|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Projektauftrag:***  *Werkzeug* | | |
| ***Projekt:*** |  | |
| ***ProjektauftraggeberIn:*** |  | |
| ***ProjektleiterIn:*** |  | |
| ***1. Ausgangs- und Problemlage*** | | |
|  | | |
| ***2. Projektziel und Teilziele*** | | |
|  | | |
| ***3. Nutzen für Kunden und Nutzen für das Unternehmen*** | | |
|  | | |
| ***4. Phasen und Termine im Projekt*** | | |
|  | | |
| ***5. benötigte Mittel für das Projekt*** | | | |
|  | | | |
| ***6. vom Projekt betroffene Organisationen und Institutionen*** | | | |
|  | | | |
| ***7. Projektorganisation*** | | | |
|  | | | |
| ***8. Projekt-Reporting / Projekt-Sitzungen / Entscheidungsgremien*** | | | |
|  | | | |
| ***9. Kommunikation / Information an*** | | | |
|  | | | |
| ***10. Genehmigung*** | | | |
| ProjektauftraggeberIn  Datum und Unterschrift | | ProjektleiterIn  Datum und Unterschrift | |

|  |  |
| --- | --- |
| ***Projektauftrag:***  *Beispiel* | |
| Hintergrund: Ein Handelsunternehmen setzt seine Strategie um. In diesem Zusammenhang wurde ein Projekt festgelegt, um das Intranet deutlich zu verbessern. | |
| ***Projekt:*** | Intranet 2.0 |
| ***ProjektauftraggeberIn:*** | A. Bauer |
| ***ProjektleiterIn:*** | P. Weiländer |
| ***1. Ausgangs- und Problemlage*** | |
| * 1. Der vorhandene Digitalisierungs- und Medienmix des Unternehmens entspricht auf Kundenseite den Markterfordernissen.   2. Das Problem: Bezüglich Lieferanten und nach innen existieren nur unzureichende Medien (Papier, interne Mitteilungen, Mail, Informationsveranstaltungen und ein einfach „gestricktes“ Intranet).   3. Der Kommunikationsaufwand zu Lieferanten und nach innen ist beträchtlich (geschätzte 14.000 Stunden pro Jahr an Doppelspurigkeiten, überflüssiger Kommunikation, Mehraufwand zur Kommunikation mit Lieferanten…).   4. Typische Probleme in der Kommunikation:   + zu breite Streuung der Information und zu geringe »Treffsicherheit« der Information,   + keine Rückmeldung, ob Information angekommen ist,   + zu langsamer Informationsfluss,   + unzureichende und unvollständige digitale Anbindung der Zwischenhändler und Märkte,   + zu geringe Nutzung der bestehenden Technologie und Zweckentfremdung der vorhandenen Medien,   + keine durchgängigen Verantwortlichkeiten für die Kommunikation im Unternehmen. | |
| ***2. Projektziel und Teilziele*** | |
| Projektziel: Ziel ist es, ein inhaltliches und technisches Modell für ein Intranet vorzulegen. Dieses Modell wird bis 31.08. umgesetzt. Die Module sind (siehe gesonderte Beschreibungen):   * 1. Modul »Inhalte, Zielgruppen und Zugriff«   2. Modul »Formate und Struktur«   3. Modul »Pflege«   4. Modul »Lieferanten«   5. Modul »Integration in den Medienmix«   6. Modul »Einbindung der Zwischenhändler und Märkte«   7. Modul »Wirtschaftlichkeit« | |
| ***3. Nutzen für Kunden und Nutzen für das Unternehmen*** | |
| 1. Nutzen für Kunden (Lieferanten, Zwischenhändler, Märkte): Information auf einen Blick, Strukturierung der Informationsströme, Vermeidung von Doppelspurigkeiten, schnelle Information, rasche Beauftragung 2. Nutzen für das Unternehmen (MitarbeiterInnen, Führungskräfte): Prozessoptimierung (Schnittstelle mit Prozessen), Transparenz, Vermeidung von Doppelspurigkeiten, schnellere Information, Einsparung (Zeit und Papier), durchgängiges elektronisches Ablagesystem über Intranetfunktionen (Dokumentation, Nachverfolgung…) | |
| ***4. Phasen und Termine im Projekt*** | |
| * 1. Projektstart: 10.01.   2. Verfahrensidee: 31.01.   3. Ist-Analyse: 28.02.   4. Grobkonzept: 31.03.   5. Feinkonzept: 30.06.   6. Start der Umsetzung: 01.07.   7. Ende der Umsetzung: 31.08. | |

|  |  |
| --- | --- |
| ***5. benötigte Mittel für das Projekt*** | |
| 1. Personal- / Beratungsaufwand bis 01.07.:  * Interne Personalressourcen: ca. 40.000 € * Externe Beratung: ca. 20.000 €  1. Technischer Aufwand bis 01.07.: Gemäß detaillierter Auflistung: 50.000 € bis zum Start der Umsetzung 2. Gesamtsumme: 110.000 € bis 01.07. 3. Weitergehende Mittelschätzung bis 31.03. | |
| ***6. vom Projekt betroffene Organisationen und Institutionen*** | |
| 1. Lieferanten 2. Märkte / Zwischenhändler 3. Zentrale IT 4. Einkauf / Vertrieb 5. Geschäftsleitung | |
| ***7. Projektorganisation*** | |
| * 1. AuftraggeberIn: A. Bauer   2. ProjektleiterIn: P. Weiländer   3. Dokumenten-Mgmt.: L. Bosch   4. ProjektmitarbeiterInnen: F. Andres, U. Kohn, M. Waldmüller   5. Externe Berater: Firma IntraSoft   6. Entscheidungsausschuss: Mitglieder der Geschäftsleitung | |
| ***8. Projekt-Reporting / Projekt-Sitzungen / Entscheidungsgremien*** | |
| * 1. Projekt-Reporting: Monatsbericht zum ersten Montag p.m (an Führungskreise 1 und 2)   2. Sitzungstakt ProjektleiterIn und ProjektmitarbeiterInnen: erster und dritter Montag im Monat, 14.00 bis 16.00 im Besprechungszimmer 102   3. Entscheidungsausschuss: jeden ersten Dienstag im Monat, 09.00 bis 10.00 | |
| ***9. Kommunikation / Information an*** | |
| * 1. Mitglieder GL / Gesamtverantwortlicher Strategie / Strategiekreis   2. Lieferanten   3. Zwischenhändler und Märkte   4. Zentrale IT   5. Einkauf, Vertrieb | |
| ***10. Genehmigung*** | |
| ProjektauftraggeberIn (A. Bauer)  Datum und Unterschrift | ProjektleiterIn (P. Weiländer)  Datum und Unterschrift |