

Hausarbeit

Studiengang: Wirtschaftsinformatik Bachelor

Fach: Informationswirtschaft

Wintersemester 2021/2022

Fallstudiennummer: 3

Gruppennummer: 3.1

Tag der Präsentation: Dienstag, 02.11.2021

Teil 1: Name, Vorname: Mauladendra, Imdi Melvana

Teil 2: Name, Vorname: Güler, Gülin Ayse

Inhaltsverzeichnis

1 Problemstellung und Vorgehensweise.....	3
2 Theoretische Grundlagen.....	3
2.1. Begriffsdefinition.....	3
2.2. Intranet, Extranet und Internet.....	4
2.3. 5 Dimensionen des Intranets.....	4
2.4. Vorteile.....	5
2.5. Nachteile.....	6
2.6. Rollenspezifikation Mitarbeiter Marketing.....	6
3 Lastenheft.....	7
4 Lösungskonzept.....	7
4.1. Dashboard.....	9
4.2. Neuigkeiten und Ankündigungen.....	9
4.3. Mitarbeiterprofile.....	9
4.4. Einstellungen und Hilfe.....	10
4.5. Marketing Mitarbeiter	11
4.6. Kalender.....	12
5 Zusammenfassung.....	13
Literaturverzeichnis.....	14
Abbildungsverzeichnis.....	15
Übersicht über Autor*innen der einzelnen (Unter-)Kapitels.....	16

1 Problemstellung und Vorgehensweise

Das Unternehmen kommuniziert: In vielen Fällen ist die Kommunikation der entscheidende Faktor, der bestimmt, ob eine Ansammlung von Menschen in einer Organisation existiert oder nur eine zufällige Gruppe von Menschen ist (Yeomans, FitzPatrick, 2017). Die Kommunikation findet innerhalb von Organisationen statt, ob die Kommunikation nun gesteuert wird oder nicht. Der tägliche Austausch zwischen den Kollegen ist zwar notwendig, um die Arbeit zu erledigen, aber die Organisationen müssen auch sicherstellen, dass die Mitarbeiter die allgemeinen Ziele und Prioritäten verstehen. Je größer und komplexer eine Organisation wird, desto größer ist auch die Herausforderung, die Mitarbeiter für das "große Ganze" zu sensibilisieren - für die vielen Schwierigkeiten, Risiken und Chancen, denen die Organisation als Ganzes gegenübersteht (Holá, 2012, S.32).

Die Firma GreenToGo ist ein Berliner Start-Up Unternehmen, das Thermobecher anbietet. Der Thermobecher hat die Merkmale von Berlin-Motiven auf dem Becher. Im Moment beginnt das Unternehmen mit dem Ausbau des Netzwerks.

Das Unternehmen begann zu wachsen und wurde immer gefragter. Auch die Zahl der Mitarbeiter stieg stark an. Daher beschloss GreenToGo, ein Intranet einzurichten, um die Produktivität weiter zu steigern, Zeit und Kosten effizienter zu gestalten und die Kommunikation in den Bereichen Betrieb und Management zu erleichtern. In dieser Arbeit wird über die Gestaltung eines Intranets für GreenToGo beschreiben.

Zunächst wird die Bedeutung des Intranets und sein Nutzen für das Unternehmen GreenToGo erläutert. Danach werden einige Aspekte der Möglichkeiten des Intranets genannt. Im nächsten Abschnitt wird ein gemeinsam abgestimmtes Lastenheft des Intranets für das Unternehmen GreenToGo aufgenommen und anschließend die Gestaltung des Intranets für das Unternehmen GreenToGo anhand des Lastenheftes dargestellt.

2 Theoretische Grundlagen

2.1. Begriffsdefinition

Das Intranet ist heute ein Symbol für die Modernität des Unternehmens. Intranet ist eine Technologie zur Entwicklung und Nutzung von IT-Systemen auf der Grundlage eines privaten

Computernetzes mit einer begrenzten Anzahl von streng definierten Benutzern, die einen bestimmten Zugang zu Netzdiensten und -ressourcen haben (vgl. Hippe et al., 2011, S.360).

