

### **Ausgangssituation:**

Die mit der Einführung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien einhergehende Marktdynamik verlangt von den Unternehmen eine ständige Verbesserung ihres Informationsverhaltens. Die Halbwertszeit von Informationen nimmt immer mehr ab, erfolgreiche Unternehmen brauchen deshalb eine höhere Flexibilität und Kreativität, um auf die sich immer schneller wandelnden Märkte besser reagieren zu können. Mittels einer Informationsbedarfsanalyse werden Informationen über den voraussichtlichen Erfolg von Projektideen oder Produkten und Dienstleistungen am Markt gesammelt sowie Marktchancen und Risiken frühzeitig erkannt. Die Ermittlung des Informationsbedarfs orientiert sich an neuen elektronischen Möglichkeiten zur Beschaffung, Aufbereitung und Weiterleitung von Informationen (Informationsmanagement).

Eine Informationsbedarfsanalyse kann insbesondere sinnvoll durchgeführt werden vor der Planung und Durchführung eines Wissensmanagement-Projektes. Wissen wird zunehmend als relevanter Wettbewerbsfaktor erkannt. Um ein unternehmensweites Wissensmanagement zu etablieren bedarf es einer systematischen Strategie. Die Einführung entsprechender Maßnahmen sollte auf einer evolutionären Weiterentwicklung der Unternehmenskultur und dem angemessenen Einsatz von IT- und Organisationsstools basieren. Einen Beitrag zur erfolgreichen Konzeption und Umsetzung einer Wissensmanagement-Strategie können durch externe Berater moderierte Workshops leisten.

### **Zielsetzung und Projektergebnisse**

Die Firma XXXXXXXXX plant die Durchführung einer Informationsbedarfsanalyse. Im Anschluß daran soll unternehmensweit ein Wissensmanagement eingeführt werden. Hierzu werden folgende übergreifenden Projektziele festgelegt:

- A** Das intellektuelle Kapital des Unternehmens besser zu verwalten und zu nutzen
- B** Kosten durch die Dokumentation und Wiederverwendung von Informationen zu senken
- C** Den Wissensverlust bei Umstrukturierungen und Personalabgängen zu begrenzen
- D** Traditionelle und elektronische Quellen sinnvoll und integriert zu nutzen

Als Ergebnisse der Durchführung einer Informationsbedarfsanalyse sollen:

- A** Basierend auf einer Analyse des Ist-Zustandes ein Sollkonzept abgeleitet werden
- B** Potentielle Nutzer identifiziert und kennengelernt werden
- C** Die eigene Leistung bewertet werden
- D** Eine Basis für Verkaufsargumente geschaffen werden
- E** Die Grundlage für die Steuerung der eigenen Produktentwicklungs- und Marketingaktivitäten entwickelt werden

### Vorgehensweise

Im Rahmen dieser Aufgabenstellung wird von der AT Informationsvermittlung folgendes Beratungskonzept für die Durchführung einer Informationsbedarfsanalyse angeboten:

#### **A. Ermittlung des Ist-Zustandes**

Zur Ermittlung der gegenwärtigen Informationsbeschaffung wird ein Interviewleitfaden erstellt und eine Befragung der Mitarbeiter durchgeführt. Dieser Fragebogen hat sich an den strategischen Zielsetzungen des Unternehmens zu orientieren. Ferner können folgende Methoden eingesetzt werden:

1. Beobachtung
2. Dokumentenanalyse
3. Prozeß-/Aufgabenanalyse
4. ...

Der Fragebogen zur Feststellung des Ist-Zustandes kann z.B. die folgenden Fragen enthalten:

#### **➔ Welche Unternehmensbereiche benötigen Informationen?**

- Management
- Vertrieb
- ...

#### **➔ Welche Sachgebiete benötigen Informationen?**

- Marktbeobachtung und -analyse
- Wettbewerbsanalyse
- ...

#### **➔ Wie aktuell müssen die Informationen sein?**

- Ab einem bestimmten Datum
- Nur die aktuellsten Informationen
- ...

#### **➔ Welche Quellen werden bisher benutzt (intern/extern)?**

- Zeitungen und Zeitschriften
- Datenbanken

**B. Interpretation der Ergebnisse**

Im Anschluß erfolgt eine Analyse der Fragebogenergebnisse in Hinblick auf inhaltliche Kategorien und die Systematik der Informationsbeschaffung. Die Ergebnisse der Befragung werden bewertet und in einem Workshop kommuniziert.

**C. Ableitung des Sollkonzeptes (Maßnahmenkatalog)**

In der Abschlußpräsentation werden die konkreten Maßnahmen dargestellt und die zuständigen Mitarbeiter benannt.

- Informationen sollten möglichst aktuell sein
- Informationen sollten möglichst umfassend und vollständig sein
- Informationen sollten möglichst schnell verfügbar sein
- Informationen sollten mit möglichst geringem personellen Aufwand gewonnen werden.

