



Vom klassischen Intranet zum Digital Workplace: Die Zukunft der digitalen Arbeitswelt

Vom klassischen Intranet zum Digital Workplace: Die Zukunft der digitalen Arbeitswelt

Management Summary

Im Fokus der Weiterentwicklung des Intranets steht die nahtlose Integration von Tools und Programmen hin zum digitalen Arbeitsplatz, die durch Künstliche Intelligenz (KI), Automatisierung und Single Sign-On (SSO) unterstützt wird. Diese Entwicklungen steigern Effizienz und Produktivität, indem sie den schnellen, toolübergreifenden Zugriff auf Informationen ermöglichen und interne Prozesse optimieren. Studien zeigen, dass Mitarbeitende im Durchschnitt 19 % ihrer Arbeitszeit mit der Suche nach Informationen verbringen¹ – ein KI-gestütztes Intranet kann diesen Aufwand um bis zu 70 % reduzieren¹. Gleichzeitig steigt die Relevanz der Suchergebnisse um bis zu 80 %², was die Qualität und Geschwindigkeit der Informationsfindung erheblich verbessert.

Die Nutzung bestehender Microsoft-365-Lösungen sowie KI-gestützter Content-Erstellung ermöglicht das Senken von Lizenzkosten und reduziert den redaktionellen Aufwand in Redaktionsprozessen erheblich – laut IDC um bis zu 30–50 %³. Gleichzeitig fördern neue, an Social-Media-orientierte Formate wie kurze Videos, interaktive Inhalte und dezentrale Nachrichtenproduktion das Engagement der Mitarbeiter. Unternehmen mit solchen interaktiven Intranet Formaten berichten von einer bis zu 35 % höheren internen Beteiligung an Kommunikationsinhalten⁴. Somit profitiert das Unternehmen von einer effektiven Verfügbarkeit von Informationen.

Um dies zu erreichen, sind konkrete Schritte notwendig mit Fokus auf die Überarbeitung der Softwarelandschaft, der Redaktionsprozesse und der Rolle des Intranets in der internen Kommunikation des Unternehmens unter Einbeziehung neuer Technologien.

Top-Trends 2025

Vom Intranet zum Digital Workplace: Die Entwicklung geht weiter

Das klassische Intranet, einst als isolierte Plattform für interne Kommunikation und Informationsverteilung konzipiert, entwickelt sich zunehmend zu einem integrativen Digitalen Arbeitsplatz (Digital Workplace). Im Mittelpunkt steht nicht mehr das Intranet als Einzellösung, sondern die nahtlose Integration verschiedenster Programme und Tools. Dieser Trend, der bereits vor Jahren begann, wird mit der wachsenden Anzahl von Applikationen und der steigenden Komplexität der Arbeitsumgebung immer bedeutender. Neue Möglichkeiten zur besseren Verzahnung von Applikationen fördern diesen Wandel und schaffen die Grundlage für den modernen Digital Workplace.

Entscheidend für einen erfolgreichen Digital Workplace sind eine übergreifende Navigation und eine leistungsfähige, toolübergreifende Suchfunktion. Diese Funktionen sparen Zeit und steigern die Produktivität. Neu hinzu kommen KI-basierte Chatbots und einfache Prozessautomatisierungstools (z.B. Microsoft Power Automate), die als zentrale Schnittstelle schnell Informationen und Funktionen über Plattformen hinweg bereitstellen. Laut einer Untersuchung von Master of Code Global glauben 61% der Befragten, dass

Chatbots die Produktivität durch Automatisierung von Aufgabenverfolgungen steigern können.⁵ Zudem berichten 55% der Unternehmen, die digitale Assistenten nutzen, von einer Zunahme qualitativ hochwertiger Leads.⁵

Das Zusammenspiel von Chatbots und klassischen Intranetseiten

Chatbots gewinnen zunehmend an Bedeutung. Sie ermöglichen den toolübergreifenden Zugriff auf Inhalte und liefern schnelle, kontextbasierte Antworten auf Nutzeranfragen. Dies spart Zeit und erhöht die Reaktionsgeschwindigkeit, was insbesondere in großen Organisationen mit komplexen Informationsstrukturen von Vorteil ist. Eine Studie von Cflow zeigt, dass 73% der IT-Führungskräfte Einsparungen von 10–50% der für Aufgaben benötigten Zeit auf die Automatisierung zurückführen.⁶ Diese Zahlen verdeutlichen das Potenzial von KI-basierten Tools und Prozessautomatisierung zur Steigerung der Effizienz und Produktivität in modernen digitalen Arbeitsumgebungen.