Durch das Intranet ist es möglich, Zielgruppen, je nach Informationsbedarf, schnell und unkompliziert erreichen zu können. Das steigert den Wert dieses Werkzeuges innerhalb eines Unternehmens.

2.2. Intranet, Extranet und Internet

Internet, Intranet und Extranet bezeichnen im Kern Computer-Netze, die auf der Basis einer Client-Server-Kommunikation den Informationsaustausch zwischen den einzelnen Benutzern ermöglichen sollen. Den Servern kommt dabei die Aufgabe zu, die Informationen zu verwalten und vorzuhalten, die von den unterschiedlichen Benutzern unter Verwendung von Clients abgerufen werden können. Die Kommunikation zwischen Client und Server findet dabei unter von Standards für den Informationsaustausch statt (Fasching, 2013, S.15). Nachfolgend wird kurz die Vergleichung von Internet, Intranet und Extranet dargestellt.

1. Internet :

Weltweiter Zusammenschluß TCP/IP-basierter Netze, es dient dem weltweiten und grenzenlosen Austausch von Informationen (itskawal2000, 2021).

2. Intranet :

Einsatz von Internet Technologie innerhalb eines Unternehmens oder einer Institution; es dient dem Informationsaustausch zwischen verschiedenen Abteilungen oder dezentral organisierten Mitarbeitern (itskawal2000, 2021).

3. Extranet :

Hierbei handelt es sich um die Art von Netzwerk, die es Benutzern von außerhalb ermöglicht, auf das Intranet einer Organisation zuzugreifen (itskawal2000, 2021).

2.3. 5 Dimensionen des Intranets

Die Dimensionen des Intranets bedeuten auch die Hauptfunktion des Intranets. Diese Dimensionen zeigen, wie ein Intranet erstellt werden sollte und welche Funktionen ein

Intranet haben sollte. Diese Funktionen sind Kernintranet, Collaboration, Social Intranet, Portal und Suche. Ein Kernintranet informiert über die Nichtfunktionalität des Intranets, wie z: B. die Farbe des Intranets, die Größe des Textes und die Sprache. Collaboration ist eine Funktion, bei der Mitarbeiter zusammenarbeiten können, wie Direktnachrichten, Chat und Dokumentenverwaltung. Das Social Intranet bietet Informationen, die die Mitarbeiter zugreifen können z.B. Mitarbeiterprofile. Das Portal enthält die Struktur des Intranets wie z.B. Authentifizierungsoptionen, Dashboard und Einstellungen. Und die Suche ist eine Funktion, die Mitarbeiter bestimmte information im intranet suchen können (contentmanager.de Redaktion, 2021).

2.4. Vorteile

Die Nutzung eines Intranets hat viele organisatorische Vorteile. Intranet sollte jedoch beachtet werden, dass dieser Nutzen nur unter bestimmten Bedingungen mit anderen Mitarbeitern geteilt werden kann. So muss beispielsweise festgelegt werden, welche Art von Mitarbeitern zuständig ist und wer auf die Funktionen des Intranets zugreifen kann. Wie bereits erwähnt, erleichtert das Intranet den Mitarbeitern die Erledigung ihrer Aufgaben und hilft bei der Gestaltung eines Arbeitsumfeldes, das den Mitarbeitern ein angenehmes Arbeiten ermöglicht. Das ist jedoch nicht der einzige Vorteil der Internetnutzung. Hier sind einige der Vorteile, die das Intranet den Mitarbeitern bietet (Hanig, 2005, S.5).

Intranets bieten den Mitarbeitern eine hohe Produktivität und helfen Benutzern, Informationen sehr schnell zu finden und zu beachten. Die Benutzer können auch Anwendungen entsprechend ihren Rollen und Aufgaben verwenden. Über einen Webbrowser kann ein Benutzer von überall und jederzeit auf den gesamten Inhalt einer beliebigen Website zugreifen. Das Intranet steigert auch die Fähigkeit der Mitarbeiter, ihre Arbeit schnell und präzise auszuführen. Es teilt auch Informationen an die Mitarbeiter je nach deren Bedarf oder Anforderungen aus. Die Mitarbeiter können auch auf die entsprechenden Daten zugreifen, wenn sie es für nötig halten (FreeWimaxInfo, 2016).

