

Intranet Strategietage 2011

25. und 26. Mai 2011
Maritim Hotel, München

Praxis-Seminare für Intranet-Verantwortliche

- Intranet-Strategie und -Management
- Redaktionsprozesse und Content-Qualität
- Suche und Informationsarchitektur
- Intranet 2.0: Social Media im Intranet

Seminarleiter



Saim Alkan
aexea



Joachim Lindner
N:Sight Research



Stephan Schillerwein
Infocentric Research

Intranet Strategietage 2011

25. und 26. Mai 2011, Maritim Hotel, München

Mittwoch, 25. Mai 2011, Vormittag

Seminarteil 1 Intranet-Strategie und -Management



Leitung
Stephan Schillerwein
Head of Research,
Infocentric Research AG

Stephan Schillerwein führt bei der Infocentric Research AG praxisnahe Forschungsprojekte zur Optimierung von Intranets und anderen internen Informations- und Kommunikationsmedien durch. Er ist seit mehr als 10 Jahren sowohl Berater als auch Intranet Manager in diesem Fachbereich.

Trotz jahrelangen Bestehens und entsprechender Investition kommen viele Intranets über einen bestimmten Reifegrad nicht hinaus. Ihr Beitrag zum Unternehmenserfolg ist dadurch begrenzt und die strategische Bedeutung als Medium häufig eher unbekannt.

Dieser Seminarteil hilft dabei, eine strategische Positionierung des Intranets als universelle Arbeits-, Kommunikations- und Produktivitätsplattform für das Unternehmen zu entwickeln.

Key Learnings

- Vernachlässigte Erfolgsfaktoren für Intranets und ihre strategische Bedeutung
- Organisatorische Voraussetzungen für ein effektives Intranet Management
- Die Bedeutung des Stakeholder-Managements für die Akzeptanz des Intranets
- Die Rolle des Intranet Verantwortlichen
- Konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter und des Unternehmens

09.00 Kommunikation, Wissensmanagement, Collaboration – Die Rolle des Intranets

- Positionierung des Intranets im Unternehmenskontext
- Nur Informationsinstrument oder konkretes Arbeitsmittel?
- Die Diskrepanz zwischen Anspruch und Realität

09.30 Strategisches Intranet Management

- Ausgangslage und Treiber für eine Strategie
- Vorgehensweise und Inhalte einer Intranet Strategie
- Den Scope des Intranets richtig definieren

10.30 Kaffeepause

10.45 Die Aufgaben des Intranet Managers

- Kontinuierliches Verbesserungsprogramm statt Tagesgeschäft
- Betreuung der Stakeholder
- Unterwegs als Business Enabler

11.15 Steuerung durch klare Ziele und Governance

- Erfolgskontrolle und Performance Messung
- Überlegungen zur Wirtschaftlichkeit
- Das Schiff per Governance auf Kurs halten

12.30 Gemeinsames Mittagessen

Mittwoch, 25. Mai 2011, Nachmittag

Seminarteil 2 Redaktionsprozesse und Content-Qualität



Leitung
Saim Alkan
Geschäftsführer
aexa GmbH

Saim Alkan berät Unternehmen wie Daimler, WestLB oder Vattenfall hinsichtlich ihrer Internet- und Intranet-Aktivitäten, der Organisation von Redaktionen sowie Usability-Fragen. Seit 1998 schult er Online-Redakteure. Als Fachautor veröffentlichte er bislang vier Bücher. Aktuelle Entwicklungen zum Thema Online-Text dokumentiert und kommentiert er in seinem Weblog text-gold.de. Halbjährlich publiziert er die Content-Studie.

Der Intranetverantwortliche steht aktuell im Spannungsfeld zwischen den Stakeholdern im Unternehmen. Die Erwartungen sind hoch und nur selten werden die Möglichkeiten umfassend genutzt. Dabei liegen bei Content und Redaktion noch ungenutzte Potenziale.

