

∞ KOSTENLOSES WORKBOOK · VERSION 1.0 · OKTOBER 2026

DIE INTRANET-CHECKLISTE

Das Workbook für Ihr SharePoint Intranet

Acht Kapitel, die vor dem ersten Klick in SharePoint geklärt sein sollten. Ausgefüllt ist es Ihr Konzept.

FÜR
KOMMUNIKATION · HR · IT · GESCHÄFTSFÜHRUNG

DAUER
2 BIS 3 STUNDEN, AM BESTEN IM WORKSHOP

STAND
OKTOBER 2026

Bevor Sie starten

Ein Intranet ist schnell gebaut und langsam gescheitert. Die Entscheidungen, die am Ende über Erfolg oder Misserfolg bestimmen, fallen fast alle vor dem ersten Klick in SharePoint. Dieses Workbook sammelt genau diese Entscheidungen in acht Kapiteln. Wenn Sie es ausgefüllt haben, halten Sie ein Konzept auf wenigen Seiten in der Hand, mit dem Sie Geschäftsführung, IT oder einen Dienstleister ins Gespräch holen können.

Geschrieben haben wir es für interne Kommunikation, HR, IT und Geschäftsführung in Unternehmen zwischen 50 und 5.000 Mitarbeitenden, die ein Intranet auf Microsoft 365 planen oder ein altes ablösen wollen. SharePoint-Kenntnisse brauchen Sie dafür nicht.

Jedes Kapitel beginnt mit ein paar Sätzen dazu, warum der Punkt überhaupt wichtig ist. Danach folgt eine Checkliste mit den Fragen, die Sie beantworten können sollten, und ein oder zwei Arbeitsblätter zum Ausfüllen, direkt im Dokument oder ausgedruckt. Am Ende jedes Kapitels steht ein Hinweis aus unseren Projekten, der Ihnen mit etwas Glück eine Schleife erspart.

Rechnen Sie mit zwei bis drei Stunden. Am besten füllen Sie das Workbook in einem Workshop aus, bei dem Kommunikation, HR und IT am selben Tisch sitzen. Alleine ausgefüllt ist es ein guter erster Entwurf, gemeinsam ausgefüllt ist es ein Konzept.

Ein Hinweis noch vorab, weil er so oft übersehen wird. Ein Intranet ist ein Kommunikationsprojekt mit technischem Unterbau, nicht umgekehrt. Deshalb beginnt dieses Workbook bei den Zielen und den Menschen und kommt erst in Kapitel 6 zur Technik. Dort wird es dann erstaunlich kurz.

Die Inhalte stützen sich auf die Planungsanleitung von Microsoft für SharePoint Intranets und auf unsere eigenen Projekte seit SharePoint 2010. Die Quellen finden Sie am Ende des Dokuments.

Die acht Kapitel

01

Ziele

Wofür bauen wir das eigentlich?

02

Zielgruppen und Inhalte

Für wen, und was genau?

03

Struktur und Navigation

Wie finden Menschen, was sie suchen?

04

Redaktion und Governance

Wer hält es am Leben?

05

Berechtigungen und Sicherheit

Wer sieht was?

06

Technik

Was brauchen wir technisch wirklich?

07

Einführung und Launch

Wie kommt es bei den Menschen an?

08

Betrieb

Wie bleibt es lebendig?

Wofür bauen wir das eigentlich?

Die erfolgreichsten Intranets sehen nicht nur gut aus, sie helfen Menschen dabei, ihre Arbeit zu erledigen. Ein Intranet ohne klare Ziele wird an der falschen Stelle gemessen, nämlich an Klicks statt an Wirkung, und verliert nach dem Launch schnell Budget und Aufmerksamkeit. Microsoft rät deshalb, jedes Intranet-Vorhaben an die strategischen Ziele des Unternehmens zu koppeln und die Kennzahlen festzulegen, bevor irgendetwas gebaut wird.

Checkliste

- ☐ Wir können in einem Satz sagen, welches Problem das Intranet löst, zum Beispiel „Niemand findet den aktuellen Urlaubsantrag“.
- ☐ Wir haben drei Unternehmensziele benannt, auf die das Intranet einzahlt.
- ☐ Wir haben die letzte Mitarbeiterbefragung nach Schmerzpunkten durchsucht, etwa beim Informationsfluss oder bei der Suche.
- ☐ Jemand aus der Geschäftsführung steht als Sponsor hinter dem Projekt und sichert das Budget.
- ☐ Für jedes Ziel haben wir eine Systemkennzahl wie Seitenaufrufe und eine Geschäftskennzahl wie weniger Anfragen an HR.
- ☐ Wir wissen, womit wir starten und was bewusst erst in einer späteren Etappe kommt.

Arbeitsblatt 1a – Die Titelstory

Stellen Sie sich vor, in zwölf Monaten erscheint in Ihrer Mitarbeiterzeitung ein Artikel über das neue Intranet. Schreiben Sie ihn in drei Zeilen.

Die Schlagzeile

Drei Dinge, die Mitarbeitende jetzt können, die vorher nicht gingen

Ein wörtliches Zitat von jemandem aus der Produktion oder vom Standort

Die Übung stammt aus dem Planungsleitfaden von Microsoft und wirkt auf den ersten Blick harmlos. In unseren Workshops ist sie der schnellste Weg, Geschäftsführung, HR und IT auf ein gemeinsames Bild zu bringen.

Arbeitsblatt 1b – Initiativen und Kennzahlen

Tragen Sie Ihre drei bis fünf wichtigsten Vorhaben ein, mehr nicht. Was hier keinen Platz findet, kommt in eine spätere Etappe. Die ersten beiden Zeilen sind Beispiele.

Initiative	Löst welches Problem?	Für wie viele Menschen?	Verantwortlich	Systemkennzahl	Geschäftskennzahl
HR-Portal mit Selbstbedienung	Anfragen zu Gehalt, Urlaub und Benefits landen alle bei HR	Alle 800 Mitarbeitenden	HR-Leitung	Seitenaufrufe, Downloads der Formulare	30 % weniger HR-Tickets in 6 Monaten
Wöchentliche News der Geschäftsführung	Die Strategie kommt an der Basis nicht an	Alle	Kommunikation	Lesequote, Kommentare	Mehr Zustimmung zu „Ich kenne die Unternehmensziele“ in der Befragung

Danach bewerten Sie jede Initiative nach zwei Fragen. Wie groß ist die Wirkung, und wie leicht lässt sie sich mit Bordmitteln umsetzen? Die Initiative mit großer Wirkung und kleinem Aufwand ist Ihr Startprojekt. Microsoft stellt dazu vier Prüffragen, die wir gerne übernehmen. Löst es ein echtes Problem? Wie viele Menschen werden es nutzen? Ist es in vertretbarer Zeit machbar? Und was bekommt das Unternehmen dafür zurück?

