

02. Gesamtergebnisse

02.01 Vogelperspektive

Das wichtigste Ergebnis vorneweg: Die Erwartungen an die neue Generation Intranets werden derzeit noch nicht erfüllt. So etwa nutzen nur 4% aller befragten Unternehmen das Intranet, um die Zusammenarbeit mit eCollaboration zu unterstützen obwohl die Erwartungen eigentlich hoch wären. Die Intranets von 56% der Unternehmen gehören der ersten und zweiten Generation an, wobei immer noch 15% aller Intranets reine Darstellungen der Abteilungen und Unternehmensfunktionen sind. Die Mehrzahl der Intranets stellt somit heute eine interne Firmenpräsentation dar oder bietet eine elektronische Bibliothek der wichtigsten Unternehmensregeln und -abläufe.

«War das Intranet bis vor wenigen Jahren noch die Spielwiese der IT, zeigt sich heute, dass nur noch 20% der Intranetverantwortlichen aus der IT kommen.»

Die Ergebnisse der Untersuchung haben gezeigt, dass Intranets keine Domäne der IT-Verantwortlichen mehr sind. Nur noch rund 20% der Intranetverantwortlichen stammen aus der IT. Zugenommen haben stattdessen die Intranetverantwortlichen aus Fachabteilungen. Besonders häufig ist die Verantwortung in den Abteilungen Marketing & Sales (33%) oder Corporate Communications angesiedelt. Dies zeigt, dass die Intranets aus dem Dasein als technische Spielerei herausgewachsen sind und heute für viele Unternehmen als geschäftskritische Ressource wahrgenommen werden.

Der weitaus grösste Teil der Antworten stammen von unter 40-jährigen, die eine hohe Affinität zu Internet-Technologien haben. Das heisst, sie kennen den Umgang mit Browser und Internet-Technologien, haben bereits Erfahrung im Benutzen von Intranets und setzen elektronische Kommunikationsmittel ein. Die Ergebnisse müssen also vor dem Hintergrund interpretiert werden, dass der Grossteil der Antwortenden bereits Erfahrung im Umgang mit Technologien und Funktionen des Internets besitzt.

Das wichtigste Ergebnis der Studie ist die Feststellung, dass die Erwartungen der Nutzer an die aktuellen Intranets noch nicht erfüllt werden. Die Diskrepanz zwischen effektivem Bestand und Erwartung reicht dabei von durchschnittlich 5% in der Telekommunikationsbranche bis zu 36% in der Versicherungsbranche. Es bestehen jedoch auch beträchtliche Unterschiede zwischen den Erwartungen. So hat die Versicherungsbranche die mit Abstand höchsten Erwartungen an ihr Intranet, beim Bestand ergeben sich jedoch relativ tiefe Werte. In der Telekommunikationsbranche hingegen bewegen sich sowohl Bestand wie Erwartungen im oberen Mittelfeld. Diese Unterschiede zeigen, dass es auch bei Intranets keine Standardlösungen geben kann, sondern branchenindividuelle Bedürfnisse spezialisierte und massgeschneiderte Lösungen erfordern.

«Über die Hälfte der untersuchten Intranets sind immer noch reine interne Firmenpräsentationen oder elektronische Bibliotheken für Unternehmensrichtlinien.»

Die Untersuchung zeigt, dass der grösste Teil (41%) der heute bestehenden Intranets nach wie vor in der ersten Generation verhaftet ist. In der zweiten Generation befinden sich nur 14% aller Intranets. Gesamthaft muss daher festgestellt werden, dass über die Hälfte aller untersuchten Intranets noch immer vorwiegend ein Instrument zur internen Firmenrepräsentation oder eine elektronische Bibliothek der wichtigsten Unternehmensrichtlinien oder -prozesse darstellt. Die zweite Hauptgruppe machen interessanterweise Intranets der dritten Generation – also der dynamischen Intranets – aus (40%). Sie weisen bereits erste Interaktionsmöglichkeiten wie etwa Personalisierungsfunktionen auf. Darüber hinaus bieten zum heutigen Zeitpunkt aber erst 4% der untersuchten Intranets echte Kollaborationswerkzeuge und Funktionen des Dokumentenmanagements und entsprechen damit der vierten Generation.