Dieser Seminarteil zeigt die Chancen auf und diskutiert Wege zur Erschließung der Potenziale. Dabei stehen die Praxisrelevanz und Anwendbarkeit im Mittelpunkt.

Key-Learnings

- Qualität von Online-Texten im Intranet zur Erfüllung der Leserbedürfnisse
- Umsetzbare Möglichkeiten, das Intranet ohne Investitionen in Technik und Design zu verbessern
- Tipps und praxisnahe Richtlinien für gute Inhalte im Intranet
- Organisation und Prozesse der Intranet-Autoren
- Instrumente des Redaktions-Managements

13.30 Der Intranet-Verantwortliche in neuer Verantwortung

- Das Spannungsdreieck der Stakeholder

14.30 Die Struktur guter Online-Texte (Teil 1)

- Leserbedürfnisse erfüllen mit dem 7W-Modell
- So lesen wir am Monitor
- Jetzt gilt's: So schreiben Sie im Intranet
- Modularisieren – so wird's kürzer

15.00 Kaffeepause

15.15 Die Struktur guter Online-Texte (Teil 2)

- Lesehilfen für gestresste Augen
- Kleine Stilkunde
- Die Suche, das unbekannte Wesen
- Best-Practice und Worst-Case

16.30 Online Redaktionsmanagement

- Know-how und Motivation als Erfolgsfaktoren
- Defizite in der Redakteurs-Ausbildung
- Der Schreibprozess – so wird's besser
- Qualität in der Online-Redaktion
- Die Instrumente des Redaktions-Managements in Unternehmen

17.30 Ende des ersten Strategietages

Donnerstag, 26. Mai 2011, Vormittag

Seminarteil 3 Suche und Informationsarchitektur



Leitung
Stephan Schillerwein
Head of Research,
Infocentric Research AG

Die Frage nach dem größten Problem im Umgang mit dem Intranet wird von den meisten Benutzern einhellig beantwortet: Man findet nichts. Die Suche ist schlecht, die Navigationsmenüs sind nicht nachvollziehbar, die Sitemap ist völlig unübersichtlich. So bleiben die mit hohem Aufwand erstellten Inhalte eine ungenutzte Ressource.

Gleichzeitig sinkt die Akzeptanz des Intranets bei den Mitarbeitern immer weiter und der Ruf nach einer Suchmaschine à la Google wird laut. Mit der Technologie allein ist es jedoch bei weitem nicht getan. Erst ein aufeinander abgestimmtes Zusammenspiel aller konzeptionellen Aspekte der Inhaltsbereitstellung (Content Management) und Informationsnutzung führt zum Erfolg.

Key Learnings

- Wie man das Grundproblem schlechter Auffindbarkeit von Informationen löst
- Elemente der Informationsarchitektur und deren optimierte Gestaltung
- Grundlagen der Suchproblematik und warum sich die Suche im Intranet grundlegend von der Websuche unterscheidet
- Welche besonderen Herausforderungen Enterprise Search mit sich bringt
- Marktüberblick Suchmaschinen
- Evaluationskriterien für die Auswahl einer Intranet Suchmaschine
- Analyse und Auswertung der Suchanfragen

09.00 Suchen und Finden: Keine isolierte Aufgabe

- „Finden“ als Basisfunktion eines Intranets
- Einfluss mangelnder Auffindbarkeit auf das Unternehmen

09.15 Informationsarchitektur

- Grundlagen von Navigationsstruktur und Metadaten
- Optimierungstechniken
- Weiterführende Möglichkeiten des Informationszugangs

10.30 Kaffeepause

10.45 Grundlagen und Praxistipps zur Intranet Suche

- Ausgangslage und Ursache typischer Probleme
- Ansatzpunkte für die Optimierung
- Vorgehensweisen und Ressourcenbedarf

