

### Informationsgewinnung

Globalisierung, steigender Wettbewerb und Kostendruck bringen eins mit sich: Informationen werden zur Basis für Erfolg oder Nichterfolg. Die Ausgaben für IT haben sich in den Jahren von 1994 bis 1998 verdoppelt (Guptill et al. 1998). Heute geben Unternehmen bis zu 33 % ihres Umsatzes für die Erstellung dieser Leistungen aus. Nach Schätzungen der Pierre Audoin Conseil werden die Ausgaben für IT-Beratungsleistungen und IT Dienstleistungen in den nächsten Jahren branchenübergreifend durchschnittlich um 13,7 % ansteigen. Damit ist der Informationsmarkt DER Wachstumsmarkt der Zukunft.

**Zunächst:** Bits and Bytes sind keine Informationen. Jeder, der mit e-Mails arbeitet, kennt dies. 70 bis 80 Prozent der e-Mails werden ungelesen gelöscht. Nicht aus böser Absicht. Vielmehr erkennt der Adressat für sich keinen unmittelbaren Nutzen. Eine 80 Gigabyte große Festplatte speichert ca. 32 Millionen DIN A 4 Seiten. Dies entspricht ca. 32.000 Telefonbüchern! Wer seine Daten ohne Struktur abspeichert, wird keine nutzbaren Informationen für sein Unternehmen herauslesen können, dies überfordert jeden Menschen.

Daten müssen analysiert, strukturiert, formalisiert und in ihrem Kontext gesehen werden, dann werden sie zu wertvollen Informationen. SPAMs, die wild an Unternehmen geschickt werden, verschlingen Ressourcen, bringen keinen informativen Nutzen, werden nicht zu handlungsorientierten Informationen und verärgern den Empfänger.

Nur wie werden aus Daten Informationen? Informationsverarbeitung und Informationsgewinnung in Unternehmen kosten Geld und benötigen kontinuierlich personelle Ressourcen. So ist es keine Seltenheit, dass Pflege und Wartung 80 % der Gesamtkosten verschlingen und für Neuanschaffungen nur wenig Geld übrig bleibt.

All diese Punkte sprechen eine deutliche Sprache:

- Informationsgewinnung und –technologie benötigen eine geplante, strukturierte Vorgehensweise, die das System schlank, aber schlagkräftig gestaltet.
- Informationsgewinnung und –nutzung muss stets zu einem messbaren Nutzen für das Unternehmen und der Kunden führen. Dieser Nutzen sollte ein fester Bestandteil des Controllings sein.

Informationsmanagement besteht aus drei, sich gegenseitig bedingenden Bausteinen:

1. **Mensch,**
2. **Technik,**
3. **Umfeld und Organisation.**

Jeder einzelne Baustein hat seine Berechtigung und sollte aktiv in den Aufbau der Informationsgewinnung eingebunden und im Auge behalten werden.

1. Der **Mensch** weiß am besten, welche Informationen ihm in seinem beruflichen Alltag weiterhelfen und er kann nur eine bestimmte Menge an Information gezielt und bewusst verarbeiten. Alles was darüber hinausgeht, wird weggeklickt, geht unwiederbringlich verloren.

BSP: Ein sehr kundenorientiertes Unternehmen musste die auftretenden Fragen und Probleme der Kunden schneller lösen. Eingeführt wurde ein Informationssystem, das weitestgehend auf Microsoft-Outlook basiert. Informationen für Kunden wurden dadurch gezielt gefiltert, verteilt und kommentiert. Der technische Aufwand war sehr gering und die Mitarbeiter konnten sich gegenseitig unterstützen, so dass keine Schulung notwendig war. Die Informationsmenge wurde um 50 % reduziert, Anfragen von Kunden wurden um 60 % schneller bearbeitet und die Kundenzufriedenheit stieg um fast 80 %.

2. Die **Technik** sollte intuitiv zu bedienen und jederzeit veränderbar sein. Je mehr Anwenderschulungen benötigt werden, umso stärker wächst der Widerstand. Je komplizierter die Technik, desto höher der Aufwand für Wartung und Pflege und desto geringer der Etat für die Weiterentwicklung.

BSP: Für ein Dienstleistungsunternehmen sollte die Servicegeschwindigkeit erhöht und die Reisezeiten reduziert werden. Um diesen Marktanforderungen gerecht zu werden, wurde eine mobile Servicelösung basierend auf einem Pocket PC (PDA) und Microsoft Betriebssystem vorgeschlagen. Innerhalb von 3 Monaten wurde das

Informationssystem angepasst, eingeführt und von den Mitarbeitern angewendet. Der Projektionsaufwand hat sich innerhalb weniger Monate amortisiert. Die Kostenreduktion im Servicebereich betragen 40 %.

3. Das **Umfeld und die Organisation** müssen sich bewusst zur Informationsgewinnung positionieren. Dazu gehört eine rechtzeitige Einbindung des Personal- bzw. Betriebsrates und klare Aussagen zum Datenschutz. Gleich wichtig sind definierte Spielregeln, WER für WAS, WIE im Informationsmanagement bzw. in der Informationsbeschaffung zuständig und verantwortlich ist. Ohne diese Struktur ist das Informationschaos nicht weit und der Widerstand der Anwender vorprogrammiert. Hilfreiche Informationen müssen aktiv eingefordert werden (können). „Hilflose“ Infos müssen abgestellt werden. Dieses Recht, Informationen nach ihrem Nutzen zu bewerten, muss jedem Mitarbeiter klar sein.

BSP: Ein Automobilzulieferer war gezwungen, immer mehr Produkte für den Kunden bereitzuhalten und kurzfristig zu liefern. Die Lagerhaltung wurde mit Laufzetteln und Handeinträgen bewältigt. Fehllieferungen und der Versand von alten, nicht mehr aktuellen Produkten war oft die Folge. Ein Informationssystem, das die Erfassung der Produkte, den Eingang der Kundenaufträge und den Versand in eine Informationskette integrierte, sorgte dafür, dass die Lagerhaltungskosten um 40 %, die Fehllieferungen um fast 90 % reduziert werden konnten. Die Abwicklungsgeschwindigkeit der Kundenaufträge stieg um 50 %.

Informationsgewinnung und Informationstechnologie sind kein Buch mit 7 Siegeln. Strukturiert und konsequent angegangen erhöhen sie den wirtschaftlichen Nutzen für Unternehmen und werden nicht zum geldverschlingenden Monster. Allerdings: Wer zögerlich und abwartend Informationstechnik einführt, verzögert auch den Nutzen.

Wer liest eigentlich in Ihrem Unternehmen die Telefonbücher?