Der wichtigste Vorteil des Intranets ist das Web-Publishing, das es ermöglicht, das umfangreiche Unternehmenswissen mit Hilfe von Web-Technologien und Hypermedia im gesamten Unternehmen fortzuführen und mühelos zugänglich zu machen. Zu den bekannten

Beispielen für Web-Publishing gehören Schulungen, News Feeds, Unternehmensrichtlinien, Dokumente und Mitarbeiter Handbücher (FreeWimaxInfo, 2016).

Ein weiterer Vorteil des Intranets ist die Zeiteinsparung, da keine physischen Dokumente wie Verfahrenshandbücher, Anforderungsformulare und Internet-Telefonlisten mehr benötigt werden (pulkitagarawal03pulkit, 2020).

2.5. Nachteile

Es gibt keine wirklichen Nachteile des Intranets. Es gibt lediglich bestimmte Voraussetzungen und Bedingungen, die beachtet werden müssen, damit ein Intranet erfolgreich sein kann. Im Folgenden wurde bereits auf die Notwendigkeit einer ordnungsgemäßen Implementierung eines Intranets im Unternehmen hingewiesen. In den meisten Fällen ist dies mit erheblichen organisatorischen Veränderungen verbunden. So muss das Unternehmen beispielsweise bereit sein, seine Informationskultur entsprechend anzupassen (Fasching, 2013, S.27).

Ein Beispiel ist, wenn ein Unternehmen ein Intranet einführt, weiß das Unternehmen noch nicht, ob sich der Aufwand lohnt. Denn der Nutzen ist schwer zu messen. In jedem Fall muss die Bedürfnisstruktur, d.h. der Informationsbedarf der einzelnen Mitarbeitergruppen, analysiert werden. Gerade nach einer Einführung kann das Intranet noch einen schweren Stand haben. Das Intranet muss zunächst von den Mitarbeitern akzeptiert werden. Die Mitarbeiter müssen motiviert werden, die neuen Möglichkeiten zum Informationsaustausch und zur Kommunikation zu nutzen. Dazu müssen die Mitarbeiter selbst aktiv werden und sich die Informationen selbst beschaffen (Krone-Book, 2013, S.23).

2.6. Rollenspezifikation Mitarbeiter Marketing

Hier werden die Kriterien für das Mitarbeiter Marketing angegeben:

Kriterium	Support	Qualität
1. Inhalte und Daten verwalten	+	-
2. Produktservice und Support	+	+
3. Marketingkampagne erstellen	+	-
4. Umsatzprognosebericht erstellen	+	+

3 Lastenheft

Hier wird gezeigt, welche Features sich das Unternehmen GreenToGo wünscht und zukünftig einsetzen wird.

Aspekt Usability	Anforderungen
Social Features	<ul style="list-style-type: none">• Mitarbeiterprofile• Neuigkeiten und Ankündigungen• Neue Aktivitäten• Inhalte Bewerten
Portal	<ul style="list-style-type: none">• Anmeldung und Registrierung• Einstellungen und Hilfe• Dashboard oder Navigationsbaum• Kalender• Optimierte Benutzeroberfläche
Suche	<ul style="list-style-type: none">• Volltextsuche• Personensuche
Collaboration	<ul style="list-style-type: none">• Direktnachrichten und Chat• Dokumentenverwaltung• Lager verfolgen• Umsatzentwicklung Verfolgen• Leistungen der Shop nachverfolgen• Marketingkampagnen• Umsatzprognoseberichte

4 Lösungskonzept

Kaum gleicht ein Intranet dem anderen, und die Unterschiede ergeben sich, aus der Struktur und Grafik, sowie aus der Fülle der Informationen und der technischen Umsetzung und ihre Auswirkungen auf die Usability. Die Gestaltung von strukturellen und inhaltlichen Aspekten eines Intranets, hängt von den Anforderungen des Unternehmens ab (vgl. Engelhardt, 2019, S.7-8).

