

Marian Möhren

## Wissensaustausch im Intranet – BASF macht es vor

**Intranets sind vielfach mehr als nur ein Speicherort für internes Wissen. Durch Portaltechnologien und neue Anwendungen aus der Web-2.0-Welt bieten sie zunehmendes Potenzial für effektive Kommunikation und Wissensaustausch. Da die Mitarbeiter neue Features und Anwendungen erfahrungsgemäß jedoch nur nutzen (können), wenn deren Bedienung intuitiv ist, in gewisser Weise Spaß macht und in einer komplexen Intranet-Landschaft die Orientierung nicht verloren geht, lassen sich diese erweiterten Potenziale nur mit einer konsistenten Informationsarchitektur (IA) und einer hochwertigen User Experience (UX) ausschöpfen. Das Beispiel des BASF-Intranets zeigt den Erfolg durchdachter IA und guten UX-Designs als Grundlage für ein sinnvolles Zusammenspiel mit Web-2.0-Anwendungen zu Kollaboration und Wissensaustausch.**

Viele Unternehmen haben interne Portale im Einsatz und nutzen verschiedene Social-Media-Anwendungen wie Blogs oder Wikis in internen Umgebungen. [1] Letztere sind dabei häufig noch auf einzelne Projektgruppen beschränkt, um herauszufinden, ob und wie sie sich in den internen Informationsmix sinnvoll eingliedern lassen. In jedem Fall werden die ohnehin komplexen, internen Informationslandschaften für den Mitarbeiter durch zusätzliche Anwendungen und Technologien noch schwerer überschaubar. Genau hier kommen Informationsarchitektur und User Experience ins Spiel, die es übergreifend umzusetzen gilt. [2]

### Navigieren und Orientieren

Beim Aufbau einer Intranet-Informationsarchitektur geht es darum, den Mit-

arbeitern alle benötigten Informationen auf einfache Weise auffindbar und zugänglich zu machen, auch wenn sie in verschiedenen Tools oder Anwendungen liegen. Einheitliche Navigations-, Strukturierungs- und Suchkonzepte sind hierfür von Nöten. Der erste Schritt besteht folglich darin, eine Navigationsstruktur zu entwickeln, die alle Inhalte erreichbar macht.

Eine themen- und aufgabenorientierte Navigation erleichtert es dabei den Mitarbeitern, gesuchte Informationen zu finden und anzusteuern, insbesondere verglichen mit weit verbreiteten Navigationen, die nur die Unternehmensstruktur abbilden. Auch die richtige Benennung der einzelnen Einträge ist von entscheidender Bedeutung.

Sowohl für die Entwicklung der Navigationsstruktur als auch für die Benennung der Navigationseinträge bietet sich unterstützend die Methode des Card Sorting an [3], bei der Testpersonen Inhalte gruppieren und benennen. Gerade im Intranetbereich liefert dieses Vorgehen wertvolle Resultate, da es mit Mitarbeitern – also „echten“ Nutzern – durchgeführt werden kann.

Häufig kommen in Intranet-Landschaften neben einem zentralen Intranet weitere Sub-Intranets oder projektspezifische Tools wie Wikis, Teamspaces o.Ä. zum Einsatz. Nicht immer lassen sich all diese Anwendungen sinnvoll in die generelle Navigation des Haupt-Intranets eingliedern. In diesem Fall sollte das Unternehmen sicherstellen, dass zu jeder Zeit eine navigatorische Hin- und Rückverlinkung zwischen Haupt-Intranet und Zusatzanwendung möglich ist. Zum anderen sollte jede Anwendung innerhalb einer Intranet-Landschaft einen gleich bleibenden Identifikationsbereich im Seitenheader aufweisen, in dem neben der Navigation auch eine

eindeutige Kennung der aktuellen Anwendung zu sehen ist (z.B. Corporate Intranet, HR-Wiki etc.). Nur so bleiben während der Nutzung stets eine klare Orientierung und ein Navigieren ohne Kontrollverlust gewahrt.

Im neuen BASF-Intranet gelingen Orientierung und Navigation nicht zuletzt deshalb so problemlos, da sowohl das zentrale Intranetportal (BASF.net) als auch alle weiteren Intranet-Auftritte einen immer gleichen Kennungsbereich im Seitenheader inklusive eines klaren Titels aufweisen. Auch Navigations- und Bedienmechanismen funktionieren überall auf dieselbe Weise.

### Suchen und Finden

Teil einer guten Informationsarchitektur und ein entscheidender Faktor für Qualität und Erfolg eines Intranets ist auch die Auffindbarkeit von Informationen über die Suchfunktion. Gerade in Intranets befindet sich oft eine Fülle von Daten in verschiedensten Formaten und Dateitypen, die es über die Suche zu erfassen und vor allem auffindbar zu machen gilt. So genannte Enterprise Searches schaffen es heute bereits, Daten aus den verschiedenen Systemen einer Intranet-Landschaft übergreifend zu indexieren. Dabei kommt die Qualität der Suchergebnisse in der Nutzerwahrnehmung jedoch in der Regel nicht an diejenige von Suchen aus dem Internet heran. Dies liegt unter anderem an oft aussagegelassenen Dateinamen, fehlenden Meta-Informationen über die indexierten Dokumente und geringen Verlinkungsgraden der Dokumente untereinander. Hier können aus der Web-2.0-Welt bekannte Tagging-Mechanismen deutliche Verbesserungen herbeiführen [4], indem entweder automatisch oder durch Mitarbeiter manuell vergebene Schlagwörter (Tags) zu Dokumenten und Personen in die Suchergebnisse einfließen.

