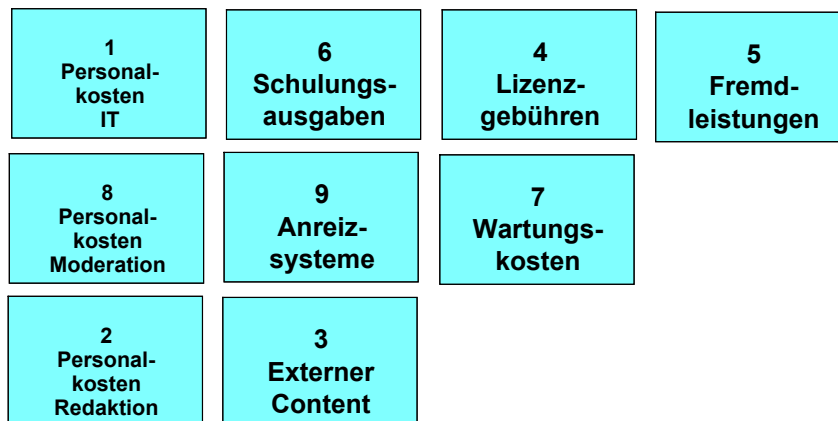


Abb. 3: Intranet-Entscheidungsgrößen

Zu den Wirkgrößen zählen beispielhaft die folgenden Variablen:

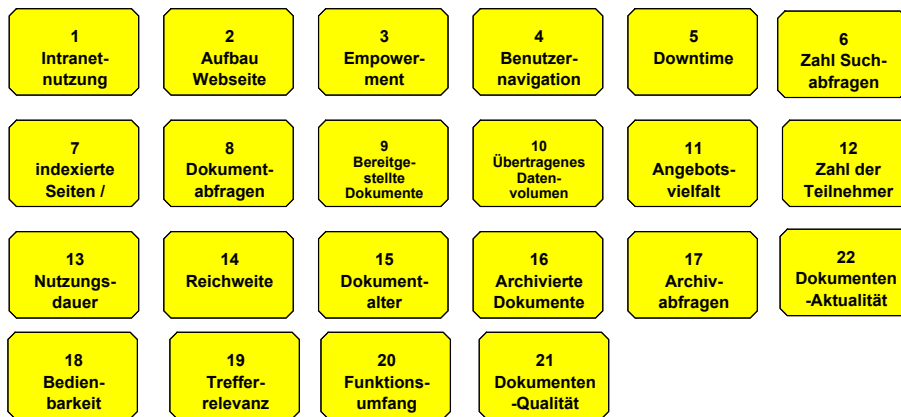


Abb. 4: Intranet-Wirkgrößen

Aus den gewonnen Variablen wurden in einem nächsten Schritt Beziehungen festgelegt. Die folgende Abbildung soll das Grundprinzip verdeutlichen, wie aus den Beziehungen ein Intranet-Netz erzeugt wird.

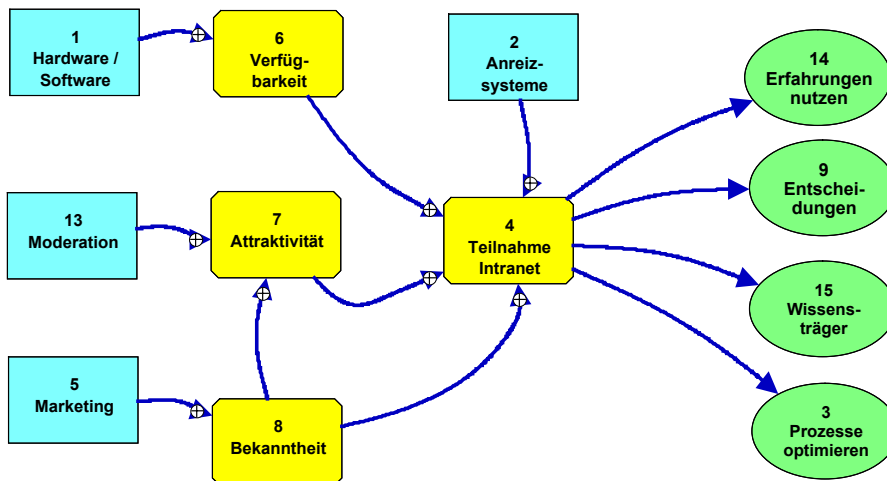


Abb. 5: Beispiel eines vereinfachten Intranet-Netztes

Wie aus der Abbildung leicht zu erkennen ist, steht im Zentrum die Teilnahme am bzw. die Nutzung des Intranet. Ohne die Nutzung durch die