Generationsübersicht:

Generation 1: Die Mitarbeiterzeitung

1. Statische Intranets mit Firmenpräsentation
2. Abteilungsorientierte Strukturierung der Intranets
3. Zentrales Content Management

Generation 2: Die virtuelle Bibliothek

1. Strukturierter Zugang zu Unternehmenswissen
2. Themenorientierte Strukturierung der Intranets
3. Dynamische Integration von Inhalten

Generation 3: Das Applikationsportal

1. Integration von Anwendungen in das Intranet
2. Aufgabenorientierte Strukturierung der Intranets
3. Personalisierung von Intranetangeboten

Generation 4: Das Kollaborationsportal

1. Zusammenführung von Inhalt & Applikation
2. Multidimensionaler Zugang zu Informationen
3. Unterstützung kollaborativer Wertschöpfung

Generationen der Branchenintranets:

Telekommunikation

- Bestand: 4. Generation
Erwartung: 4. Generation

Versicherungen

- Bestand: 1. Generation
Erwartung: 4. Generation

Banken

- Bestand: 3. Generation
Erwartung: 4. Generation

Pharma

- Bestand: 2. Generation
Erwartung: 3. Generation

Öffentliche Verwaltung

- Bestand: 2. Generation
Erwartung: 4. Generation

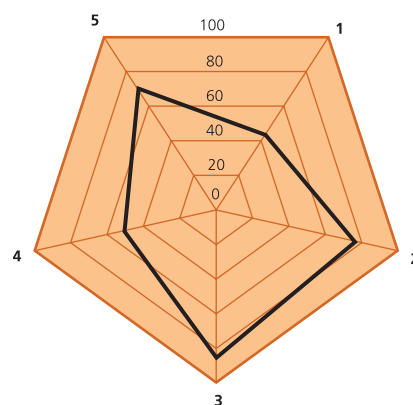
02.02 Best in Class

Design & Usability – Pharmabranche Die grösste Zufriedenheit im Bereich des Designs und der Usability erreichten die Intranets in der Pharmabranche. Sie überzeugen in den meisten Aspekten, namentlich in der Konsistenz und in der Qualität der Informationsarchitektur. Einzig im Bereich der Barrierefreiheit sind noch deutliche Verbesserungen möglich.

Die Branche hat damit einen soliden Grundstein für ein benutzerfreundliches Bedienen sämtlicher Funktionen gelegt und steigert damit die Akzeptanz bei den Nutzern sowie die Effizienz der Nutzung.

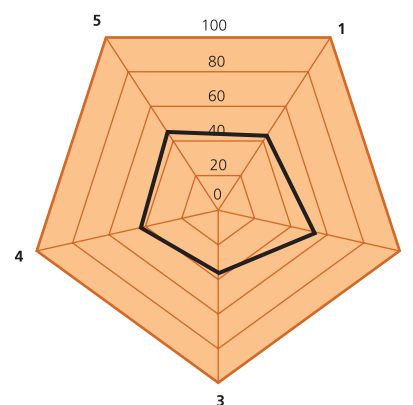
Information Quality – Telekommunikationsbranche Die Untersuchungsergebnisse zeigen: Intranets der Telekommunikationsbranche sind Spitzenreiter bezüglich Aktualität und Relevanz der Informationen. Die Intranets zeigen gute Resultate in den Bereichen Update Informationen, Newsletter und aktivem Artikel-Ranking. In der Auszeichnung Content Owner sind die Bestände sogar bei über 90%. Lediglich ein passives Artikel-Ranking ist nur vereinzelt anzutreffen. Die Beurteilung der Qualität einer Information ist demnach nur über die Bewertung des Verfassers möglich.

«Die Intranets der Telekommunikationsbranche zeigen gute Resultate in den Bereichen Update Informationen, Newsletter und aktivem Artikel-Ranking.»



Design & Usability

1. Versicherungsbranche
2. Telekommunikationsbranche
3. Pharmabranche
4. Öffentliche Verwaltung
5. Bankenbranche



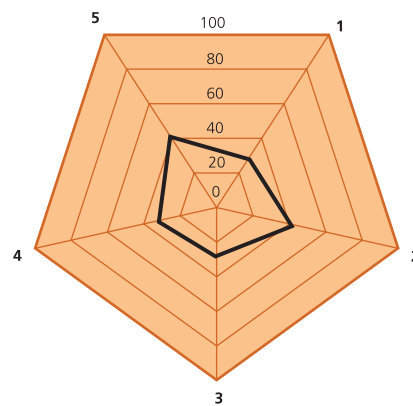
Information Quality

1. Versicherungsbranche
2. Telekommunikationsbranche
3. Pharmabranche
4. Öffentliche Verwaltung
5. Bankenbranche

■ Bestand

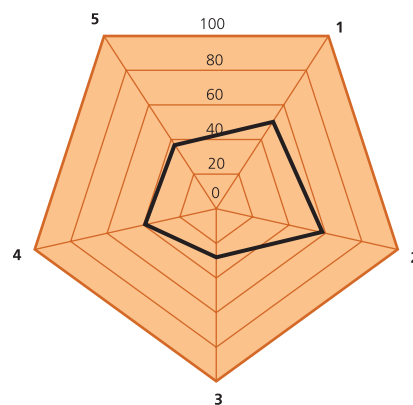
Knowledge-Management – Bankenbranche und Telekommunikationsbranche Die Unterstützung der Kommunikation und Zusammenarbeit ist in den Intranets aller Branchen generell schwach. Die Telekombranche sticht dennoch als Vorreiter in diesem Bereich hervor. In allen untersuchten Intranets in der Telekommunikationsbranche finden sich Shared Workspaces. Die übrigen Bereiche, mit Ausnahme der synchronen Zusammenarbeit, werden alle in mehr als der Hälfte der Intranets abgedeckt. Dennoch sind auch die Bestände in der synchronen Zusammenarbeit im Branchenvergleich als hoch einzustufen. Insgesamt werden die Intranets der Telekommunikationsbranche von allen Branchen am stärksten in die internen Kommunikationsprozesse eingebunden.