4.1. Dashboard

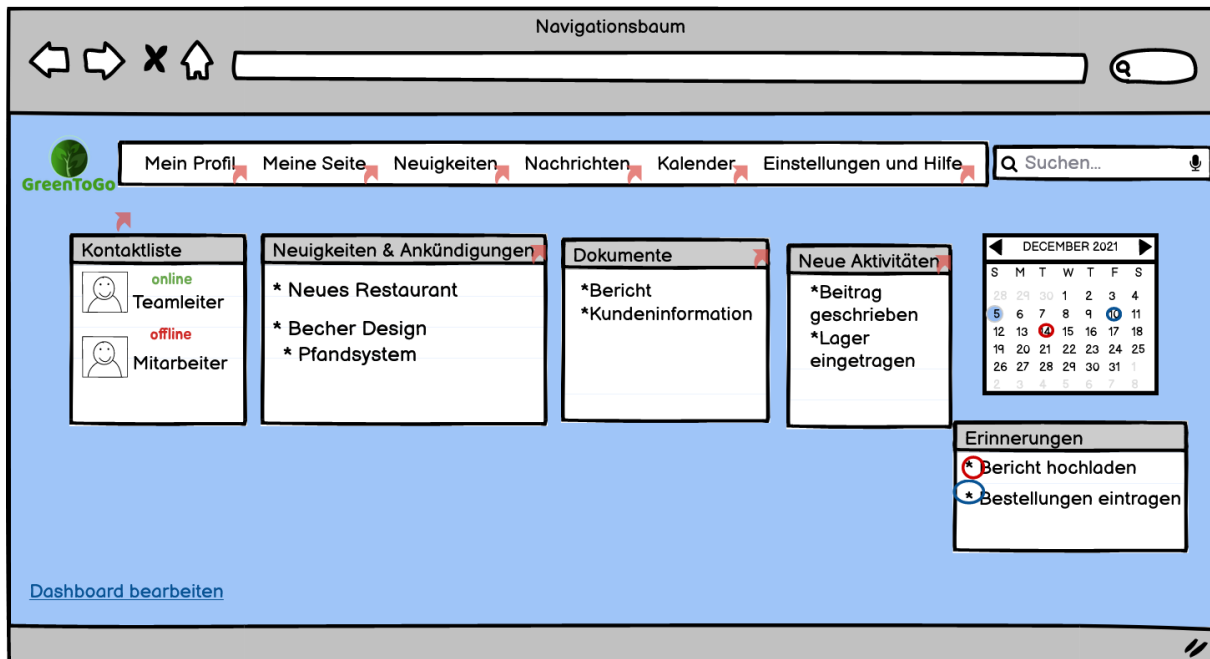


Abbildung 1: Dashboard

Informationen können in vielseitig dargestellt werden: als eine Sammlung von Apps, als Dashboard, ein Fachportal oder als eine strukturierte Bibliothek. Ein Dashboard gibt die Möglichkeit einen flexiblen Arbeitsplatz zu kreieren und Informationen wirksam zu präsentieren. Mit einem Dashboard, ist es möglich Mitarbeitern einen direkten Zugriff auf wichtige Informationen und Inhalte, übersichtlich zu gewährleisten, und gleichzeitig dafür zu sorgen, dass die Benutzeroberfläche benutzerfreundlich ist. (Scholze, 2021) Beispielsweise ist die Suchfunktion (Abbildung 1), Beiträge oder Profile im Intranet zu finden.

4.2. Neuigkeiten und Ankündigungen



Abbildung 2: Neuigkeiten und Ankündigungen

Eine lokale Nachrichtenseite haltet Mitarbeiter eines Unternehmens auf dem Laufenden und berücksichtigt gleichzeitig die Relevanz der Informationen, durch zielgerichteten Inhalten einzuhalten. (Fritz, o. D.) Besonders nützlich ist eine lokale Nachrichtenseite, für eine strukturierte Weiterleitung von Informationen, ohne den Benutzer auf eine Informationsflut aussetzen, die hinderlich für die Arbeit und Zusammenarbeit im Unternehmen auswirken könnte (vgl. Buchele, Jansen & Zerfaß (2021) S.575).

