

Fachbericht

Informationsmanagement

Den Informationsfluss verbessern heisst Informationprozesse zu organisieren.

- **Informationsressourcen**

"Wir werden zu wenig informiert!"

"Wir möchten nicht über die Medien erfahren, dass unsere
Abteilung redimensioniert wird!"

"Wir haben an der Vollversammlung nichts zu sagen!"

So lauteten die Klagen zahlreicher Mitarbeiter bei einer Umfrage eines Betriebes. Die betreffende Firma bat uns hierauf, das interne Informationsmanagement einmal eingehender zu durchleuchten.

Informationen zählen zu den wichtigsten Ressourcen jedes Betriebes, so wie Rohstoffe, Kapital, Technologien oder die Mitarbeiter. Im Kommunikationszeitalter steigt überall die Informationsflut z.B. in Unternehmen, Lehrstädten oder Spitälern.

- **Informationsmüll**

Es gibt auch immer mehr "Informationsmüll". Jedes Unternehmen kennt die Kernfragen:

*Wie erhält der Adressat die entscheidenden Informationen, die er wirklich benötigt?
oder*

Wo erhalten die Mitarbeiter die wichtigen oder die hilfreichen Informationen ?

Zuviele aber auch zu wenige Informationen lähmen oder verzögern die Abläufe im Alltag. Menschen haben bekanntlich nur eine begrenzte Kapazität zur Aufnahme und Verarbeitung der unzähligen Informationen.

Allein die täglichen -Emails führen dazu, dass Mitarbeitenden 1-2 Stunden täglich (während der Arbeitszeit!) Meldungen sichten, beantworten oder löschen müssen. Denn in den meisten Betrieben wird immer noch nach dem Giesskannenprinzip informiert.

Ein unbedeutendes Mail wird aus unterschiedlichsten Gründen "an alle" versandt. Keine Rede von allen zusätzlichen Informationen. Dabei hat zwar jede Mitarbeiterin zwei Ohren und zwei Augen; aber nur einen Eingangskanal d.h. ein Gehirn zur Verarbeitung. Die zitierten Klagen machen uns deutlich: Trotz der anschwellenden Informationslawine und der wachsenden Papierberge entstehen gleichzeitig Informationsdefizite. Eine paradoxe Situation!

Wie können nun Informationsabläufe organisiert werden, damit die Angestellten trotz der Informationsschwemme nicht das Gefühl haben, unterinformiert zu sein?

In unserem Fall zeichneten wir alle Informationsquellen, alle Informationkanäle sowie alle Adressaten grossflächig auf. Ähnlich wie bei einem Kommunikationskonzept (Sender, Medien, Empfänger).

▪ Standortaufnahme

Vorhandene Informationsquellen wurden detailliert aufgelistet:

- Gespräche, Cafeteria, Small-talk, Kantinenbesuche
- Anschlagbrett (schwarzes Brett)
- Post
- Telefon (Natel/Combox usw.)
- E- Mail
- Fax
- Kunden
- Zeitungen
- Zeitschriften
- Hauszeitung (Betriebszeitung)
- Infoblätter oder Rundschreiben
- Vorgesetzte-Mitarbeiter Sitzungen
- (Besprechungen) Akten Protokolle
- Vollversammlung
- Intranet (betriebsintern) Internet usw.

Nun wurde in einem Workshop herausgeschafft, welche Informationen heute auf welchem Kanal zu welcher Stelle einströmen. Alle Stellen können bei den meisten Prozessen jeweils Sender oder Empfänger sein.

▪ Analyse

Hierauf folgte die Analyse Davon ausgehend, dass die Informationsflut nur durch gezielte Selektion gesteuert werden kann, liessen wir folgende Fragen beantworten:

- "Was benötigt wer?"
- "Was ist wichtig?"
- "Was ist nicht wichtig?"
- "Was ist dringend?"
- "Was ist nicht dringend?"

- **Erkenntnis**

Daraus resultierte die Erkenntnis:

Es geht nicht nur um die Verbesserung des Informationsflusses. Es geht vor allem um die **Bewertung** der Informationen.

Wir checkten die Informationen mit folgender Tabelle:

Für wen sind die Infos	wichtig	nicht wichtig
dringend	Prio 1	Prio 3
nicht dringend	Prio 2	Prio 4

Dank diesem Plan wurde uns bewusst, wer künftighin welche Informationen benötigt und auf welche Informationen verzichtet werden kann.

Bei dieser Auslegeordnung leuchtete es allen Mitarbeitenden ein, dass künftighin sofort vom **"Bring-Prinzip"** zum **"Hol-Prinzip"** umgestellt werden muss. d.h. beachtenswert wurde die Differenzierung zwischen aktiver und passiver Information.