Mitarbeiter können die mit dem Intranet verbundenen Ziele nicht erreicht werden. Eine aktive Nutzung des Intranets kann durch das Unternehmen direkt nicht entschieden werden. Entscheidungsbereiche des Unternehmens sind z.B. Ausgaben für entsprechende Hard- und Software, die zur Verfügbarkeit des Systems beitragen. Die Verfügbarkeit hat ihrerseits Einfluss auf die Intranet-Teilnahme.

Die Erstellung und Überarbeitung dieser Netze und die Diskussion mit Experten verfeinerte das Bild davon wie ein Modell eines Intranets aussehen kann und welche Verbindungen zwischen den Elementen bestehen. Eine Linearität zwischen den Variablen konnte allerdings nicht ermittelt werden. So kann festgestellt werden, dass die Marketingausgaben für ein Intranet in Beziehung zu einer höheren Bekanntheit und diese zu einer höheren Teilnahme führen. Hingegen lassen sich diese Beziehungen zumindest derzeit nicht in Geldeinheiten ausdrücken. Aus dieser Erkenntnis wurde die Konsequenz gezogen, dass bevor diese Beziehungen quantifiziert werden, vorab die Variablen und ihre Beziehungen in der Realität erfasst werden müssen, um daraus in einem zweiten Schritt Soll-Ist-Vergleiche zu erstellen, die schließlich in einem dritten Schritt eine monetäre Bewertung zulassen.

Bei den Entscheidungsgrößen zeigt sich, dass die Erfassung relativ einfach ist, da sich nahezu alle Entscheidungsvariablen in Geldeinheiten erfassen lassen. Deutlich schwieriger gestaltet es sich mit den Wirkgrößen und den Zielgrößen, die sich weitgehend einer direkten monetären Bewertung entziehen. Neben der Gruppe der monetären Größen bildeten wir eine zweite Gruppe der quantitativen Größen. Verschiedene Größen lassen sich zumindest quantitativ im Sinne von zählen erfassen, wie z.B. die Zahl der Teilnehmer eine Community, die Zahl der aufgerufenen Webseiten und die Verfügbarkeit des Intranet in Stunden. Die letzte und dritte Gruppe wurde als qualitative Größe bezeichnet. Alle erstellten Netze haben gezeigt, dass der Erfolg eines Intranets nur durch eine entsprechende Beteiligung der Nutzer erreicht wird. Informationen über die Bedeutung des Angebots für die Arbeit können nur über eine Befragung der Teilnehmer selbst ermittelt werden. In ihr finden sich Messgrößen, die durch die Befragung von Teilnehmern und Intranetverantwortlichen bzw. –mitarbeitern erfasst werden. Die Relevanz eines Dokuments aus dem Intranet für die persönliche Arbeit kann nur ein Nutzer selbst beurteilen. Da eine Beurteilung aller aufgerufenen Seiten, Dokumente etc. die Teilnehmer eher daran hindern wird das Intranet zu nutzen, muss insbesondere bei den qualitativen Größen ein für beide Seiten (Nutzer und Betreiber) akzeptables Intervall festgelegt werden. Bei allen Größen wurde darauf geachtet, dass sie direkt online erfasst, standardisiert ausgewertet und zu einem Cockpit verdichtet werden können.

### **4.3 Messkriterien**

Ausgangspunkt der Intranetmesskriterien bilden die drei aus den Netzdiagrammen abgeleiteten Dimensionen:



Management Systeme statistische Auswertungsmöglichkeiten, die eine gesonderte Erfassung der Messkriterien nicht erfordern. Diese zu der Rubrik quantitative Größen zählenden Kriterien, werden all zu oft in ROI Betrachtungen durch Annahmen in monetäre Größen gewandelt. Dies wird in diesem Ansatz bewusst vermieden. Vielmehr geht es darum, die monetären und quantitativen Größen einer Beurteilung durch die Nutzer und Betreiber zu unterziehen.