AUS DER PRAXIS

Das Ziel, das wir in Workshops am häufigsten hören, lautet „alle Informationen an einem Ort“. Damit lässt sich leider nichts anfangen, weil jede Dateiablage es genauso erfüllt. Fragen Sie weiter. Welche Information, für wen, und was ändert sich, wenn sie gefunden wird? Erst dann wissen Sie, was auf die Startseite gehört und was nicht.

Für wen, und was genau?

Sie können kein Intranet bauen, ohne die Menschen zu kennen, für die Sie es bauen. Microsoft formuliert das ziemlich deutlich. Die Sicht der Seitenverantwortlichen reicht nicht aus, denn sie wissen, was sie veröffentlichen wollen, aber nicht, was ihre Leserinnen und Leser tatsächlich brauchen. Dazu kommt die Frage nach den Inhalten selbst. Was von heute kommt mit, was wird neu geschrieben, und was lassen Sie bewusst zurück?

Checkliste

- ☐ Wir haben drei bis fünf typische Nutzerprofile beschrieben, und zwar nach Situation statt nach Abteilung, etwa „neu im Unternehmen“, „arbeitet ohne Büroarbeitsplatz“ oder „führt ein Team“.
- ☐ Wir haben mit Vertretern jedes Profils gesprochen, nicht nur mit den Abteilungsleitungen.
- ☐ Wir haben Mitarbeitende befragt, die in den letzten zwei bis drei Monaten angefangen haben, was für sie schwer zu finden war.
- ☐ Wir wissen, wie viele Mitarbeitende keinen festen PC-Arbeitsplatz haben, etwa in Produktion, Außendienst, Pflege oder Filiale.
- ☐ Wir haben eine Inventur des bestehenden Intranets oder der heutigen Ablagen gemacht.
- ☐ Für jeden Inhaltsbereich haben wir entschieden, ob wir ihn übernehmen, neu schreiben oder weglassen.
- ☐ Wir haben uns bewusst gegen „alles migrieren“ entschieden.

Arbeitsblatt 2a – Nutzerprofile

Microsoft empfiehlt Personas, also erfundene, aber realistische Beschreibungen typischer Nutzer. Starten Sie mit diesen sechs und streichen Sie, was bei Ihnen nicht vorkommt.

Profil	Typischer Tag	Die drei häufigsten Fragen ans Intranet	Gerät	Wie viele Personen?
Neu im Unternehmen	Kennt niemanden und keine Abkürzungen	Wer macht was? Wo ist was? Wie beantrage ich ...?	Laptop	
Wissensarbeiter im Büro	Lebt in Teams und Outlook	Wo ist die aktuelle Vorlage? Wer ist zuständig? Was ist neu?	Laptop, Teams	
Ohne festen Arbeitsplatz (Produktion, Außendienst)	Kurze Pausen, kein eigener PC	Dienstplan, Speiseplan, Urlaub, Sicherheitshinweise	Smartphone	
Führungskraft	Wenig Zeit, viele Entscheidungen	Was muss mein Team wissen? Welche Prozesse gelten?	Laptop, Smartphone	
Vertrieb und Kundenkontakt	Unterwegs, beim Kunden	Produktinfos, Präsentationen, Preise	Smartphone, Tablet	
Redaktion und Seitenverantwortliche	Pflegt Seiten für eine Abteilung	Wie veröffentliche ich? Wer liest es überhaupt?	Laptop	

Arbeitsblatt 2b – Szenarien statt Anforderungen

Microsoft arbeitet in der Planung mit einem einfachen Satzmuster, das dazu zwingt, vom Nutzen her zu denken. Füllen Sie fünf bis zehn Zeilen aus, die wichtigsten zuerst. Die ersten beiden sind Beispiele.

Als ...	brauche ich ...	damit ich ...	Erfolgreich ist das, wenn ...
Mitarbeiterin in der Produktion	den aktuellen Schichtplan auf dem Handy	nicht beim Schichtleiter nachfragen muss	die Anrufe beim Schichtleiter spürbar zurückgehen
Neuer Kollege	ein Verzeichnis mit Foto, Rolle und Abteilung	weiß, wen ich bei welcher Frage anspreche	ich in der ersten Woche ohne Hilfe den richtigen Ansprechpartner finde

Arbeitsblatt 2c – Inhaltsinventur

Sie müssen nichts migrieren. Oft geht es schneller, Inhalte für das neue Intranet neu zu schreiben, als veraltete Dokumente umzuziehen. Microsoft rät, nur das mitzunehmen, was relevant und aktuell ist und für das Ziel der jeweiligen Seite gebraucht wird. Die ersten drei Zeilen sind Beispiele.

Inhaltsbereich	Wo liegt er heute?	Verantwortlich	Zuletzt aktualisiert	Entscheidung	Bemerkung
HR-Formulare	Netzlaufwerk H:\Personal	HR	2024	Neu schreiben, als Seiten	Nur die acht meistgenutzten Formulare, der Rest bleibt bei HR
Speiseplan	E-Mail-Verteiler jeden Montag	Kantine	wöchentlich	Übernehmen	Als Seite, damit es auf dem Handy lesbar ist
Altes Qualitätshandbuch	Altes Intranet, 400 Seiten	QM	2019	Weglassen	Wird im DMS gepflegt, das Intranet verlinkt nur dorthin

Für die Spalte „Entscheidung“ gibt es drei Möglichkeiten. Übernehmen, wenn der Inhalt aktuell ist und genutzt wird. Neu schreiben, wenn er wichtig ist, aber veraltet oder nur als Dokument statt als Seite vorliegt. Weglassen, wenn ihn in den letzten zwölf Monaten niemand gebraucht hat.

AUS DER PRAXIS

Dateinamen wie „Reisekosten_v3_final_neu.docx“ sind kein Inhalt, sondern ein Symptom. Wer solche Dateien migriert, bekommt hinterher eine Suche, die vier Versionen desselben Dokuments findet und nicht sagen kann, welche gilt. SharePoint versioniert selbst. Nehmen Sie nur die letzte Fassung mit, ohne Versionsnummer im Namen.

Wie finden Menschen, was sie suchen?

Rund 70 Prozent der Menschen beginnen auf einer Website mit Navigieren, nicht mit Suchen. Die Suche ist der Plan B. Deshalb entscheidet die Struktur darüber, ob Ihr Intranet als hilfreich oder als Labyrinth erlebt wird. Modernes SharePoint ist dabei flach aufgebaut. Jedes Thema bekommt eine eigene Site, Unterseiten gibt es nicht mehr, und Hubs verbinden die Sites zu Familien. Das klingt nach Technik, ist aber vor allem eine Ordnungsfrage, die Sie am Whiteboard klären, lange bevor jemand SharePoint öffnet.