Dennoch behalten klassische Intranetseiten ihre Relevanz. Sie bieten grafisch aufbereitete Informationen, die besonders beim Onboarding neuer Kollegen oder bei der Einführung in neue Themenbereiche wichtig sind. Sprich wenn der Nutzer keine konkrete Frage hat, sondern sich allgemein über ein Thema informieren will. Darüber hinaus dienen

die Intranetseiten als "Outbound Links" für Chatbots und als Datengrundlage für Chatbots (ohne gesondert die Datengrundlage für die Chatbots erzeugen zu müssen). Die Seiten dienen des Weiteren auch dazu, aktuelle Unternehmensnachrichten ansprechend zur Verfügung zu stellen – ähnlich Social Media oder einer Zeitung. So kann eine erfolgreich implementierte Intranetlösung die Mitarbeiterbindung um bis zu 92 % erhöhen und die Arbeitsproduktivität um 25 % steigern.⁷

Single Sign-On als Schlüsseltechnologie

Ein weiterer wichtiger Faktor für den reibungslosen Wechsel zwischen verschiedenen Anwendungen ist Single Sign-On (SSO). Diese Technologie ermöglicht es Nutzern, sich einmalig anzumelden und anschließend auf alle verbundenen Systeme und Anwendungen zuzugreifen. SSO reduziert den Verwaltungsaufwand für IT-Abteilungen, verbessert die Benutzererfahrung und erhöht die Sicherheit durch zentrale Authentifizierungsmechanismen.

Effizienz als zentrale Anforderung an den Digital Workplace

Kostensenkung

Das Intranet in seiner klassischen Form soll den Mitarbeitern als effektives Werkzeug dienen, um ihre Aufgaben effizienter zu

bewältigen. Der primäre Nutzen liegt in der schnellen Verfügbarkeit von Informationen, die den Arbeitsalltag erleichtert. Somit geht auch die Anzahl von Anfragen an interne Service-Abteilungen wie IT, HR oder die Rechtsabteilung zurück. Dieser Effizienzgewinn ist besonders wichtig, da Unternehmen im Wettbewerb gezwungen sind, ihre internen Prozesse kosteneffektiver zu gestalten. Alle diese Abteilungen kosten Geld – ohne direkt Geld einzubringen – sondern ermöglichen andere Prozesse. Daher müssen diese Unterstützungsprozesse aber so effizient wie möglich aufgestellt sein.

Ein bedeutender Faktor für die Kostensenkung ist die Nutzung bestehender Technologien. Der Marktanteil von Microsoft an Intranetumgebungen wird daher weiter wachsen, da viele Unternehmen bereits über Microsoft 365 Lizenzen verfügen. Diese Lizenzen beinhalten zahlreiche Tools, die für den Aufbau und Betrieb eines modernen Intranets genutzt werden können, ohne dass zusätzliche Lizenzkosten anfallen. Zudem verfügt die IT-Abteilung oft über umfangreiches Microsoft-Know-how, das für den Ausbau von Intranetlösungen genutzt werden kann.

Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz kann die Kosten im Redaktionsprozess erheblich senken. KI-Technologien ermöglichen die automatische Erstellung von Bildern, Videos und Texten, was den



Aufwand für die Content-Erstellung reduziert und gleichzeitig die Geschwindigkeit der Informationsbereitstellung erhöht. Zudem berichten Unternehmen, die KI-gestützte Content-Tools nutzen, von Einsparungen zwischen 40 % und 60 % bei den Erstellungskosten.⁸

Output steigern

Neben der Kostensenkung ist die Steigerung des Outputs entscheidend. Es geht weniger um die Menge an Informationen in einem Intranet, sondern darum, fachliche oder organisatorische Informationen erfolgreich zu verteilen und bereitzustellen. Sprich die richtige Information zur richtigen Zeit an den Mitarbeiter zu bringen.

