



## **Arbeitskreis-Meeting 01.03.2011**

---

**Protokoll – Definition & Erfolgsfaktoren Intranet**



## Definition “Intranet”

---

- lt. Wikipedia:  
*„ .... ein Rechnernetz, das im Gegensatz zum Internet nicht öffentlich ist und sich an einen (begrenzten) Userkreis wendet ...“*
- **Intranet** bezeichnet die **Infrastruktur**
- Auf dieser Infrastruktur laufen (auch, u.a.) **Kommunikationsaktivitäten** (PRVA-Zugang)
- Diese umfassen:
  - Infosammlung und -weitergabe  
(Pull – mit gezielter Push-Unterstützung)
  - Wissensverwaltung und -vernetzung
  - Sozialen Dialog & Austausch
  - Service-Anwendungen / Einstiegsportal für Applikationen



## ... immer im Gesamtkontext zu sehen

---

- Die Plattform Intranet unterstützt außerdem Identitätsstiftende Maßnahmen
- Mit dem Intranet als Infrastruktur wird ein Schnittpunkt für die strategische Kommunikation geschaffen / soll als dieser gewartet und weiter ausgebaut werden
- Das Intranet darf damit nicht isoliert betrachtet werden, sondern ist im Verbund zu allen sonstigen Kommunikationskanäle/-maßnahmen zu sehen.
  - Welche Informationen schickt man über welchen Kanal?  
Hier sollte man konsistent vorgehen (Bsp. Meldungen des Vorstands nur im Intranet publiziert, nicht zusätzlich/ wahlweise via E-Mail)
  - Auftritte müssen zur Unternehmenskultur passen  
(Einsatz von Videos, Bildsprache, ...)

# Intranet: Kommunikative Erfolgsfaktoren

---

- Mitarbeiter sollten einen „Single Point of Entry“ haben (dahinter können mehrere Plattformen stehen)
- Kommunikation sollte einen Hauptnachrichtenkanal etablieren
  - und dabei konkurrenzierende Kommunikationswege ausschalten (z.B. über Geschwindigkeit, Formalbeschluss, bessere Erreichbarkeit, etc)
- Guter Kommunikations- und Contentmix (nur Videos machen auch müde, Mischung Hard- und Softfacts)
- „KISS“ (Keep it short and simple)
- Aufgabe der Kommunikation: „to enable & empower “ (ermöglichen / bereitstellen / verstärken / dialogfördernd)
- Inhalte und Unternehmenskultur müssen zusammenpassen