Die vier Bausteine

- 01 **Startseite (Home Site).** Die eine Adresse für alle. Hier stehen Unternehmensnews, Schnellzugriffe, Termine und eine Suche über das gesamte Intranet. Microsoft empfiehlt, sie als offizielle Nachrichtenquelle zu setzen.
- 02 **Hubs.** Das Bindegewebe. Ein Hub bündelt zusammengehörige Sites, zum Beispiel alle HR-Themen, und gibt ihnen eine gemeinsame Navigation, ein gemeinsames Design und einen gemeinsamen Suchbereich.
- 03 **Kommunikationsseiten.** Wenige schreiben, viele lesen. HR-Portal, Standortseite, IT-Hilfe oder Qualitätsmanagement sind typische Beispiele.
- 04 **Teamseiten.** Geschlossene Arbeitsräume, die an Microsoft Teams hängen. Alle Mitglieder schreiben dort. Sie gehören nicht ins öffentliche Intranet, können aber an einen Hub angedockt werden.

Checkliste

- ☐ Wir wissen, was auf die Startseite gehört und was nicht. Als Faustregel nehmen wir nur Inhalte, die mindestens die Hälfte der Belegschaft betreffen.
- ☐ Wir haben entschieden, nach welchem Prinzip wir gliedern, also nach Abteilung, nach Standort, nach Aufgabe oder nach Themenfeld.
- ☐ Wir haben festgelegt, welche Bereiche einen eigenen Hub bekommen und wo eine einzelne Kommunikationsseite reicht.
- ☐ Jede Site hat einen Zweck, der in einen Satz passt. Wenn nicht, sind es zwei Sites oder keine.
- ☐ Die Hauptnavigation hat auf der obersten Ebene höchstens sieben Einträge.
- ☐ Die Begriffe in der Navigation sind die Begriffe der Mitarbeitenden, nicht die des Organigramms, also „Urlaub und Abwesenheit“ statt „Personalwirtschaft“.
- ☐ Wir haben die Navigation mit fünf Mitarbeitenden getestet, bevor wir sie gebaut haben.
- ☐ Wir haben eine Namenskonvention für Sites und Hubs, damit es nicht einmal „HR-Portal“, einmal „HR Hub“ und einmal „Personal“ heißt.

Arbeitsblatt 3a – Gliederungsprinzip

Microsoft beschreibt vier gängige Modelle. Kreuzen Sie an, welches zu Ihrer Organisation passt. Mischformen sind üblich, etwa Hubs nach Funktion und zusätzlich eine Seite pro Standort.

Modell	Passt, wenn ...	Vorteil	Nachteil
Nach Abteilung	Mitarbeitende in Abteilungen denken und die Organisation stabil ist	Vertrautes Denkmodell, skaliert gut	Bei jeder Umorganisation muss die Navigation mitziehen
Nach Standort oder Region	es mehrere Standorte gibt, mit eigenen Regeln oder Sprachen	Lokale Relevanz, Gemeinschaft vor Ort	Zentrale Themen werden doppelt gepflegt, wenn nicht sauber getrennt
Nach Aufgabe oder Szenario	viele wiederkehrende Standardaufgaben anfallen, etwa Spesen abrechnen oder krank melden	Nutzer finden, was sie tun wollen, ohne zu wissen, wer zuständig ist	Wenige Seiten mit viel Traffic, Pflege bei jedem Zuständigkeitswechsel
Nach Themenfeld oder Portfolio	sich Inhalte natürlich nach Produkt, Service oder Thema gruppieren	Flexibel beim Wachsen	Zuordnung nicht immer eindeutig

Unser Modell

Arbeitsblatt 3b – Hub-Planung

Ein Hub lohnt sich, wenn ein Bereich mehrere logisch verschiedene Themen anbietet. Microsoft nennt als Beispiel HR mit Benefits, Gehalt, Recruiting, Weiterbildung und einem Portal für Führungskräfte, also fünf Sites plus ein HR-Hub, der sie verbindet. Nicht jede Funktion braucht einen Hub. Eine Site kann nur zu einem Hub gehören, ihre Inhalte lassen sich aber auf mehreren Hubs anzeigen. Die ersten beiden Zeilen sind Beispiele.

Hub	Zugehörige Sites	Hauptzielgruppe	Hub-Verantwortliche(r)
HR-Portal	Urlaub und Abwesenheit, Gehalt und Benefits, Weiterbildung, Für Führungskräfte	Alle	HR-Leitung
Standort Saarbrücken	Speiseplan, Parken und Anfahrt, Standortnews, Betriebsrat	Mitarbeitende am Standort	Standortleitung

Ob die Startseite selbst ein Hub sein soll, lässt Microsoft bewusst offen. Dafür spricht es, wenn Sie ein klar abgegrenztes offizielles Intranet mit eigenem Design und eigenem Suchbereich wollen. Dagegen spricht es, wenn Sie mehrere Hubs planen und die übergreifende Navigation über die SharePoint-App-Leiste laufen soll.

Arbeitsblatt 3c – Navigationsentwurf

Höchstens drei Ebenen. Jede Beschriftung ist ein Versprechen, das der Klick einlösen muss. Verlinken Sie nicht direkt auf Dokumente, sondern auf Seiten, die das Dokument einbetten und einordnen. Die ersten drei Zeilen sind Beispiele.

Ebene 1 (höchstens 7)	Ebene 2	Zielseite	Für alle sichtbar oder nur für eine Zielgruppe?
Arbeiten bei uns	Urlaub und Abwesenheit	HR-Portal, Bereich Urlaub	alle
Arbeiten bei uns	Für Führungskräfte	HR-Portal, Bereich Führungskräfte	nur Gruppe „Führungskräfte“
Mein Standort	je eine Zeile pro Standort	Standortseiten	nach Standort gesteuert

Microsoft beschreibt gute Navigation mit drei Fragen, die sie jederzeit beantworten sollte. Wo bin ich? Was kann ich hier tun? Wohin kann ich als Nächstes?

AUS DER PRAXIS

Die meisten Intranets scheitern nicht an zu wenig Struktur, sondern an zu viel. Vierzig Bereiche zum Start bedeuten fünfunddreißig leere Bereiche nach drei Monaten. Starten Sie mit der Startseite und den drei bis fünf Bereichen, die aus Kapitel 1 kommen. Der Rest wächst in Etappen, und zwar dann, wenn jemand ihn pflegen will.

Wer hält es am Leben?

Inhalte pflegen sich nicht selbst. Wenn Nutzer sich über die Suche beschweren, liegt das laut Microsoft meistens nicht an der Suche, sondern daran, dass niemand für die Inhalte verantwortlich ist. Governance klingt nach dickem Regelwerk, meint aber im Kern drei Fragen. Wer darf was, wer muss was, und wie oft? Die wichtigste Entscheidung dabei ist, wem das Intranet gehört. Es gehört dem Business, nicht der IT. Die IT kann es mit dem Business bauen, aber nicht für das Business.