12.00 Vorgehen zur Evaluation von Suchmaschinen

- Auswahl einer Suchmaschine
- Marktsegmente und Preisklassen
- Beispiele und Anbieter-Steckbriefe

12.30 Gemeinsames Mittagessen

Donnerstag, 26. Mai 2011, Nachmittag

Seminarteil 4 Intranet 2.0: Social Media im Intranet



Leitung
Joachim Lindner
Senior Analyst,
N:Sight Research GmbH

Joachim Lindner arbeitet als Senior Analyst für die N:Sight Research GmbH. In den letzten 5 Jahren hat er bei der Unternehmenskommunikation von ABB das Intranet und Internet verantwortet. Während dieser Zeit hat er maßgeblich den Wandel des Intranets zu einer modernen, prozessunterstützenden Plattform mitgestaltet. Dazu gehörte die Mitarbeit in globalen Teams und Projekten zur Einführung von Web 2.0 und Enterprise 2.0 im Unternehmen.

Social Media Konzepte und Werkzeuge wie Blogs, Wikis, Social Messaging und Social Networks sind im Internet schon länger eine Erfolgsgeschichte. Die Bereitstellung dieser Konzepte und Werkzeuge im Kontext des Intranets bedarf einer genauen Erfolgsplanung und -analyse und verlangt vom Intranet Manager spezifisches Fachwissen.

Dieser Seminarteil beschreibt die Social Media Tools, Konzepte und Einsatzmöglichkeiten anhand von Fallbeispielen und Erfolgsfaktoren im Rahmen bzw. als Erweiterung des Intranets.

Key Learnings

- Möglichkeiten von Social Media zur Unterstützung der internen Unternehmenskommunikation
- Von Best Practice-Beispielen lernen
- Kritische Erfolgsfaktoren für die Etablierung von Social Media
- Social Media Reifegrad des eigenen Unternehmens
- Erkennen von Optimierungspotentialen und -maßnahmen

14.00 Social Media im Bezug auf das Intranet

- Intranet 2.0 als Treiber der Unternehmenskultur?
- Potenziale Enterprise 2.0

15.00 Übersicht über die Tools und Applikationen

15.30 Kaffeepause

15.45 Strategie und Ziele

- Szenarien zur Einführung
- Aufwandsbetrachtung

16.15 Erfolgsfaktoren und Beispiele aus der Praxis

17.00 Fragen und Abschlussdiskussion

17.30 Ende der Veranstaltung

Informations- & Organisations- Management SUMMIT

28. - 29. September 2011 in Frankfurt

Beachten Sie bitte auch den Fachkongress zum
Themenfeld Intranet, Enterprise 2.0 und Kollaboration!

www.iom-summit.de

Hiermit melde ich/melden wir uns an zu den **Intranet Strategietagen 2011** am 25. - 26. Mai 2011 in München

Firma _____

Straße _____

PLZ, Ort, Land _____

1. Teilnehmer

- Alle vier Seminaranteile, 25. Mai und 26. Mai
 Intranet Strategie, 25. Mai Redaktionsprozesse, 25. Mai
 Suche/Informationsarchitektur, 26. Mai Social Media im Intranet, 26. Mai

Vorname, Name _____

Position/Abteilung _____

Telefon _____

E-Mail _____

2. Teilnehmer (20 % günstiger)

- allen vier Seminaranteilen
 Intranet Strategie, 25. Mai Redaktionsprozesse, 25. Mai
 Suche/Informationsarchitektur, 26. Mai Social Media im Intranet, 26. Mai

Vorname, Name _____

Position/Abteilung _____

Telefon _____

E-Mail _____

Rechnungsanschrift

Bitte stellen Sie die Teilnehmerkosten an folgende Rechnungsanschrift

- Meine oben genannte Anschrift

Folgende Rechnungsanschrift:

Datum _____ Unterschrift _____

Termin

Intranet Strategietagen 2011

25. Mai 2011 09:00-17:30 Seminaranteile 1 und 2
26. Mai 2011 09:00-17:30 Seminaranteile 3 und 4

Veranstaltungsort

Maritim Hotel
Goethestraße 7
80336 München
Telefon +49-89-55235-0

Übernachtung

Informationen zu Übernachtungsmöglichkeiten in München erhalten Sie aktuell auf der Seite www.intranet-strategietage.de/information

Zur Veranstaltungszeit ist eine größere Messe in München. Daher sind Hotels teils teuer und schwer zu finden. Für Veranstaltungsteilnehmer halten wir ein Kontingent von Zimmern im zentral und nahe gelegenen Motel One Sendlinger Tor, Herzog-Wilhelm-Straße 28. Diese Zimmer können Sie nur direkt über Kongress Media abrufen. Das Einzelzimmer kostet 119,- Euro ohne Frühstück. Frühstück optional 7,50 Euro. Für eine Zimmerbuchung schreiben Sie uns kurz ein Email an Herrn Staacke ls@kongressmedia.de oder rufen Sie uns kurz an 089-2000-1463.

Teilnahmeleistungen

- Teilnahme an den gewählten Seminaranteilen
- Unterlagen der gewählten Seminaranteile
- Teilnahme-Zertifikat
- Mittagessen, Kaffeepausen und Getränke

Teilnehmerkosten

Buchungsarten	bis 16.05.11	ab 17.05.11
Alle Seminaranteile	€ 1.290,-	€ 1.490,-
3 Seminaranteile	€ 1.090,-	€ 1.290,-
2 Seminaranteile	€ 890,-	€ 1.090,-
1 Seminaranteil	€ 690,-	€ 890,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

Weitere Teilnehmer aus demselben Unternehmen erhalten 20 % Nachlass.

Stornierung oder Umbuchung

Bei Stornierung der Anmeldung bis 30 Tage vor Veranstaltungstermin ist die Absage kostenfrei. Bei Stornierung im Zeitraum von 30 Tagen bis 14 Tage vor dem Veranstaltungstermin berechnen wir eine Bearbeitungsgebühr von 50 % der Teilnahmegebühr. Bei späteren Absagen wird die gesamte Teilnahmegebühr berechnet. Die Stornierungserklärung bedarf der Schriftform. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit ohne Kosten benannt werden. Eine Umbuchung auf andere Kongress Media GmbH Veranstaltungen ist bis eine Woche vor der gebuchten Veranstaltung kostenfrei möglich. Dabei muss die Buchungshöhe der neuen Veranstaltungen den Betrag der aktuellen Buchung mindestens erreichen.

Datensicherheit

Ihre personenbezogenen Daten werden nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) erhoben und verarbeitet. Sie werden sorgfältig entsprechend den gesetzlichen Grundlagen behandelt. Insbesondere werden Ihre personenbezogenen Daten (Anschrift, Telefonnummer, E-Mail Adresse, Funktion) grundsätzlich nicht an Dritte weitergegeben. Name und Firma der Teilnehmer veröffentlichen wir bei einigen Konferenzen in Teilnehmerlisten.

Teilnahmebestätigung/Unterlagen

Sie erhalten von uns eine Anmeldebestätigung per E-Mail. Die Registrierung vor Ort ist jeweils 30 Minuten vor Seminar-/Konferenzbeginn geöffnet. Sie müssen keine Unterlagen mitbringen. Die Seminar- und Konferenzskripte erhalten Sie am Empfang zusammen mit Ihrem Namensschild für die Veranstaltung.

Kontakt

Kongress Media GmbH
Tegernseer Landstraße 29
81541 München
Telefon +49-89-4523-7090
Fax +49-89-4523-7091
Anmeldefax +49-89-2000-1464
service@kongressmedia.de

KongressMedia

Weitere Informationen und Online Anmeldung

www.intranet-strategietage.de