*Daraus resultiert:*

- Informationen sollten mit möglichst geringem Zeitaufwand und zu möglichst geringen Kosten bezogen werden

Die AT Informationsvermittlung unterstützt die XXXXXXXXX bei Bedarf bei der Implementation des Maßnahmenkataloges. Die hierfür nötige Beraterunterstützung sollte zum Ende der Informationsbedarfsanalyse auf Basis der vorliegenden Projektergebnisse nochmals detailliert kalkuliert werden.

**D. Zeitlicher Ablauf**

Bei Auftragserteilung bis zum 12. Juli 2001 ist ein Verlauf nach folgendem Plan vorgesehen (es wird bei zügiger Durchführung damit gerechnet, dass das Projekt innerhalb von 3-4 Wochen abgeschlossen sein kann):

<b>Projektdauer</b>		
Modul	Untersuchungsteil	Werktage
A.	Leitfadenerstellung und Ist-Analyse incl. 1 Tag Kick-off Veranstaltung	5
B.	Interpretation der Ergebnisse incl. ein- tägigem Workshop	2
C.	Erstellung des Maßnahmenkataloges und Abschlußpräsentation	3
<b>Gesamt</b>		<b>10</b>

**E. Ergebnispräsentation**

Die Ergebnisse der Untersuchung werden in Form eines einheitlichen Ergebnisberichtes aufbereitet, welcher ca. 25 Seiten (einschl. Grafiken) umfaßt und einen Maßnahmenkatalog beinhaltet. Zusätzlich erfolgt eine Ergebnispräsentation im Hause des Kunden.

**F. Kosten**

Für den beschriebenen Leistungsumfang wird folgendes Honorar veranschlagt:

<b>Kostenübersicht</b>		
Modul	Untersuchungsteil	Kosten (netto)
A.	Leitfadenerstellung und Ist-Analyse incl. 1 Tag Kick-off Veranstaltung	EUR XXXX,-
B.	Interpretation der Ergebnisse incl. ein- tägigem Workshop	EUR XXXX,-
C.	Erstellung des Maßnahmenkataloges und Abschlußpräsentation	EUR XXXX,-
<b>Gesamt</b>		<b>EUR XXXXX,-</b>

Erläuterungen:

Der Tagessatz für Beratungsleistungen beim Kunden vor Ort beträgt EUR 1.450,- zzgl. Mwst. und Spesen. Die erforderlichen Hilfsmittel werden von der XXXXXXXXX gestellt, weshalb keine Nebenkostenpauschale vorgesehen ist.

Bezüglich der Spesen ist mit drei Hin- und Rückflügen von Hamburg nach XXXXX, Mietwagenkosten, sowie 4 Übernachtungen während Modul A zu rechnen.

Die Kalkulation wurde unter der Annahme erstellt, dass eine MitarbeiterIn der XXXXXXXXX 50% ihrer Arbeitszeit mit der Durchführung des Projektes verbringt und die AT Informationsvermittlung so als PartnerIn unterstützt. Der Vorteil für die XXXXXXXXX besteht darin, dass dieses Vorgehen zugleich eine Personalentwicklungsmaßnahme für diese MitarbeiterIn darstellt.

**Synergiefaktoren gemischter Teams**

<b>Externer Berater</b>	<b>Interner Mitarbeiter</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Spezialausbildung und -wissen</li><li>▪ Problemlösungs- und Durchsetzungserfahrung</li><li>▪ Hierarchie- und Bindungsfreiheit, Neutralität</li><li>▪ Konflikterfahrung</li><li>▪ Objektivität</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Verfügbarkeit und geringe Kosten</li><li>▪ Kenntnis des Unternehmens und der Branche</li><li>▪ Kenntnis der informellen Abläufe und Entscheidungsträger</li><li>▪ Engagement</li><li>▪ Sicherstellung der Kontinuität</li></ul>

**G. Lieferbedingungen**

Sämtliche Beträge verstehen sich zuzüglich der zum Zeitpunkt der Rechnungsstellung gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer. Ein Vorschuß von 33% der Gesamtsumme ist im voraus zu entrichten. Der Restbetrag ist innerhalb von 10 Tagen nach der Abschlußpräsentation fällig.

**H. Qualifikation von Andreas Teller, Gründer der AT Informationsvermittlung**

Andreas Teller ist Diplom-Psychologe mit den Schwerpunkten Personalauswahl und –entwicklung sowie Organisationsberatung. Im November 1995 gründete er die AT Informationsvermittlung und ist seitdem als Researcher, Trainer und Berater tätig. Zu den Kunden der AT Informationsvermittlung zählen insbesondere Unternehmensberater, Marktforschungsinstitute und eine Reihe von Bildungsträgern.

Von Mai bis Dezember 2000 war Andreas Teller rund 160 Tage in der Frankfurter Niederlassung der Topmanagementberatung Roland Berger Strategy Consultants tätig und dort zuständig für das Research in den Bereichen IT, E-Commerce und Medien, die Einarbeitung mehrerer Mitarbeiter und Praktikanten, sowie die Systematisierung des internen Knowledge Managements (siehe Referenzschreiben).

Dieses Angebot wurde auf dem PC erstellt und ist ohne Unterschrift bis zum 12. Juli 2001 gültig.

AT Informationsvermittlung - 12. Juni 2001 -