Checkliste

- ☐ Eine Person verantwortet das Intranet als Ganzes, meist aus Kommunikation oder HR, und hat eine technische Gegenstelle in der IT.
- ☐ Jede Site hat eine verantwortliche Person und eine Vertretung. Es gibt keine Site ohne Namen.
- ☐ Die Verantwortung für eine Site steht in der Stellenbeschreibung oder in den Jahreszielen, nicht nur in einer E-Mail.
- ☐ Wir haben festgelegt, wie oft Inhalte geprüft werden, etwa halbjährlich pro Site und bei Formularen bei jeder Änderung.
- ☐ Wir haben entschieden, ob Mitarbeitende selbst neue Sites anlegen dürfen oder ob es einen Antragsweg gibt.
- ☐ Es gibt einen Feedback-Kanal, zum Beispiel ein Formular im Footer, und jemanden, der das Feedback liest.
- ☐ Ein kleines Gremium aus Business und IT trifft sich auch nach dem Launch weiter.
- ☐ Wir haben Schreibregeln. Wann eine Seite, wann ein Dokument? Welcher Ton? Wie heißen Dateien?

Arbeitsblatt 4a – Rollen und Namen

Microsoft listet über ein Dutzend Rollen auf. Für einen fokussierten Start reichen diese sechs. Tragen Sie Namen ein, keine Abteilungen.

Rolle	Was die Person tut	Name	Vertretung	Zeit pro Woche
Sponsor aus der Geschäftsführung	Vertritt das Projekt nach oben, sichert Budget, spricht beim Launch			1 h
Intranet-Owner aus dem Business	Verantwortet Inhalte, Struktur und Redaktion als Ganzes			4 h
Technischer Owner in der IT	Tenant, Berechtigungen, Updates, Performance			2 h
Redaktionsleitung	Plant News, hält die Startseite aktuell, koordiniert die Seitenverantwortlichen			4 h
Seitenverantwortliche je Bereich	Pflegen den eigenen Bereich und prüfen Inhalte im festen Zyklus			1 h pro Bereich
Champions je Standort oder Abteilung	Helfen Kolleginnen und Kollegen, sammeln Feedback, tragen Neues weiter			0,5 h

Arbeitsblatt 4b – Pflegezyklen

Nicht alles muss gleich streng gepflegt werden. Microsoft empfiehlt strengere Regeln für Inhalte, die alle betreffen, und lockerere für Abteilungs- oder Projekthinhalte.

Inhaltstyp	Beispiele	Verantwortlich	Prüfzyklus	Was mit veralteten Inhalten passiert
Unternehmensweit und verbindlich	Richtlinien, Formulare, Notfallnummern	Fachbereich mit Freigabe	Bei jeder Änderung, mindestens halbjährlich	Sofort korrigieren
Unternehmensweit und informativ	News, Termine, Speiseplan	Redaktion	Laufend, News nach 90 Tagen von der Startseite nehmen	Archiv
Abteilung oder Standort	Teamvorstellung, lokale Hinweise	Seitenverantwortliche	Jährlich	Erinnerung an die Verantwortlichen, nach zwei Erinnerungen entfernen
Projekt oder einmalig	Event-Seite, Umfrage	Projektleitung	Enddatum beim Anlegen festlegen	Automatisch archivieren

Arbeitsblatt 4c – Redaktionsregeln in fünf Sätzen

Schreiben Sie Ihre eigenen. Unsere Vorschläge können Sie als Startpunkt nehmen.

- 01 Wenn Menschen den Inhalt nur lesen sollen, wird es eine Seite. Wenn sie ihn herunterladen oder drucken sollen, wird es ein Dokument.
- 02 Das Wichtigste steht in den ersten drei Zeilen, die Details danach.
- 03 Dokumente werden verlinkt, nicht kopiert. Jedes Dokument hat genau einen Ort.
- 04 Dateinamen enthalten weder Versionsnummern noch Datumsangaben, weil SharePoint selbst versioniert.
- 05 Jede Seite zeigt unten sichtbar, wer für sie verantwortlich ist.

Bleibt die Frage, wer Sites anlegen darf. Beide Wege sind laut Microsoft in Ordnung. Selbstbedienung mit Vorlagen, in die Ihre Standards eingebaut sind, ist schnell, braucht aber jemanden, der neue Sites im Blick behält. Ein Antragsweg hält die Umgebung aufgeräumt, darf aber nicht länger als ein paar Tage dauern, sonst bauen Mitarbeitende an der Struktur vorbei.

Unsere Entscheidung

☐ Selbstbedienung mit Vorlagen

☐ Antragsweg über

AUS DER PRAXIS

Das Governance-Dokument, das niemand liest, ist ein Klassiker. Microsoft empfiehlt stattdessen eine einzige Seite im Intranet, die das „Wie mache ich das?“ aus der Schulung mit dem „Wie sollte ich das machen?“ aus den Regeln verbindet. Eine Seite statt eines PDFs mit vierzig Seiten. Und alles, was sich automatisieren lässt, also Vorlagen, Freigabe-Flows und Aufbewahrungsrichtlinien, muss sich hinterher niemand mehr merken.

Wer sieht was?

Wildwuchs bei Zugriffen rächt sich spät, aber sicher. Ein einfaches, aufgeschriebenes Modell von Anfang an spart Monate. Dabei bringt SharePoint alles mit, was Sie brauchen, und die Daten bleiben in Ihrem Microsoft-365-Tenant, bei europäischem Datenstandort, wenn Ihr Tenant dort angelegt wurde. Die Arbeit liegt nicht in der Technik, sondern in ein paar Entscheidungen, die jemand treffen muss.

Drei Begriffe, die Sie auseinanderhalten sollten

- 01 **Berechtigung.** Entscheidet, wer Inhalte überhaupt öffnen darf. SharePoint arbeitet mit drei Rollen pro Site. Besitzer verwalten, Mitglieder bearbeiten, Besucher lesen.
- 02 **Zielgruppensteuerung (Audience Targeting).** Entscheidet, wem ein Inhalt angezeigt wird, etwa News nur für einen Standort. Sie ist ein Komfortmerkmal und keine Sicherheitsfunktion. Wer den Link kennt und berechtigt ist, sieht den Inhalt trotzdem.
- 03 **Vertraulichkeitskennzeichnung (Sensitivity Label).** Markiert und schützt Inhalte nach Schutzbedarf, auch dann noch, wenn sie das Intranet verlassen.