4.3 Mitarbeiterprofile

Mitarbeiter gestalten und ergänzen ihre Profile individuell, indem sie Angaben, über beispielsweise ihre Position, Abteilung und Kontaktinformationen (Abbildung 3) geben. Angaben beschränken sich nicht nur auf Kontaktdaten, sondern beinhalten persönliche Daten oder Stichwörter wie Sprachkenntnisse oder berufliche Zertifizierungen. Stichwörter ermöglichen Auffindung von Mitarbeiterprofilen, durch Angaben in der Suchfunktion (vgl. Engelhardt, 2019, S.8).

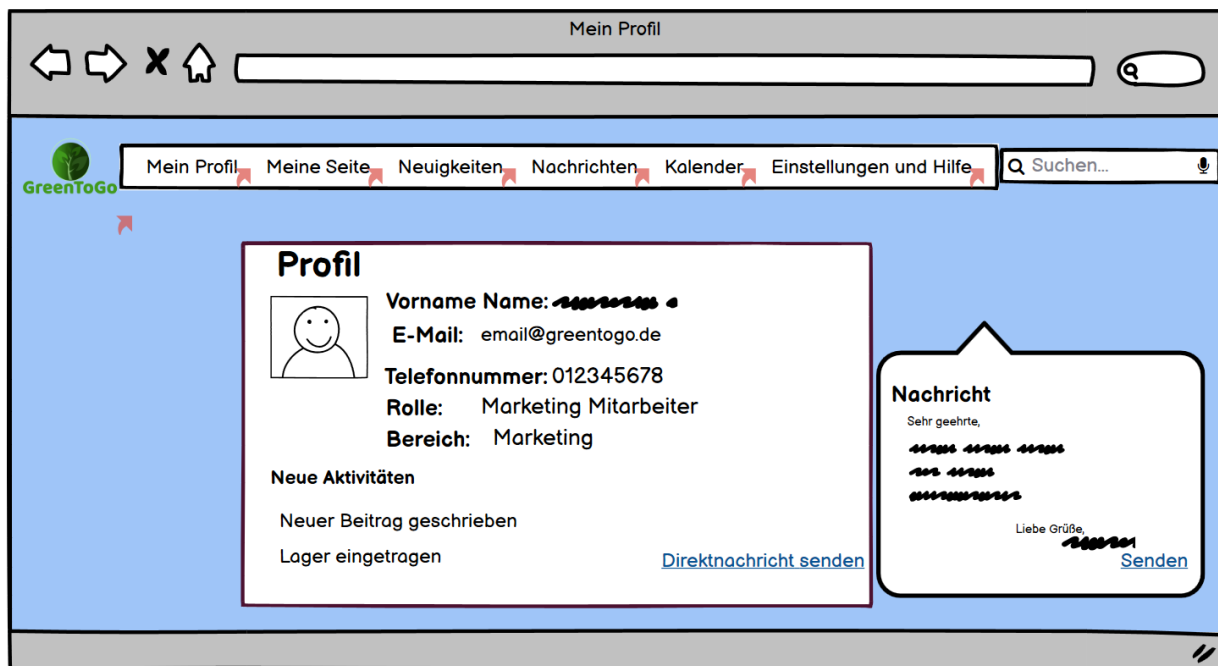


Abbildung 3: Mitarbeiterprofil

4.4. Einstellungen und Hilfe



Abbildung 4: Einstellungen und Hilfe

Häufig befassen sich Mitarbeiter mit endlosen E-Mails und sich wiederholenden Fragen, was zu Zeitverlust führt. Eine Lösung wäre häufig gestellte Fragen und deren Antworten auf einer zentralen Seite zu organisieren.. (Fritz, o. D.)

Außerdem ist eine zentrale Seite von relevanten Informationen besonders wichtig für Krisensituationen, wo Mitarbeiter Notfallinformationen schnell erreichen müssen. Es ist üblich, für Krisen sich auf mehrere Informationskanäle wie FAQ (Antworten und Fragen) oder Foren zu verlassen. (vgl. Buchele, Jansen & Zerfaß (2021) S.575) (Abbildung 4) Die Inhalte von FAQ-Seiten eignen sich für bestimmte Zielgruppen. (Fritz, o. D.)