Jeder Adressat muss stets erkennen, wo er seine relevanten Informationen holen kann. Respektive: In welchem "Sendegefäß" er Informationen einspeisen kann.

Alle jene, die zu Beginn mehr Informationen gewünscht hatten, sahen allmählich ein: Es ist gewiss angenehm, während der Arbeitszeit, Zettel, Zeitschriften, Mails, Akten, Ordner und Anschlagbretter zu lesen. Doch befasst dies die Arbeitszeit und letztlich steigt dafür der Zeitdruck beim Arbeiten.

- **Massnahmen**

Vor allem machte uns der Versuch, die Informationen zu organisieren deutlich:

Es braucht unbedingt **Filter** zur Selektion. Eine Person muss die Informationen managen.

Deshalb wurde hierauf eine 30% Stelle geschaffen für eine Person, die

- alle Blätter an den Anschlagbrettern betreut (nur Aktuelles wird aufgehängt/Veraltetes wird entfernt).
- die Internetinformationen koordiniert.
- das Intranet- und die Internetseiten neu organisiert
- die Webseiten laufend a jour hält auf denen die Interessenten die Informationen holen können. Persönliches (Mutationen/neue Mitarbeiter). Kunden Vorgesetzte Anlässe. Protokolle Beschlüsse. Neue Weisungen Bekanntmachungen oder Vorankündigungen - usw.
- Den Briefkasten in der Cafeteria betreut. (Jeder kann nun dort anonym Wünsche zu den Informationsabläufen äussern darauf achtet, dass an Vollversammlungen Fragen gestellt werden dürfen (Feedbackkultur).
- An einem Folge-Workshop wurde später zusätzlich die Nutzung der verschiedenen Medien erklärt (Vorteile/Nachteile)
- Welche Kanäle wann und wo sinnvoll zu nutzen sind. (Telefon, Fax, Mail, Internet usw)
- Muss alles kopiert werden?
- Wo könnte mehr mündlich kommuniziert werden?

▪ **Zeitmanagement Test**

Weil es bei der Organisation von Informationen stets um das Problem der Auswahl wichtiger Aussagen geht - wie auch um den persönlichen Informationsbedarf - baten wir, alle Beteiligten im Alltag folgenden "**Punktetest**" anzuwenden:

Jedes Mal, wenn ein Schriftstück zur Hand genommen wird, muss oben rechts ein roter Punkt markiert werden. Wird das Papier später nochmals zur Hand genommen (zum Prüfen oder Lesen), folgt erneut ein Punkt. Viele Papiere sehen meist nach kürzer Zeit so aus, als wäre die "Maserkrankheit" ausgebrochen. (Es hat mit der Zeit viele rote Punkte).



Dieser Test zeigt, wie oft sie ein Papier, ohne dass es erledigt ist, zur Hand genommen wird und immer wieder Zeit und Arbeit kostet. Der Test veranschaulicht uns ferner, wo die "Masern" kuriert werden könnten resp. eine Arbeitsaufwandreduktion erreicht werden könnte. Dieser Test ist ein Bestandteil des Zeitmanagements.

Bei allen Informationsprozessen darf der Aspekt Zeit nicht ausgeklammert werden.

Merkmale guter Information sind

- dringend
- für den Adressaten wichtig und verwertbar
- klar und präzise
- vollständig
- glaubwürdig
- aktuell

▪ Fazit

Bei jedem Versuch, Informationen zu organisieren, gilt es, in regelmässigen Abständen das Informationsmanagement zu überprüfen und zu kontrollieren (Erfolgskontrolle). Wie werden nach der Verbesserung die Informationen beschafft, verarbeitet und aufbereitet? Was wurde konkret verbessert? Was funktioniert heute noch nicht? Ungefilterte Information kostet nicht nur Zeit. Sie beeinflusst auch das Arbeitsklima. Deshalb macht sich ein fachgerechtes Management mehr als bezahlt.

Beispiel eines Informationsprofils

Bestehende Informationstechniken

- Post
- Telefon
- Mobiltelefon
- Pager
- Radio
- TV
- Internet
- Sitzungen

Vorgesehener Ausbau

- Mailbox
- Kabelfreier PC Anschluss ans interne Netz
- PDA's

Vorgesehener Abbau

- Mobil-Telefone
- Pager

Private Informationsbereiche

- Kulturelles
- Politik
- Sport
- Hobbys

Berufliche Informationsbereiche

- Unternehmensführung
- Finanzen
- Weiterbildung
- Konkurrenzunternehmen
- Marketing

Ständige Informationen

- Fachzeitschriften
- Internetadressen
- Fachbücher
- Nachschlagewerke
- Kataloge