Checkliste

- ☐ Unsere Grundregel lautet, dass das Intranet für alle Mitarbeitenden lesbar ist. Ausnahmen werden begründet und aufgeschrieben.
- ☐ Für jede Site ist klar, wer liest, wer bearbeitet und wer besitzt. Jede Site hat mindestens zwei Besitzer.
- ☐ Berechtigungen laufen über Gruppen in Microsoft 365 beziehungsweise Entra, nie über einzelne Personen.
- ☐ Wir haben entschieden, ob externe Personen wie Partner oder Dienstleister Zugriff auf Teile des Intranets bekommen. Im Zweifel nein.
- ☐ Der Standard-Freigabelink für Intranet-Dokumente steht auf „Personen mit vorhandenem Zugriff“, damit niemand versehentlich Bearbeitungslinks verteilt.
- ☐ Wir wissen, welche Inhalte besonders schützenswert sind, etwa Personalakten, Gehaltsdaten oder Verträge, und dass sie nicht ins Intranet gehören, sondern in gesicherte Teamseiten oder Fachsysteme.
- ☐ Datenschutzbeauftragte und, falls vorhanden, der Betriebsrat sind früh eingebunden, vor allem wegen der Nutzungsstatistiken und des Mitarbeiterverzeichnisses.
- ☐ Wir haben geklärt, ob für bestimmte Inhalte Aufbewahrungs- oder Löschfristen gelten.

Arbeitsblatt 5a – Berechtigungsmodell

Eine Zeile pro Site oder Hub. Je kürzer diese Tabelle, desto besser. Die ersten drei Zeilen sind Beispiele.

Site oder Hub	Besucher (lesen)	Mitglieder (bearbeiten)	Besitzer	Zielgruppensteuerung aktiv?	Externe?
Startseite	Alle Mitarbeitenden	Redaktionsteam (Gruppe)	Intranet-Owner, IT-Owner	Ja, für News nach Standort	nein
HR-Portal	Alle Mitarbeitenden	HR-Redaktion (Gruppe)	HR-Leitung und Vertretung	Ja, für den Bereich „Für Führungskräfte“	nein
Führungskräfte-Seite	Gruppe „Führungskräfte“	HR-Redaktion	HR-Leitung und Vertretung	nein	nein

Eine Anmerkung zu Hubs. Das Andocken einer Site an einen Hub ändert ihre Berechtigungen nicht. Wer auf eine Site keinen Zugriff hat, sieht ihre Inhalte auch auf dem Hub nicht. Wenn alle Sites eines Hubs für alle lesbar sein sollen, lässt sich eine Lesegruppe am Hub anlegen und an die zugehörigen Sites weitergeben.

Arbeitsblatt 5b – Datenschutzfragen vor dem Start

Frage	Antwort	Wer entscheidet	Status
Wo liegt unser Microsoft-365-Tenant, also welcher Datenstandort?		IT	
Werden Nutzungsstatistiken ausgewertet, und auf welcher Ebene, pro Seite oder pro Person?		Intranet-Owner, Datenschutz, Betriebsrat	
Welche Profildaten erscheinen im Mitarbeiterverzeichnis, etwa Foto, Telefon, Standort oder Skills?		HR, Datenschutz	
Dürfen Mitarbeitende kommentieren und liken?		Kommunikation, Betriebsrat	
Gibt es Inhalte mit Aufbewahrungspflicht, zum Beispiel Betriebsanweisungen?		QM, Recht	
Brauchen wir eine Betriebsvereinbarung, oder reicht eine Information?		HR, Betriebsrat	

AUS DER PRAXIS

Der häufigste Fehler ist nicht zu wenig Schutz, sondern zu viel. Eine Abteilung sperrt ihre Site vorsichtshalber für alle anderen, die nächste macht es nach, und am Ende ist das Intranet eine Sammlung geschlossener Türen. Die Faustregel, die sich bei uns bewährt hat, ist einfach. Alles ist lesbar, bis jemand begründet, warum nicht. Wirklich Vertrauliches gehört ohnehin nicht ins Intranet.

Was brauchen wir technisch wirklich?

Hier wird es überraschend kurz. SharePoint Online steckt in nahezu jedem Microsoft-365-Plan, das Intranet verursacht also keine zusätzlichen Lizenzkosten pro Person. Microsoft selbst empfiehlt, so weit wie möglich mit den Standardfunktionen zu arbeiten, weil das die Pflege über Jahre einfach hält. Die Technikfrage lautet deshalb nicht, was alles möglich wäre, sondern wo der Standard nicht reicht und ob Ihnen die Lücke das Geld wert ist.

Die drei Ausbaustufen

- 01 **Out-of-the-box.** Moderne Seiten, News, Mega-Menü, Zielgruppensteuerung, Suche, Mehrsprachigkeit, die Startseiten-Vorlage „Organization home“ sowie die Einbindung in Teams und aufs Smartphone. Bewusst eingesetzt reicht das für viele Organisationen vollständig, und es ist unser Startpunkt in jedem Projekt.
- 02 **Gezielt erweitern.** Wo der Standard an Grenzen stößt, schließen fertige Bausteine die Lücke, etwa personalisierte News-Feeds, zeitgesteuerte Hinweisbanner und geführte Touren mit 365BOX oder eine präzisere Suche mit PnP Modern Search. In Minuten installiert, wartbar, und ein Bruchteil dessen, was eine Eigenentwicklung kostet.
- 03 **Individuell entwickeln.** Maßgeschneiderte Webparts und Integrationen mit dem SharePoint Framework (SPFx), zum Beispiel die Anbindung eines Fachsystems. Das ist die teuerste Stufe. Sie kommt zuletzt und nur mit einem klaren Business Case.

Checkliste

- ☐ Wir kennen unseren Microsoft-365-Plan und wissen, dass SharePoint Online enthalten ist.
- ☐ Wir haben geprüft, ob unser Plan die SharePoint-App in Teams erlaubt, die bis 2026 Viva Connections hieß. Microsoft nennt dafür Enterprise-, Frontline- oder Academic-Lizenzen (E, F, A).
- ☐ Wir haben alle Anforderungen aufgelistet und bei jeder notiert, ob der Standard sie erfüllt.
- ☐ Für jede Anforderung, die über den Standard hinausgeht, gibt es einen Business Case in zwei Sätzen.
- ☐ Wir wissen, welche Fachsysteme nur verlinkt werden, etwa Zeiterfassung, Ticketsystem oder Spesen, und welche wirklich integriert werden müssen.
- ☐ Wir wissen, ob wir mehr als eine Sprache brauchen.
- ☐ Wir haben entschieden, ob Microsoft Teams der Haupteinstieg wird oder der Browser.
- ☐ Für Mitarbeitende ohne PC-Arbeitsplatz ist geklärt, ob sie ein Microsoft-365-Konto und ein Gerät haben, egal ob privat oder dienstlich.

Arbeitsblatt 6a – Anforderungen den Stufen zuordnen

Jede Zeile muss sich ihre Stufe verdienen. Die ersten vier Zeilen sind Beispiele.