### **4.3.3 Qualitative Messkriterien**

Die qualitativen Kriterien stellen ein wichtiges Korrektiv für die monetären und quantitativen Größen dar. Bei den quantitativen Größen wird häufig davon ausgegangen, dass größere Zahlen einen höheren Nutzen signalisieren. Hierzu ein Beispiel für die Beurteilung der Suchmaschine. Eine Suchmaschine, wäre demzufolge eine gute Suchmaschine, wenn sie häufig genutzt wird. Aufgrund der Annahme, dass durch die Verwendung einer Suchmaschine Zeit gegenüber der klassischen Suche eingespart wird, lässt sich sehr einfach der ROI berechnen. Was aber, wenn sich hinter der häufig genutzten Suchmaschine der Umstand verbirgt, dass aufgrund der schlechten Suchergebnisse diese mehrfach benutzt wird um zu verwertbaren Ergebnissen zu kommen und die hohe Frequenz durch nicht bedarfs- bzw. rollengerechte Strukturen des Intranets begründet ist. Um zumindest nicht in diese Falle zu tappen, wurden die qualitativen Messkriterien zur Intranet Efficiency hinzugenommen. Da die qualitativen Messkriterien mehr eine Art Korrektiv darstellen, kann und muss darauf verzichtet werden eine ständige subjektive Beurteilung von den Betroffenen zu verlangen. Viel sinnvoller ist es dies in bestimmten Zyklen eventuell auch nur Stichprobenartig abzufragen. Was technologisch durch die Einblendung von Popups sehr einfach realisiert werden kann zeigt der folgende Screenshot beispielhaft in seiner Umsetzung.