Das Intranet wird zunehmend von den Erkenntnissen aus den sozialen Medien beeinflusst. Der Content im Intranet entwickelt sich weg von rein lexikalischen Informationen hin zu einem erlebnisorientierten Ansatz, der an soziale Medien erinnert. Diese Transformation fördert die Interaktion und das Engagement der Mitarbeiter, wodurch Informationen schneller konsumiert und besser verstanden werden.

Neue Nachrichtenformate: Inhalte müssen kürzer und ansprechender gestaltet werden. Kurze Videos im Stil von Instagram, Bilder mit begleitenden Texten und gesprochene Nachrichten gewinnen an Bedeutung. Komplexe Themen werden nicht mehr in langen Texten präsentiert, sondern in mehrere, leicht verdauliche

Nachrichten aufgeteilt. Die bisher an Pressemitteilungen angelegten Nachrichtenformate werden sich zukünftig an erfolgreichen Social-Media-Kanälen orientieren. Kurz, prägnant und auf den Punkt. Klicks zeigen, dass die Adoption des Intranets gut ist. Somit sind sich Social Media und Intranet überraschend ähnlich in der Erfolgsmessung. Nur dass einmal „die Information selbst verkauft wird“ – einmal die Information nur Mittel zum Zweck ist, um Geld mit Werbung zu verdienen.

Erstellung von Videoinhalten mit KI: Da Vorstände nicht in der Lage sein werden, in zahlreichen Videos selbst aufzutreten, werden unterschiedliche Videoformate Einzug halten. KI kann Videos mit passenden Visualisierungen generieren, die durch redaktionelle Bilder, etwa aus PowerPoint-Präsentationen, ergänzt werden. Alternativ können KI-generierte Videos in Zukunft mit Avataren des Vorstands oder einem Maskottchen produziert werden. Die Lösungen werden ständig besser. Eine andere Option ist, dass Mitarbeiter der Kommunikationsabteilungen als „Anchorman“ oder Influencer auftreten und Nachrichten im Auftrag des Unternehmens verbreiten. Bereits heute verfügt so manche Abteilung über einen „Mr. Intranet“, den jeder kennt, weil er auf Grund seiner Rolle als Intranetmanager gut vernetzt ist. Darauf kann man aufbauen.

Dezentrale Nachrichtenproduktion: Ein weiterer Trend ist die Dezentralisierung der Nachrichtenproduktion. Nicht nur die Kommunikationsabteilung, sondern auch andere Servicebereiche wie HR, IT und Teamleiter werden vermehrt eigene Informationen teilen.

Dieser Trend, bekannt als "Social Intranet", hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen und wird durch den Einsatz von KI weiter verstärkt. Mit den richtigen Schulungen und entsprechenden KI-Tools können auch diese dezentralen Nachrichtenerzeuger professionellere Inhalte mit wenig Zeiteinsatz erstellen und die interne Kommunikation bereichern. Ein Teil effektiver Kommunikation kann ein gut implementiertes Social Intranet sein, das als zentrale Ergänzung zu bestehenden Kanälen Transparenz schafft und den Dialog fördert. Laut einer Studie von Sociable glauben 72% der Unternehmensleiter, dass effektive Kommunikation die Produktivität ihres Teams erhöht hat.⁹

Empfohlene Schritte zur Überarbeitung der Digital Workplace-Strategie

1. Analyse der Softwarelandschaft:

Welche Lösungen könnten abgeschaltet und durch andere ersetzt werden? Insbesondere, wenn kein Intranet auf Basis von Microsoft 365 genutzt wird – hinterfragen Sie den Mehrwert.

2. Erstellung einer Digital Workplace-Strategie:

Entwickeln Sie ein übergreifendes Konzept, das verschiedene Applikationen integriert.

3. Bestehendes Intranet verbessern:

Definieren Sie Prozesse, die von einem überarbeiteten Intranet profitieren können. Überarbeiten Sie dann das Intranet (auch unter Nutzung von KI und Prozessautomatisierung).