Collaboration & Communication – Telekommunikationsbranche Die Unterstützung der Kommunikation und Zusammenarbeit ist in den Intranets aller Branchen generell schwach. Die Telekombranche sticht dennoch als Vorreiter in diesem Bereich hervor. In allen untersuchten Intranets in der Telekommunikationsbranche finden sich Shared Workspaces. Die übrigen Bereiche, mit Ausnahme der synchronen Zusammenarbeit, werden alle in mehr als der Hälfte der Intranets abgedeckt. Dennoch sind auch die Bestände in der synchronen Zusammenarbeit im Branchenvergleich als hoch einzustufen. Insgesamt werden die Intranets der Telekommunikationsbranche von allen Branchen am stärksten in die internen Kommunikationsprozesse eingebunden.



Knowledge-Management

1. Versicherungsbranche
2. Telekommunikationsbranche
3. Pharmabranche
4. Öffentliche Verwaltung
5. Bankenbranche



Collaboration & Communication

1. Versicherungsbranche
2. Telekommunikationsbranche
3. Pharmabranche
4. Öffentliche Verwaltung
5. Bankenbranche

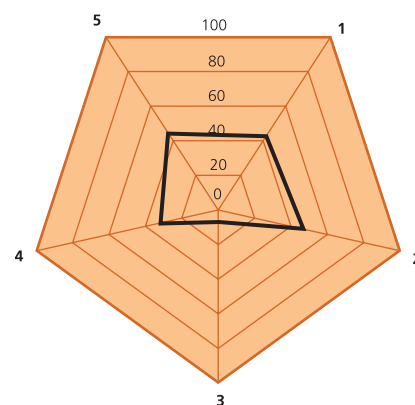
■ Bestand

Workflow & Application Integration – Bankenbranche und Telekommunikationsbranche Bei der Integration von Workflows und Applikationen zeigen die Untersuchungsergebnisse keinen klaren Spitzenreiter unter den Branchen. Stattdessen sind sowohl die Banken- wie auch die Telekommunikationsbranche stark in diesem Bereich. Die beiden Branchen legen besonderes Gewicht auf die Beschaffungs-Workflows und die Employee Self Services.

Neben diesen Aspekten lässt jedoch auch in der Banken- bzw. Telekombranche die Zusammenführung von Workflow-Kommunikation und Workflow-Management zu wünschen übrig. E-Mail und Kalenderfunktionen sowie externe Informationsdienste sind in den Intranets wenig vorhanden.

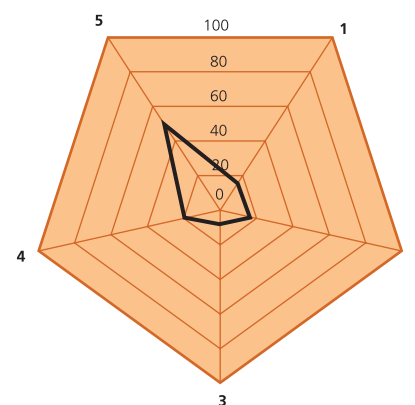
«Die Personalisierung von Intranets ist in der Realität angekommen.»

Personalisierung – Bankenbranche Bei generell niedrigem Status quo sind die Banken-Intranets im Vergleich dennoch am weitesten fortgeschritten. Die Intranets der Bankenbranche zeichnen sich in erster Linie durch ihre aktive Personalisierbarkeit aus. Dabei kann der Nutzer selbst bestimmen, wie er ‚sein‘ Intranet gestalten möchte. Auch die Oberflächenpersonalisierung spielt eine Rolle. Es ist im Vergleich zu anderen Branchen deutlich häufiger möglich eine Übersichts- oder Portalseite selbst zu gestalten. Häufig genutzte Informationen oder Direktzugänge zu wichtigen Funktionen können so vom Nutzer platziert werden, dass sie optimal mit seinen Bedürfnissen übereinstimmen. Trotz der überdurchschnittlichen Ergebnisse in der Bankenbranche, ist die adaptive Personalisierung noch nicht den Erwartungen entsprechend umgesetzt und zeigt erhebliches Verbesserungspotential.



Workflow & Application Integration

1. Versicherungsbranche
2. Telekommunikationsbranche
3. Pharmabranche
4. Öffentliche Verwaltung
5. Bankenbranche



Personalization

1. Versicherungsbranche
2. Telekommunikationsbranche
3. Pharmabranche
4. Öffentliche Verwaltung
5. Bankenbranche