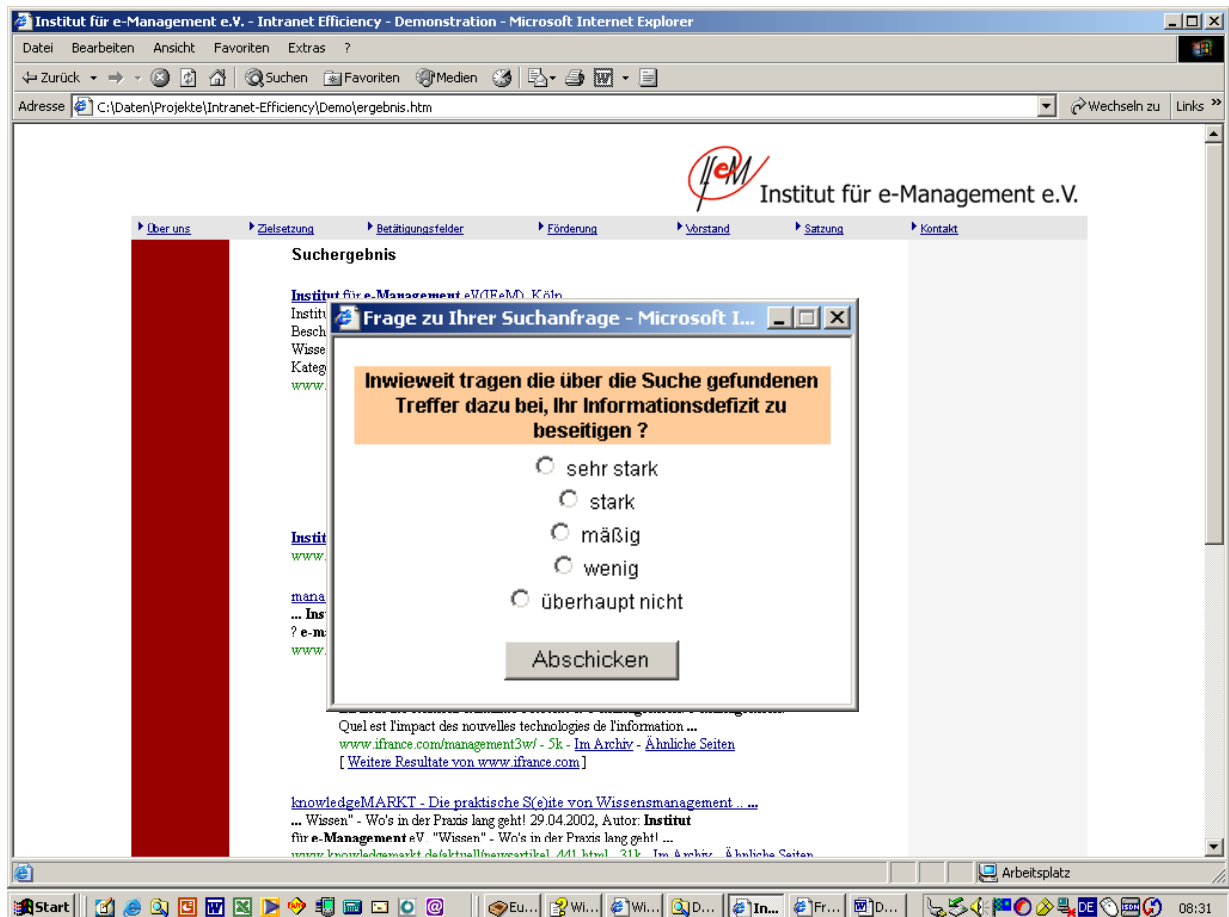


Abb. 7: Qualitative Bewertung am Beispiel einer Suchabfrage

Die Bewertung von Webseiten, wie sie bereits bei einigen Unternehmen in ihren Internetauftritten zum Einsatz kommen, kann auch bei Intranets angewendet werden.

Neben der Einteilung der Messkriterien in die drei oben beschriebenen Dimensionen erfolgt, aufgrund der Diversität der sich im Einsatz befindenden Funktionalitäten, wie sie unter Punkt 2.3 beschrieben sind eine Unterteilung. Hauptgliederungspunkte bilden:

- Informationsangebot (in Form von Web-Seiten)
- Kommunikation und Interaktion
- Dokumentenarchiv
- Informationssuche
- Personalisierung

Der Pool an möglichen Messkriterien, beläuft sich inzwischen auf mehr als 100, die über Kennzahlen und Indizes zu einem Kern verdichtet werden und durch ein Cockpit gesteuert werden können.

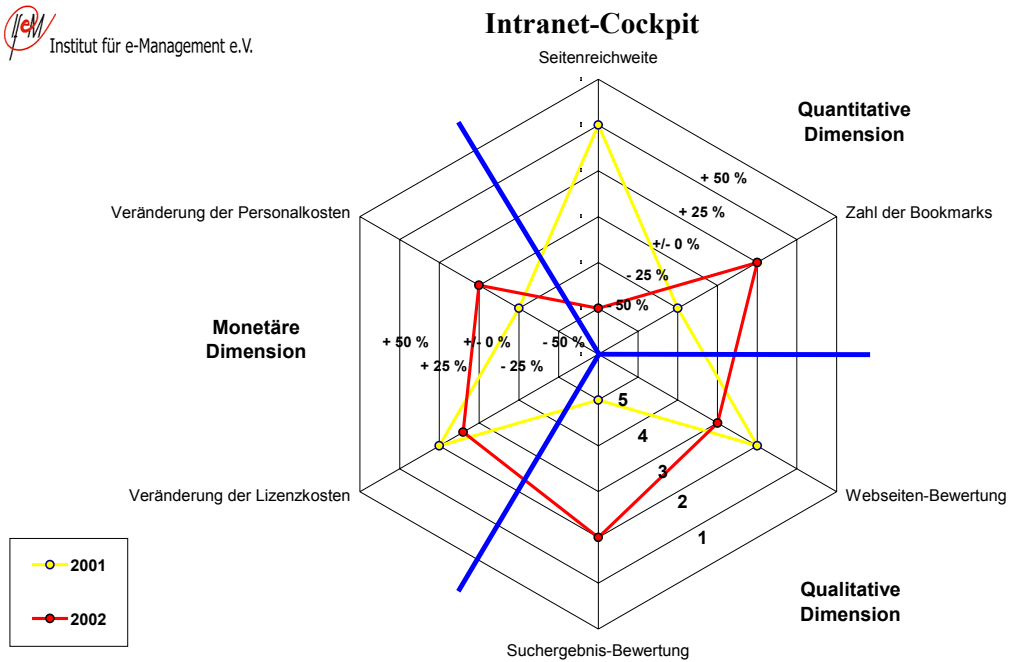
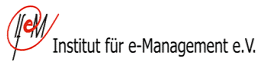


