



Inhaltsverzeichnis

Social Intranet

- Kommunikation fördern- Wissen teilen- Effizient zusammenarbeiten

Herausgegeben von Frank Wolf

ISBN: 978-3-446-42791-4

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser.de/978-3-446-42791-4>

sowie im Buchhandel.

Inhalt

Einleitung	7
Das Intranet erfindet sich neu	12
Kapitel 1 Social Intranet Die neue Rolle des Intranets für den digitalen Arbeitsplatz	14
Kapitel 2 Trends für Intranet und digitalen Arbeitsplatz	40
Auf dem Weg zum Social Intranet	50
Kapitel 3 Zwischen Planung und Improvisation Der Weg zum Social Intranet	52
Kapitel 4 Nutzen und ROI eines sozialen Intranets	74
Kapitel 5 Enterprise 2.0 im Management Frischzellenkur für Unternehmen	88
Kapitel 6 Bändigung der Wildnis Effektive Steuerung von Social Media	106
Kapitel 7 Kultur- und Technikgestaltung in Social-Intranet-Projekten	122
Kapitel 8 Auswahl der richtigen Tools für ein Social Intranet	142
Kapitel 9 Informationsarchitektur für Social Intranets	156
Kapitel 10 Wissen optimal nutzen Wie Suche im Intranet erfolgreich wird	180

Social-Intranet-Fallstudien	204
Kapitel 11 DiBaDu – Das Intranet und Du Die Rolle des Intranets in der Internen Kommunikation der ING-DiBa	208
Kapitel 12 Von der Beschallung zum Dialog Wie die Interne Kommunikation der Deutschen Telekom das Web-2.0-Zeitalter einläutet	226
Kapitel 13 Social Intranet fördert Innovationen Die Triple-i Initiative der Bayer AG	236
Kapitel 14 Social Media im Prozessmanagement Die sanfte Revolution	246
Kapitel 15 Vom Unternehmensportal zum Mitarbeiternetzwerk Wie SAP durch Social Media im Unternehmen Unterneh- mensgrenzen überwindet und die Prozesseffizienz steigert	265
Kapitel 16 Das Social Intranet und seine Rolle für das Wissensmanagement	287
Glossar	302
Autorenverzeichnis	309
Digitale Zukunftschance – Computerkurs in Nicaragua	315