Anforderung	Stufe 1, Standard reicht	Stufe 2, Erweiterung	Stufe 3, Individuell	Business Case in zwei Sätzen
News nach Standort filtern	✓ Zielgruppensteuerung			
Mitarbeitende abonnieren Themen und sehen nur, was sie betrifft		✓ personalisierte News, z. B. 365BOX		Drei Standorte und zwei Sprachen, das Standard-Targeting wird unübersichtlich
Störungsbanner, das sich nach vier Stunden selbst ausblendet		✓ zeitgesteuertes Banner		Die IT-Hotline bekommt bei jeder Störung rund 200 Anrufe
Urlaubskonto aus dem HR-System anzeigen			✓ SPFx mit Schnittstelle	Nur, wenn das HR-System eine API hat und dadurch mehr als 500 Anfragen pro Jahr wegfallen

Arbeitsblatt 6b – Teams und Smartphone

Über die SharePoint-App in Teams landet Ihr Intranet direkt in Teams, auf dem Desktop und auf dem Smartphone. Microsoft hat die App 2026 umbenannt, vorher hieß sie Viva Connections. Sie besteht aus vier Teilen, nämlich einem Dashboard mit Karten für Aufgaben, den News, den Ressourcen mit den wichtigsten Links und den Ankündigungen. Microsoft nennt typische Dashboard-Szenarien, die Sie hier ankreuzen können.

Szenario	Für wen	Relevant für uns?	Datenquelle
Gehaltsabrechnung und Benefits einsehen	Alle		
Ticket beim Helpdesk eröffnen	Alle		
Speiseplan	Alle		
News und Ankündigungen	Alle		
Personen und Teams finden	Büro		
Pflichtschulungen abschließen	Büro		
Schichten einsehen und tauschen	Ohne festen Arbeitsplatz		
Zeiterfassung und häufige Formulare	Ohne festen Arbeitsplatz		
Arbeitsanweisungen und Sicherheitsregeln	Ohne festen Arbeitsplatz		

Nicht jede Aufgabe gehört als Karte aufs Dashboard. Microsoft rät zu den Aufgaben, die oft vorkommen und sich in kurzer Zeit erledigen lassen.

Vier Dinge, die Sie Ihrer IT mitgeben können

- 01 Die Startseite als Kommunikationsseite anlegen, gegen die Root-Site tauschen und erst dann als Home Site setzen. In dieser Reihenfolge, sonst gehen Einstellungen verloren.
- 02 In der Teams-App erscheinen nur moderne Seiten. Klassische Seiten öffnen sich im Browser.
- 03 Vor dem Launch das Page-Diagnostics-Tool von Microsoft über die Startseite laufen lassen. Es prüft Bildgrößen, die Zahl der Webparts und ob mehr als zwei iFrames auf der Seite liegen.
- 04 Den Freigabe-Flow für Seiten der Startseite einschalten, damit nur geprüfte Inhalte live gehen.

AUS DER PRAXIS

Viele Anbieter starten mit dem teuersten Werkzeug. Wir gehen den umgekehrten Weg und reizen erst aus, was Sie schon bezahlt haben, bevor wir gezielt erweitern. Der schnellste Test dafür kostet eine Woche. Bauen Sie die Startseite mit Bordmitteln und zeigen Sie sie zehn Mitarbeitenden. Was dann fehlt, passt auf eine kurze Liste statt in ein Lastenheft.

Wie kommt es bei den Menschen an?

Ein Intranet, das niemand kennt, nutzt niemand. Der Go-Live ist ein Kommunikationsanlass, kein IT-Ticket. Microsoft empfiehlt, in zwei Richtungen gleichzeitig zu arbeiten. Von oben braucht es einen Sponsor aus der Geschäftsführung, der das Intranet sichtbar selbst nutzt, und von unten Champions in den Abteilungen, die ihre Kolleginnen und Kollegen mitnehmen. Dazwischen liegt ein Pilot, der die Fehler findet, bevor alle sie sehen.

Checkliste

- ☐ Wir haben eine Pilotgruppe von 20 bis 50 Personen aus verschiedenen Profilen aus Kapitel 2, nicht nur aus dem Projektteam.
- ☐ Der Pilot läuft zwei bis drei Wochen und hat einen festen Weg für Feedback.
- ☐ Pro Abteilung oder Standort gibt es mindestens einen Champion, der kurz geschult wurde.
- ☐ Der Sponsor veröffentlicht die erste News persönlich.
- ☐ Es gibt einen Launch-Plan mit Maßnahmen über mindestens vier Wochen, nicht nur eine Ankündigungsmail.
- ☐ Das Intranet ist an allen Einstiegspunkten sichtbar, also in Teams, als Browser-Startseite, im App-Launcher, auf der SharePoint-Startseite und auf dem Smartphone.
- ☐ Der Helpdesk ist eingeweiht und hat eine FAQ-Seite, auf die er verweisen kann.
- ☐ In den ersten vier Wochen gibt es eine wöchentliche offene Fragestunde. Fünfzehn Minuten in Teams reichen.
- ☐ In großen Organisationen rollen wir in Wellen über den Portal Launch Scheduler aus, nicht alle am selben Montag.

Arbeitsblatt 7a – Pilot

Microsoft nennt vier Kriterien für ein gutes Pilotszenario. Es lässt sich in wenigen Tagen als Prototyp bauen, ein Sponsor steht dahinter, es gibt genug aktuelle Inhalte, und es gibt eine konkrete Zielgruppe.

Frage	Unsere Antwort
Welches Szenario aus Kapitel 1 pilotieren wir zuerst?	
Wer ist in der Pilotgruppe, mit Namen, Profilen und Standorten?	
Von wann bis wann läuft der Pilot?	
Wie geben die Pilotnutzer Feedback, per Formular, Teams-Kanal oder Gespräch?	
Woran erkennen wir, dass der Pilot erfolgreich war?	
Wer entscheidet nach dem Pilot über den Go-Live?	

Arbeitsblatt 7b – Launch-Plan

Tragen Sie Ihre Maßnahmen ein. Die Vorschläge sind ein Startpunkt, den Sie kürzen und ergänzen dürfen.