Abb. 8: Vereinfachtes Beispiel für ein Cockpit

Alle Messkriterien sind so angelegt, das sie entweder automatisch oder zumindest digital erfasst und dann über einen automatisierten Prozeß einer Auswertung zugeführt werden. Weiterhin wurde bei allen Messkriterien darauf geachtet, das Sie dem Datenschutz Rechnung tragen und grundsätzlich vom Betriebsrat zustimmungsfähig sind.

Für viele Messkriterien fehlen Vergleichswerte, die eindeutig belegen, wie effizient ein Intranet bzw. die darin enthaltenen Funktionalitäten betrieben werden. Eine konsequente Dokumentation der Istwerte über Monate hinweg, führt recht schnell dazu, dass ein Gefühl dafür entwickelt wird, wie sich die Effizienz gestaltet. Benchmarks über Unternehmen hinweg würden diesen Prozess natürlich deutlich beschleunigen. Den Kern der Analyse bildet die Soll-Ist-Analyse.

Die Auswahl und der Einsatz der einzelnen Messkriterien wird neben der inhaltlichen Interpretation für das jeweilige Unternehmen, auch durch die sich im Einsatz befindende Software bestimmt. Nicht alle Softwaresysteme unterstützen mit gleicher Leichtigkeit die Gewinnung der relevanten Informationen. Manchmal ist der Aufwand zur Gewinnung der Information gegenüber dem Ertrag nicht gerechtfertigt. Letztendlich geht es nicht darum möglichst alle Messkriterien zu erfassen, als vielmehr mit einem Bündel an Kriterien, die möglichst schnell und einfach zu erfassen sind zu starten und im Laufe der Zeit die Zahl der Messkriterien zu erhöhen.

## 5 Ausblick

Die Methodik des vernetzten Denkens hat gezeigt, dass sich die Realität weitaus besser abbilden lässt, als über reine Nutzenargumentationen zu gehen. Die Erstellung von entsprechenden Netzen haben klar das Gefühl geschärft, was und wie ein Intranet ein Unternehmen stützen kann. Mit einer Basis von mehr als 100 Messkriterien die bislang identifiziert wurden, kann ein Intranet gut beschrieben werden. Unklar und leider auch unbeantwortet sind die Beziehungen zwischen den Elementen. Es existieren keine mathematischen Algorithmen dafür, die eine valide Aussage zulassen würden, dass z.B. die professionelle Moderation einer Community die Arbeitsproduktivität um x % steigert. In Einzelfällen ist dies sicherlich auch schon möglich gewesen. Verallgemeinerbare Ergebnisse gibt es aber leider nicht. Diese Beziehungen in Zukunft fassbarer zu machen, ist eine große Aufgabe die uns bevorsteht. Sie setzt jedoch voraus, dass wir endlich damit anfangen in einem systematischen Prozeß die notwendigen Informationen zu gewinnen und auszutauschen.

## Literatur

- CEFE-Arbeitsgruppe 19 (1998), Einführung, Betrieb und Nutzen eines Intranet, Eichenau.
- Heinrich, T. & Mayr, Ph. (2003), Die Kostenfallen im Intranet und Extranet, White Paper der Firma HiSolutions AG.
- Köhler, S. & Krieger, M. (ohne Datum), Bewertung von Informationssystemen für das Wissensmanagement. White Paper der Firma Mindlab.
- o.V. (ohne Datum), Wie die add-all AG mit Hilfe von Intranets das Wissensmanagement optimiert. White Paper der Firma add-all AG.
- Schwichtenberger, H (1997), Allgemeine Thesen zum Nutzen von Intranets, [www.it-visions.de](http://www.it-visions.de)
- Vester, F. (2002), Die Kunst, vernetzt zu Denken.