### User Experience – dem Nutzer zuliebe

Gute User Experience in Intranets meint in erster Linie das positive Gesamterlebnis eines Mitarbeiters beim Umgang mit dem Intranet. Die Nutzung muss Freude

machen und gleichzeitig einen Mehrwert bieten, d.h. dem Mitarbeiter bei einer Tätigkeit weiterhelfen. Dies lässt sich v.a. durch drei Aspekte erreichen: ein hochwertiges grafisches Design, eine leichte Bedienung aller Elemente, mit denen der Nutzer interagieren kann (z.B. Buttons, Dialoge etc.) sowie die Konsistenz der beiden erstgenannten Aspekte über alle Anwendungen des Intranets hinweg.

Während ein hochwertiges Design hauptsächlich in den Händen des umsetzenden Grafikdesigners liegt, gibt es hinsichtlich der Interaktionselemente einige Beispiele, deren Verwendung die User Experience nachweislich verbessern. Ein solches Beispiel sind die aus vielen Web-2.0-Anwendungen bekannten Lightboxen. Diese kleinen Layer-Module legen sich – ähnlich wie früher ein Popup-Fenster – über die Seite und können beliebige Inhalte darstellen.

Lightboxen sind intuitiv bedienbar, verhindern durch den ausgegrauten, aber immer sichtbaren Hintergrund einen Orientierungsverlust und vermitteln durch ihren optischen Effekt ein positives Nutzungsgedühl. Die Erfahrung zeigt, dass zum Beispiel Personalisierungseinstellungen in Intranets viel häufiger verändert werden, wenn sie über Lightboxen anpassbar sind, als wenn sie auf übergeordneten Seiten durchgeführt werden müssen.

Auch Interaktionen innerhalb einzelner Module ohne ein Neuladen der ganzen Seite (möglich durch die mit dem Web 2.0 aufgekommene AJAX-Technologie) tragen erheblich zu einer positiven User Experience bei. In Intranetportalen lassen sich so zum Beispiel je nach Informationsbedarf einzelne Module auf- oder zuklappen oder auch Kommentarfelder zu bestehenden Inhalten einfach einblenden. Solche Interaktionsformen, die sich eher nach einer Desktop-Applikation anfühlen, werden von Mitarbeitern häufiger genutzt als entsprechende Pendanten, die die Seiten jedes Mal neu laden.

Im BASF-Intranet finden die Nutzer von Beginn an immer gleiche Interaktionsprinzipien. Beim ersten Aufruf des Intranets kann jeder Mitarbeiter auf einem



Lightbox im BASF-Intranet

Willkommens-Screen, der als Lightbox über der Startseite liegt, seine persönlichen Einstellungen vornehmen. Später hat er jederzeit die Möglichkeit, diese Einstellungen über Lightboxen zu verändern, die direkt von denjenigen Modulen aus aufgerufen werden, deren Inhalt verändert wird (zum Beispiel Auswahl der Region im Modul für regionale Nachrichten oder die Auswahl des Unternehmensbereichs in einem Modul für bereichsspezifische Inhalte). Auch auf- und zuklappbare Applikationen oder automatisch eingeblendete Suchvorschläge während des Eintippens von Suchbegriffen tragen zu einem positiven Nutzungserlebnis bei.

## Fazit

Gute Informationsarchitektur und User Experience begünstigen die Nutzung von Intranets und darin enthaltener Kommunikationstools – und somit auch den aktiven Wissensaustausch. Mitarbeiter werden mehr Blog- oder Wiki-Einträge verfassen, Inhalte kommentieren oder Tags zu Dokumenten, Personen oder Seiten eintragen, wenn Intranets und alle angebotenen Anwendungen durchgehend nach den beschriebenen Prinzipien funktionieren. Die IA- und UX-Entwicklung sind also entscheidende Faktoren für den Erfolg jedes Intranets.

## Literatur

- [1] vgl. Ward, Toby (2009): Intranet 2.0 Increases Employee Engagement. [http://www.insidedge.net/intheknow/emails/archive/US/7.09\\_newsletter.html](http://www.insidedge.net/intheknow/emails/archive/US/7.09_newsletter.html)
- [2] vgl. Walsh, Patrick (2009): Intranets – defining IA and UX in the Enterprise-wide Information System (Part 3). <http://patrickwalsh.wordpress.com/2009/05/25/intranets-defining-ia-and-ux-in-the-enterprise-wide-information-system-part-3/>
- [3] vgl. Robertson, James (2009): What every intranet team should know. Step Two Designs, Australia.
- [4] vgl. Nielsen, Jakob (2009): Social Networking on Intranets. <http://www.useit.com/alertbox/social-intranet-features.html>

## Kontakt:

pixel park<sup>®</sup> Agentur

Pixelpark Agentur Köln  
 Marian Möhren  
 Bergmannstraße 72  
 10961 Berlin  
 Telefon: 0221 951515-0  
 Telefax: 0221 951515-66  
 E-Mail: [koeln@pixelpark.de](mailto:koeln@pixelpark.de)  
[www.pixelpark.de](http://www.pixelpark.de)