Wann	Maßnahme	Kanal	Verantwortlich	Erledigt
Zwei Wochen vorher	Teaser mit drei konkreten Nutzen, etwa „Bald gibt es einen neuen Ort für ...“	E-Mail, Teams, Aushang in den Pausenräumen	Kommunikation	☐
Eine Woche vorher	Briefing der Champions, 30 Minuten mit Demo und FAQ	Teams-Meeting	Redaktionsleitung	☐
Eine Woche vorher	Briefing des Helpdesks, FAQ-Seite geht live	Teams, Intranet	IT-Owner	☐
Launch-Tag	Persönliche News des Sponsors, Link in Teams angepinnt	Intranet, Teams, E-Mail	Sponsor, Kommunikation	☐
Launch-Tag	Kurzvideo von zwei Minuten, das zeigt, wie man die drei wichtigsten Dinge findet	Intranet, Teams	Kommunikation	☐
Woche 1 bis 4	Offene Fragestunde, 15 Minuten pro Woche	Teams	Redaktionsleitung, Champions	☐
Woche 2	Erste Nutzungszahlen an Sponsor und Gremium	Intern	Intranet-Owner	☐
Woche 4	Kurzumfrage mit drei Fragen, etwa „Finden Sie, was Sie suchen?“	Forms-Karte auf der Startseite	Kommunikation	☐
Woche 6	Feedback ausgewertet, Etappe 2 geplant	Gremium	Intranet-Owner	☐
				☐
				☐

Arbeitsblatt 7c – Einstiegspunkte

Microsoft empfiehlt, das Intranet an mehreren Stellen sichtbar zu machen. Überlegen Sie, wo Ihre Mitarbeitenden ihren Tag beginnen.

Einstiegspunkt	Eingerichtet?	Hinweis
Teams, SharePoint-App in der linken Leiste angepinnt		Für alle per Teams-Richtlinie, nicht nur freiwillig
Browser-Startseite auf Firmengeräten		Über die Gerätekonfiguration, etwa Intune oder Gruppenrichtlinie
App-Launcher in Microsoft 365		Eigene Kachel anlegen
Hervorgehobener Link auf der SharePoint-Startseite		
Smartphone, über die Teams-App oder die SharePoint-App		Vor allem für Mitarbeitende ohne PC-Arbeitsplatz
Altes Intranet, Weiterleitung oder Hinweisbanner		Das alte System nicht parallel weiterlaufen lassen

AUS DER PRAXIS

Der wirksamste Baustein beim Launch kostet nichts. Die Geschäftsführung schreibt ihre erste News selbst und lässt sie nicht von der Kommunikation in ihrem Namen schreiben. Man merkt den Unterschied. Und schalten Sie das alte Intranet mit einem festen Datum ab. Zwei parallele Systeme bedeuten, dass das neue nie das einzige wird.

Wie bleibt es lebendig?

Anders als die meisten IT-Projekte ist ein Intranet nie fertig, weil sich Prioritäten und Organisation laufend ändern. So steht es bei Microsoft, und so erleben wir es in jedem Projekt. Ein Intranet, das nach dem Launch niemand mehr anfasst, ist in sechs Monaten das alte Intranet mit neuem Logo. Der Unterschied liegt in einem Rhythmus aus Messen, Zuhören, in Etappen ausbauen und Altes entfernen.

Checkliste

- ☐ Wir messen die Kennzahlen aus Kapitel 1 und nicht nur Seitenaufrufe.
- ☐ Nach sechs Monaten wiederholen wir die Mitarbeiterbefragung oder zumindest die drei Fragen aus dem Launch.
- ☐ Das Gremium trifft sich nach dem Launch weiter, im ersten Jahr monatlich, danach quartalsweise.
- ☐ Es gibt einen Etappenplan für die nächsten zwei bis drei Ausbaustufen mit einem groben Zeitraum.
- ☐ Seitenverantwortliche und Redaktion haben eine Anlaufstelle für Schulung und Fragen, eine Seite oder eine Community.
- ☐ Jedes Feedback bekommt eine Antwort, auch wenn es nicht umgesetzt wird.
- ☐ Jemand verfolgt, was Microsoft an SharePoint und Teams ändert, und prüft quartalsweise, was davon für uns relevant ist.
- ☐ Wir trauen uns, Seiten und Inhalte zu löschen, die niemand nutzt.

Arbeitsblatt 8a – Messplan

Microsoft stellt drei Quellen bereit. Die Nutzungsstatistiken pro Seite und Hub, die Microsoft-365-Nutzungsberichte für den Gesamtblick und direktes Feedback über ein Formular. Eine Seite, die aufgerufen wird, ist noch kein Nutzen. Fragen Sie nach der Wirkung. Die ersten vier Zeilen sind Beispiele.

Kennzahl	Quelle	Ausgangswert vor dem Launch	Zielwert	Rhythmus	Wer berichtet
Anfragen an HR zu Urlaub und Gehalt	HR-Ticketsystem oder Strichliste	120 pro Monat	80 pro Monat nach 6 Monaten	monatlich	HR-Leitung
Anteil der Mitarbeitenden, die das Intranet wöchentlich öffnen	Seitenstatistik der Startseite	0 %	70 % nach 3 Monaten	monatlich	Intranet-Owner
Zustimmung zu „Ich finde, was ich suche“	Kurzumfrage	35 % im alten Intranet	70 %	halbjährlich	Kommunikation
Seiten ohne Aktualisierung seit 12 Monaten	Seitenbericht		0	quartalsweise	Redaktionsleitung

Arbeitsblatt 8b – Etappenplan

Was in Kapitel 1 nicht in die erste Etappe gepasst hat, kommt hierher. Ein grober Zeitraum reicht.

Etappe	Inhalt	Voraussetzung	Zeitraum	Verantwortlich
Etappe 1, der Launch	Startseite, HR-Portal, Standortseiten	Kapitel 1 bis 7 sind ausgefüllt		
Etappe 2		Etappe 1 läuft stabil, Kennzahlen sind gemessen		
Etappe 3				

Arbeitsblatt 8c – Betriebsrhythmus

Wer macht was, wie oft? Halten Sie es kurz.

Rhythmus	Aufgabe	Wer
Wöchentlich	Startseite prüfen. Sind die News aktuell, stimmen die Termine, gibt es offenes Feedback?	Redaktionsleitung
Monatlich	Nutzungszahlen ansehen, die fünf meist- und die fünf wenigstgenutzten Seiten, Feedback bündeln	Intranet-Owner
Quartalsweise	Gremium mit Kennzahlen, Etappenplan, Neuerungen von Microsoft und Löschkandidaten	Gremium
Halbjährlich	Inhaltsprüfung aller unternehmensweiten Seiten, Kurzumfrage	Seitenverantwortliche, Kommunikation
Jährlich	Berechtigungen prüfen, Rollen und Namen aktualisieren, Ziele für das nächste Jahr festlegen	Intranet-Owner, IT-Owner

AUS DER PRAXIS

Das stärkste Zeichen für ein lebendiges Intranet ist nicht die Zahl der Seiten, sondern wie schnell eine falsche Information korrigiert wird. Wenn eine Mitarbeiterin am Dienstag meldet, dass die Notfallnummer nicht stimmt, und die Nummer am Mittwoch korrigiert ist, hat das Intranet gewonnen. Dafür braucht es keine Technik, sondern Kapitel 4.

Ihr Ergebnis – Wo stehen Sie, und was ist jetzt sinnvoll?