4.5. Marketing Mitarbeiter

Die Zugänglichkeit von spezifischen Seiten im Intranet, wird über die Rolle des Mitarbeiters entschieden und schützt den Benutzer von irrelevanten Informationen, die der Produktivität und Stabilität beitragen.

Beispielsweise tragen Marketing Mitarbeiter die Verantwortung Kampagnen zu verfolgen oder Umsatzprognoseberichte erstellen. Auf diese Seiten haben nur Mitarbeiter im Marketing Bereich, rollengerecht Zugang. (Abbildung 5 & 6)

The screenshot shows a web browser window with a navigation bar at the top. The navigation bar includes a logo on the left and a search bar on the right. The main content area is green and features a white box titled "Marketingkampagne erstellen". Inside this box, there are several input fields: "Werbeziel", "Zielgruppe", and "Werbestrategie". Below these, there is a section for "Datum eintragen" with "Anfang" and "Ende" labels, each followed by a date input field and a calendar icon. A blue button labeled "Erstellen" is located at the bottom right of the white box.

Abbildung 5: Marketingkampagne erstellen

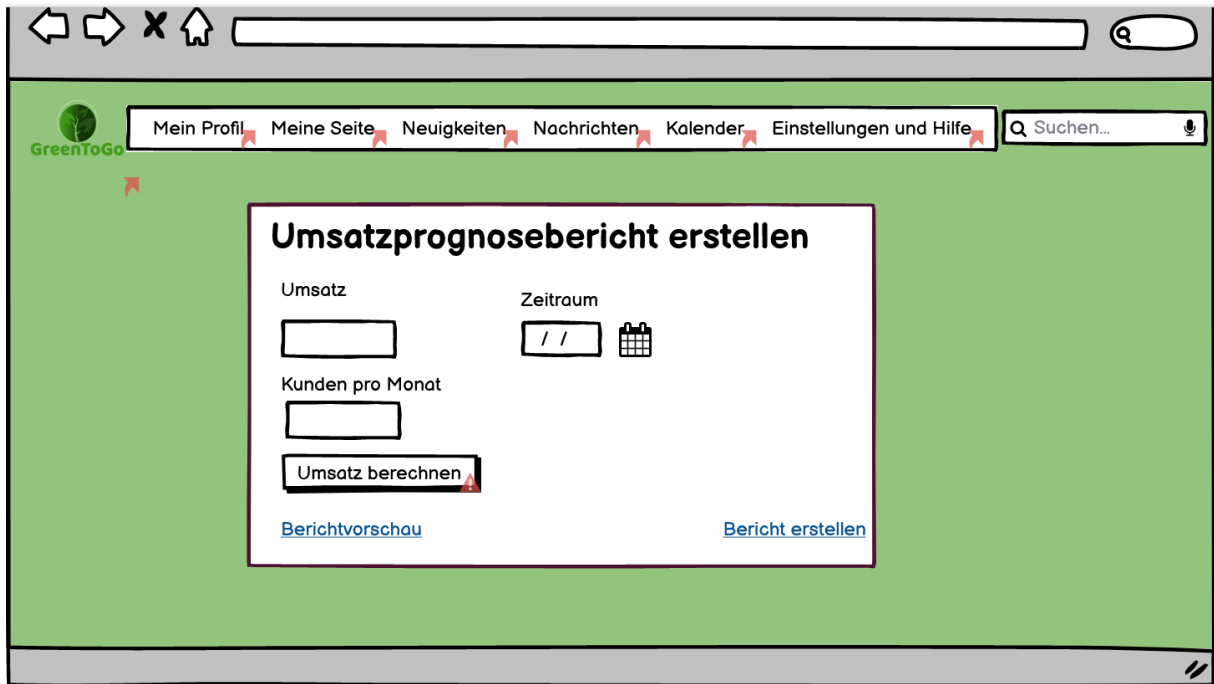


Abbildung 6: Umsatzprognosebericht erstellen

4.6. Kalender

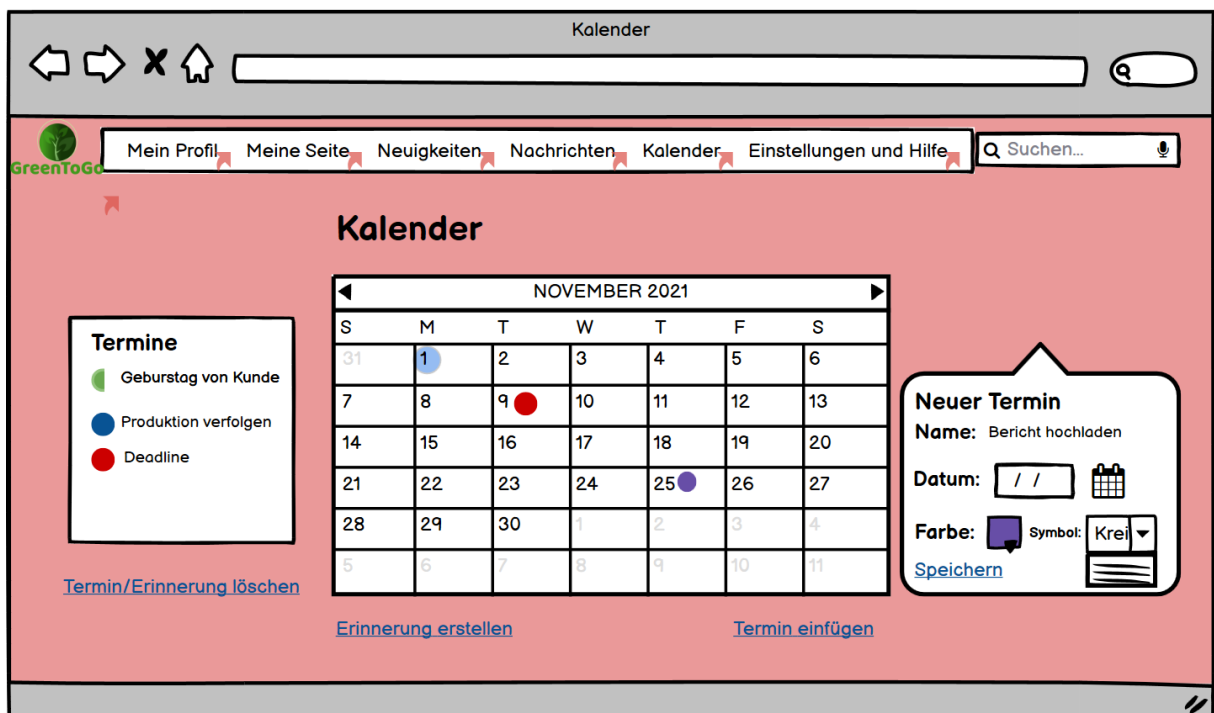


Abbildung 7: Kalender