4. KI in Content-Prozesse integrieren:

Nutzen Sie KI, um die Kosten in der Content-Erstellung zu senken. Beachten Sie, dass 80%-Lösungen mit 20% Aufwand eine erhebliche Kostenersparnis bringen. Die Aufmerksamkeitsspanne Ihrer Mitarbeiter ist kurz – diese überfliegen das Intranet meist nur – daher genügen oft 80%-Lösungen.

5. Neue Content-Strategie entwickeln:

Klassische Nachrichten werden im Intranet oft nicht gelesen. In ihrer Freizeit konsumieren Ihre Mitarbeiter Podcasts, schauen YouTube oder nutzen soziale Medien. Nachrichten, die Spaß machen, werden deutlich besser funktionieren.

So können Kosten gesenkt und die Informationsverfügbarkeit verbessert werden. Darüber hinaus bieten sich über das Intranet schnell umsetzbare Use Cases im Hinblick auf KI an, die Unternehmen einen Weg in dieses vielseitige Thema ebnen kann.

Über die Autoren



Chris West

Geschäftsführer

Purple Bird Technology International, Dubai

Chris West ist Geschäftsführer der Purple Bird Technology International in Dubai, ein Unternehmen der Purple Bird Technology Gruppe. Während seiner akademischen Laufbahn absolvierte er ein Studium in Technologiemanagement an der Ludwig-Maximilians-Universität und der Technischen Universität München. Als Gastwissenschaftler war er an der UC Berkeley in Kalifornien tätig, wo er im Bereich Digitalisierung forschte. Als ausgewiesener Experte für agiles Management berät er seit über 15

Jahren Unternehmen bei der agilen Transformation sowie der Optimierung ihrer Prozesse.



Thomas Maier

Geschäftsführer

Purple Bird Technology, München

Thomas Maier ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der Purple Bird Technology. Nach seinem Studium der Betriebswirtschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität und dem Honors-Elitestudiengang an der Universität Regensburg absolvierte er Stationen als angestellter Unternehmensberater, freiberuflicher Berater und im Konzern. Im Jahr 2020 gründete er die Digitalisierungs- und Organisationsberatung Purple Bird Technology mit Hauptsitz in München.

Prestigeträchtige Unternehmen, wie DAX 40 Konzerne, zählen zu ihren Kunden. Darüber hinaus absolvierte er verschiedene mehrmonatige Lehrgänge wie die Ausbildung zum Business Coach, das Certificate of Human Capital Management (Ludwig-Maximilians-Universität) und die Ausbildung zum Business Trainer.



Dr. Julius Rößner

Geschäftsführer

2JR GmbH, Eggenfelden und München

Julius Rößner ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der 2JR GmbH, die Organisationen im Bereich Strategie und Kommunikation berät. Nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre in Deutschland, Peru, Liechtenstein und der Schweiz ist er als Unternehmensberater tätig. Zu seinen Kunden gehören neben Dax-40-Konzerne und Nasdaq-100-Unternehmen auch KMUs.

Darüber hinaus gründete er Prühmühle Seminare, welche sich auf die Weiterbildung von Mitarbeitern im Bereich der Kommunikation und Digitalisierung fokussiert. Er ist Autor von zahlreichen Veröffentlichungen und zudem Gastdozent an diversen deutschen Hochschulen, wie der International School of Management in München und der Technischen Hochschule in Deggendorf.



Quellen

¹ McKinsey (2022): The Future of Work with AI

² Google AI & Microsoft Research (2022): Advancements in Enterprise AI Search

³ IDC (2023): The Business Value of AI in Enterprise Search

⁴ Forrester (2021): Cognitive Search and AI, tef.forrester.com

⁵ Master of Code Global: *Chatbot Statistics 2023*, masterofcode.com

⁶ Cflow: *Workflow Automation Statistics 2024*, cflowapps.com

⁷ IDEO Software: *The Role of Intranet in HR and Onboarding*, <https://www.ideosoftware.com/blog/role-of-intranet-in-hr-processes-and-onboarding-of-new-employees>

⁸ Emory University: *AI-Generated Content is a Game Changer for Marketers, but at What Cost?* <https://www.emorybusiness.com/2023/01/19/ai-generated-content-is-a-game-changer-for-marketers-but-at-what-cost/>

⁹ Sociabble: *Internal Communications Statistics 2023* <https://www.sociabble.com/blog/internal-communication/internal-communications-stats/>