Arbeitsblatt 9a – Ihr Intranet-Konzept auf einer Seite

Übertragen Sie die wichtigsten Antworten aus den Kapiteln hierher. Diese eine Seite ist das Dokument, das Sie Geschäftsführung, IT oder einem Dienstleister zeigen. Mehr braucht es für ein Erstgespräch nicht.

Baustein	Unsere Antwort in ein bis zwei Sätzen	Kapitel
Das eine Problem, das wir lösen		1
Unsere drei wichtigsten Initiativen für Etappe 1		1
Die Kennzahl, an der wir Erfolg messen		1
Unsere wichtigsten Nutzerprofile, vor allem die ohne PC-Arbeitsplatz		2
Was wir vom alten Intranet mitnehmen und was nicht		2
Gliederungsprinzip und geplante Hubs		3
Intranet-Owner im Business und technischer Owner in der IT		4
Grundregel für Berechtigungen und offene Datenschutzfragen		5
Unser Microsoft-365-Plan und die Anforderungen, die über den Standard hinausgehen		6
Pilotgruppe und Launch-Zeitraum		7
Wer sich nach dem Launch in welchem Rhythmus kümmert		8

Arbeitsblatt 9b – Selbstausswertung

Zählen Sie die gesetzten Haken pro Kapitel. Grün bedeutet mehr als zwei Drittel, Gelb etwa die Hälfte, Rot weniger als ein Drittel.

Kapitel	Haken gesetzt	von	Ampel
1 Ziele		6	
2 Zielgruppen und Inhalte		7	
3 Struktur und Navigation		8	
4 Redaktion und Governance		8	
5 Berechtigungen und Sicherheit		8	
6 Technik		8	
7 Einführung und Launch		9	
8 Betrieb		8	

Was Ihr Ergebnis bedeutet

Wenn bei Ihnen überwiegend Grün steht, sind Sie weiter als die meisten Organisationen vor dem Start. Ein fokussierter Aufbau mit Bordmitteln ist dann in vier bis acht Wochen realistisch, und die offene Frage ist meistens nur noch, ob Sie die Umsetzung intern stemmen oder sich begleiten lassen.

Viel Gelb ist der typische Fall. Die Richtung stimmt, einzelne Entscheidungen fehlen noch, oft in Kapitel 1, 4 oder 6. Ein halbtägiger Workshop mit Kommunikation, HR und IT schließt diese Lücken in der Regel.

Steht in Kapitel 1 und 4 viel Rot, würden wir noch nicht bauen. Ohne Ziele und ohne Verantwortliche entsteht eine Dateiablage mit Logo. Investieren Sie zuerst zwei Stunden in diese beiden Kapitel.

Steht Rot nur in Kapitel 6, ist das kein Problem. Technik ist der Teil, den man am leichtesten nachholen kann. Bei allen anderen Kapiteln gilt das nicht.

Wie es weitergehen kann

Sie haben jetzt drei Möglichkeiten, und alle drei sind in Ordnung.

01

Selbst weitermachen

Die Microsoft-Ressourcen im nächsten Abschnitt sind gut und kostenlos. Mit diesem Workbook als Konzept und der Anleitung von Microsoft kommen viele Organisationen alleine zu einem soliden Start.

02

Eine zweite Meinung holen

Wenn Sie wissen wollen, ob Ihr Konzept trägt, bevor Sie Zeit investieren, gehen wir Ihr ausgefülltes Workbook in 30 Minuten gemeinsam durch. Sie bekommen eine ehrliche Einschätzung, wo der Standard reicht und wo nicht, und eine Empfehlung, womit Sie starten sollten. Ohne Angebot und ohne Folgetermin, wenn Sie keinen wollen. Sie sprechen dabei mit dem Engineer, der es auch bauen würde, nicht mit dem Vertrieb.

03

Begleitet umsetzen

Dann planen wir mit Ihrer Kommunikation, bauen direkt in Ihrem Tenant und sind in vier bis acht Wochen live.

 ZWEITE MEINUNG

Bereit für den Abgleich?

30 Minuten, Ihr ausgefülltes Workbook, eine ehrliche Einschätzung. Direkt mit dem Engineer, kein Vertrieb.

30-Minuten-Gespräch buchen



Damit Sie sich vorbereiten können

Diese drei Fragen stellen wir Ihnen im Gespräch. Mehr müssen Sie nicht vorbereiten, das Workbook reicht.

- 01 Welche Initiative aus Kapitel 1 hat den größten Schmerz dahinter?
- 02 Wer ist Ihr Intranet-Owner, und hat diese Person tatsächlich Zeit dafür?
- 03 Welchen Microsoft-365-Plan nutzen Sie, und wie viele Mitarbeitende haben keinen PC-Arbeitsplatz?

Quellen und weiterführende Microsoft-Ressourcen

Die Inhalte dieses Workbooks stützen sich auf die Planungsanleitung von Microsoft für SharePoint Intranets, deren Seiten zwischen Juni und September 2026 zuletzt aktualisiert wurden, und auf unsere eigenen Projekte seit SharePoint 2010. Alle Microsoft-Seiten sind kostenlos, viele davon auch auf Deutsch.

Thema	Microsoft-Ressource	Für wen
Gesamtplanung, Titelstory, Personas, Initiativen, Pilot	<u>Plan an intelligent SharePoint intranet</u>	Projektleitung, Kommunikation
Die vier Phasen im Überblick	<u>Intelligent intranet overview</u>	Projektleitung
Rollen und Aufgaben pro Phase	<u>Intranet roles and tasks</u>	Projektleitung, IT
Governance: Rollen, Regeln, Pflegezyklen, Messung	<u>Planning intranet governance</u>	Intranet-Owner, IT
Hubs planen: wann, wie viele, Navigation, Grenzen	<u>Planning your SharePoint hub sites</u>	Kommunikation, IT
Gliederungsmodelle	<u>Information architecture models and examples</u>	Kommunikation
Navigation: Beschriftung, Ebenen, Mega-Menü, Testen	<u>Plan and implement SharePoint site navigation</u>	Kommunikation
Startseite (Home Site) planen, bauen, launchen	<u>Plan, build, and launch a SharePoint home site</u>	IT, Kommunikation
Intranet in Teams und auf dem Smartphone	<u>Plan the SharePoint app in Teams</u>	IT, Kommunikation
Performance und Launch in Wellen	<u>Creating and launching a healthy SharePoint portal</u>	IT
Inspiration: fertige Seitenbeispiele	<u>SharePoint Look Book</u>	Alle

ÜBER DIESES WORKBOOK

Dieses Workbook hat die baseloop GmbH aus Saarbrücken erstellt. Lars Natus baut seit SharePoint 2010 Intranets für Mittelstand und Enterprise und hat 365BOX erfunden, das heute zur Hanso.Group gehört. Fragen, Korrekturen oder Ergänzungen gehen an kontakt@baseloop.de. Sie dürfen dieses Workbook intern frei weitergeben und ausdrucken.