Der Kalender ermöglicht Mitarbeitern, Veranstaltungsdetails zu finden und Änderungen in letzter Minute nachzuverfolgen (Fritz, o. D.). Ein weiteres Beispiel für den Vorteil einem Kalenders im Intranet ist die Kalenderintegration, indem sie die Zusammenarbeit von Gruppen in Projektarbeiten unterstützt und erleichtert. (vgl. Engelhardt, 2019, S.8)

5 Zusammenfassung

Diese Arbeit hat die Frage beantwortet, wie ein Intranet für das Unternehmen GreenToGo aussehen könnte. Im ersten Teil wurden die theoretischen Grundlagen von Intranet erläutert. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Informationsaustausch und der Informationsbedarf des Unternehmens, die Organisation im Unternehmen, und die Struktur und Gestaltung eines Intranets beeinflussen.

Im zweiten Teil wurde letztendlich ein Lösungskonzept für die Problemstellung des Unternehmens GreenToGo beschrieben. Dabei ergab sich, dass sich mit einer zentralen Informationssammlung, über allgemeinen und rollenspezifischen Informationen des Unternehmens, Informationen effizienter verwaltet und verteilt werden können, und somit die Produktivität der Mitarbeiter und des Unternehmens steigern.

Literaturverzeichnis

Yeomans, L., & FitzPatrick, L. (2017): Internal communication.

