



e - t r e n d

# Studie: Über 50 Prozent aller Intranet-Projekte scheitern

Nach einer Studie der britischen Cranfield University werden mehr als 50 Prozent der untersuchten Intranets sechs Monate nach ihrer Einführung nicht mehr genutzt.

Obwohl Unternehmen beträchtliche Summen in Software und Infrastruktur zur Unterstützung ihrer Geschäftstätigkeit investieren, fehlt bei vielen Intranet-Projekten die wichtige **Akzeptanz und Nutzung** durch die Mitarbeiter.

Die Gründe hierfür liegen i.d.R. nicht in der Technologie, sondern sind meist **organisatorischer und vor allem psychologischer Natur**. Organisatorische Probleme ergeben sich z.B. wenn zur Veröffentlichung von Informationen nur eine Instanz verantwortlich ist. Diese erstickt nach kurzer Zeit in Informationen und die Folge ist, dass aktuelle Informationen nicht schnell genug eingefügt und veraltete nicht schnell genug gelöscht werden.

Zudem sind **wichtige Fragen oft nicht geklärt**: Wie sollen die **gesteckten Ziele** erreicht werden, welche **Anreize zur Nutzung** soll es geben, welches sind die **richtigen Inhalte**, wie rechtfertigen sich die Kosten und wie kann eine Win-Win Situation für Arbeitgeber und Arbeitnehmer entstehen.

## Wie misst man den Erfolg eines Intranets?

Die Definition von Erfolgsfaktoren gestaltet sich bei Intranet-Projekten schwieriger als bei klassischen IT-Projekten. Die Kernfragen sind:

- Welchen **Wert** und welches **Potenzial** hat das Intranet für die Unternehmung?
- Welche **neuen Formen der Aktivität** werden innerhalb des Unternehmens hervorgerufen?
- Welche **unerwarteten Nebeneffekte** in Form von Innovationen, Steigerung der Kommunikationsfähigkeit oder gegenseitiger Befruchtung der Mitarbeiter können auftreten?

e - t r e n d

Your Success  
by

e-trend  
Media Consulting GmbH  
Herforder Strasse 74  
D-33602 Bielefeld

fon + 49 (0) 521 . 9 67 51-0  
fax + 49 (0) 521 . 9 67 51-99  
<http://www.e-trend.de>  
[sales@e-trend.de](mailto:sales@e-trend.de)



e - t r e n d

Oder viel kompakter: **Was passiert, wenn wir den Austausch von Ideen und Wissen im Unternehmen forcieren und welchen Wert hat dies für die Unternehmung?** Es ist nicht überraschend, dass sich die Abgrenzung von relevanten Faktoren und die Quantifizierung des Erfolgs als schwierig herausstellt.

### Die Reifephasen von Intranets

Zur effektiven Erfolgsmessung ist es notwendig, die unterschiedlichen Reifephasen von Intranets zu verstehen. Im allgemeinen durchläuft ein Intranet fünf Entwicklungsstufen:

1. **Information** (Bereitstellung und Publizierung von Informationen)
2. **Kommunikation** und Interaktion (Feedback, Konferenzen, Foren, multimediale Kommunikation)
3. Workflow- und **Prozessoptimierung** (interne Workflows, Projektabwicklung, Ressourcenplanung, Transaktion)
4. **Extranet** (Integration in die externen Wirtschaftsbeziehungen)
5. Integration und **Personalisierung** (Mitarbeiterportal)

Jede Entwicklungsstufe stellt in sich einen eigenen Erfolgsfaktor und Mehrwert im Intranet dar. Der Übergang zur nächsten Stufe bedeutet ein erhöhtes Risiko für Fehlinvestitionen. Wichtig ist dabei, dass jeder Evolutionsschritt in sich gründlich durchgeführt und abgeschlossen wird. Dabei geht es nicht nur darum, Anwendung und Nutzen funktional wie inhaltlich umzusetzen. Vor allem muss der Entwicklungsschritt bei den Mitarbeitern im täglichen Umgang mit dem System verfestigt sein.

Kurz gefasst: **Den maximalen Profit aus dem Intranet ziehen, bedeutet optimales Verhalten seiner Benutzer auf jeder Entwicklungsstufe zu erzielen.** Dabei gilt es, die genannten psychologischen und organisatorischen Barrieren zu überwinden.

e - t r e n d

Your Success

by

e-trend  
Media Consulting GmbH  
Herforder Strasse 74  
D-33602 Bielefeld

fon + 49 (0) 521 . 9 67 51-0  
fax + 49 (0) 521 . 9 67 51-99  
<http://www.e-trend.de>  
[sales@e-trend.de](mailto:sales@e-trend.de)



e - t r e n d

## Was ist die Hauptaufgabe eines Intranets ?

Die Hauptaufgabe eines Intranets ist es, eine Plattform zum Austausch von Wissen zu schaffen, die wertvolle Wissenstransaktionen ermöglicht. Eine Produktinnovation, entstanden aus der Verknüpfung eines neuen Problems mit einer alten Lösung, die zu einem beträchtlichen Marktvorteil führt, kann eine solche wertvolle Wissenstransaktion darstellen. Um diese Wissenstransaktionen zu bewerten, ist ein Änderung der Sichtweise des Intranets notwendig. **Das Intranet darf nicht einseitig als Tor zum Unternehmenswissen gesehen werden, sondern muss die Basis einer internen Wissensökonomie sein.**

Der Ausgangspunkt zur Messung des Erfolges sollte das Wachstum und die Qualität von Wissenstransaktionen sein. Ziel ist es, dass das Intranet selbst der Kernmechanismus des Wissenstransfers wird.

Sie haben weitere Fragen zum Thema Intranets?

Unsere Internet-Berater stehen gerne zu Ihrer Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr e-trend Team

e - t r e n d

Your Success  
by

e-trend  
Media Consulting GmbH  
Herforder Strasse 74  
D-33602 Bielefeld

fon + 49 (0) 521 . 9 67 51-0  
fax + 49 (0) 521 . 9 67 51-99  
<http://www.e-trend.de>  
[sales@e-trend.de](mailto:sales@e-trend.de)