Hippe, Z. S., Kulikowski, J. L. & Mroczek, T. (2011): Human – Computer Systems Interaction: Backgrounds and Applications 2: Part 1 (Advances in Intelligent and Soft Computing, 98, Band 98) (2012. Aufl.), Springer.

Krone-Book, C. (2013): Die virtuelle Kaffee-Ecke: Konzeption und Umsetzung eines Intranetauftrittes am Beispiel eines mittelständischen Familienunternehmens (1. Aufl.), Diplomica Verlag.

Holá, Jana (2012): Internal communication in the small and medium sized enterprises. E a M: Ekonomie a Management. 15. 32-45.

Hanig, K. (2005): Das Intranet als Forum der innerbetrieblichen Kommunikation in wissenschaftlichen Bibliotheken. URL:

<https://ubt.opus.hbz-nrw.de/opus45-ubtr/frontdoor/deliver/index/docId/221/file/referat-intranet.pdf> (abgerufen am 28.11.202).

Fasching, M. (2013): Das Intranet ein Instrument der internen Unternehmenskommunikation am Beispiel der Lebenshilfe Ennstal. URL:

https://monami.hs-mittweida.de/frontdoor/deliver/index/docId/3753/file/Bachelorarbeit_Michael_Fasching.pdf (abgerufen am 28.11.2021).

Content manager (2021): Checkliste für das perfekte Intranet. URL:

<https://www.contentmanager.de/cms/intranet/checkliste-fuer-das-perfekte-intranet/> (abgerufen am 25.11.2021).

FreeWimaxInfo (2016): Intranets advantages and disadvantages. URL:

<https://freewimaxinfo.com/intranet-advantages-disadvantages.html> (abgerufen am 28.11.2021).

itskawal2000 (2021): Difference between Internet, Intranet and extranet. URL:

<https://www.geeksforgeeks.org/difference-between-internet-intranet-and-extranet/> (abgerufen am 28.11.2021).

pulkitagarawal03pulkit (2020): Advantages and disadvantages of intranet. URL:

<https://www.geeksforgeeks.org/advantages-and-disadvantages-of-intranet/> (abgerufen am 28.11.2021).

Buchele, Mark-Steffen, Jansen, Sebastian & Zerfaß, Ansgar (2021): Handbuch Mitarbeiterkommunikation. (Springer).

Engelhardt, Kristin (2019): Wissensmanagement fördern und Zusammenarbeit erleichtern. (Springer Verlag).

Fritz, McKenzie (o. D.): 27 bewährte Best Practice Beispiele & Ideen für Ihr Intranet. URL: <https://staffbase.com/blog-de/beispiele-und-ideen-fuer-ihr-intranet/> (abgerufen am 28.11.2021).

Scholze, Ireen (2021) Ein modernes Intranet: Beispiele und Funktionen. URL: <https://www.ipi-gmbh.com/ein-modernes-intranet-beispiele-und-funktionen/> (abgerufen am 28.11.2021).

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Dashboard.....	8
Abbildung 2: Neuigkeiten und Ankündigungen.....	9
Abbildung 3: Mitarbeiterprofil.....	10
Abbildung 4: Einstellungen und Hilfe.....	10
Abbildung 5: Marketingkampagne erstellen.....	11
Abbildung 6: Umsatzprognosebericht erstellen.....	12
Abbildung 7: Kalender.....	13

Übersicht über Autor*innen der einzelnen (Unter-)Kapitels

Kapitel	Autor
Kapitel 1	Imdi Melvana Mauladendra
Kapitel 2 Unterkapitel 2.1. Unterkapitel 2.2. Unterkapitel 2.3. Unterkapitel 2.4. Unterkapitel 2.5. Unterkapitel 2.6.	Imdi Melvana Mauladendra
Kapitel 3	Imdi Melvana Mauladendra
Kapitel 4 Unterkapitel 4.1. Unterkapitel 4.2. Unterkapitel 4.3. Unterkapitel 4.4. Unterkapitel 4.5. Unterkapitel 4.6.	Gülin Ayse Güler
Kapitel 5	Gülin Ayse Güler