



Inhalt

A. Ausgangslage

B. Informationsbedarf

C. Methoden

D. Ergebnisse

E. Arbeitsfelder



A.1 Zeitliche Entwicklung der Information

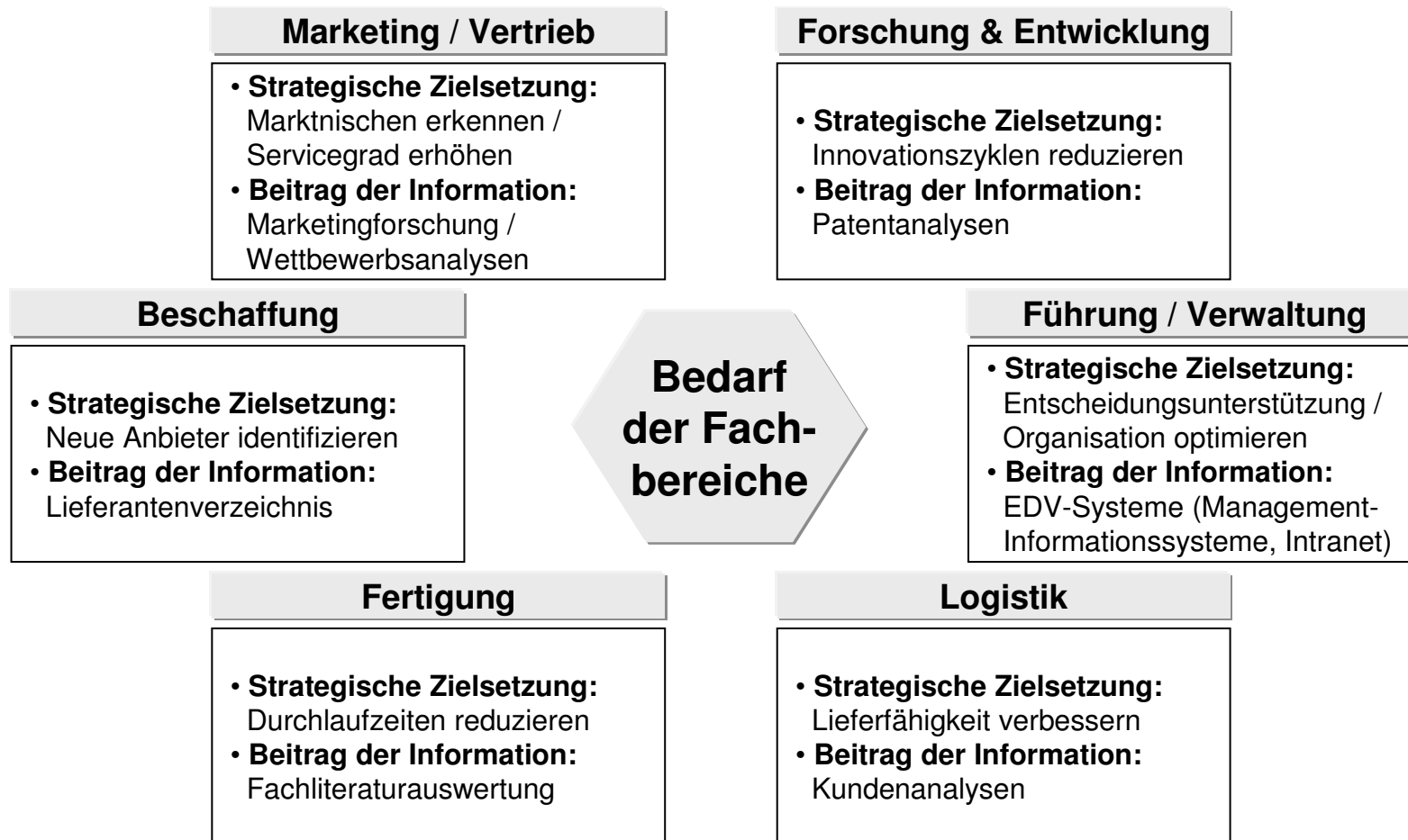
- **Information als Wirtschaftsfaktor neben Kapital, Boden und Arbeit**
- **Der Informationsbedarf aber auch die Komplexität der Informationsgewinnung steigen bedingt durch die Informationsflut weiter an (mehr Fachzeitschriften, Patente und Marken)**
- **Internet und andere elektronische Medien ergänzen und ersetzen zunehmend die konventionelle Informationsbeschaffung z.B. aus Bibliotheken**



A.2 Wichtige Merkmale der Information

- **Schnellebigkeit: die hohe Ausbreitungsgeschwindigkeit führt zu einer Entwertung der Informationen**
- **Komplexität: komplexe Entscheidungsprozesse bedingen einen komplexen, mehrstufigen Informationsprozess**

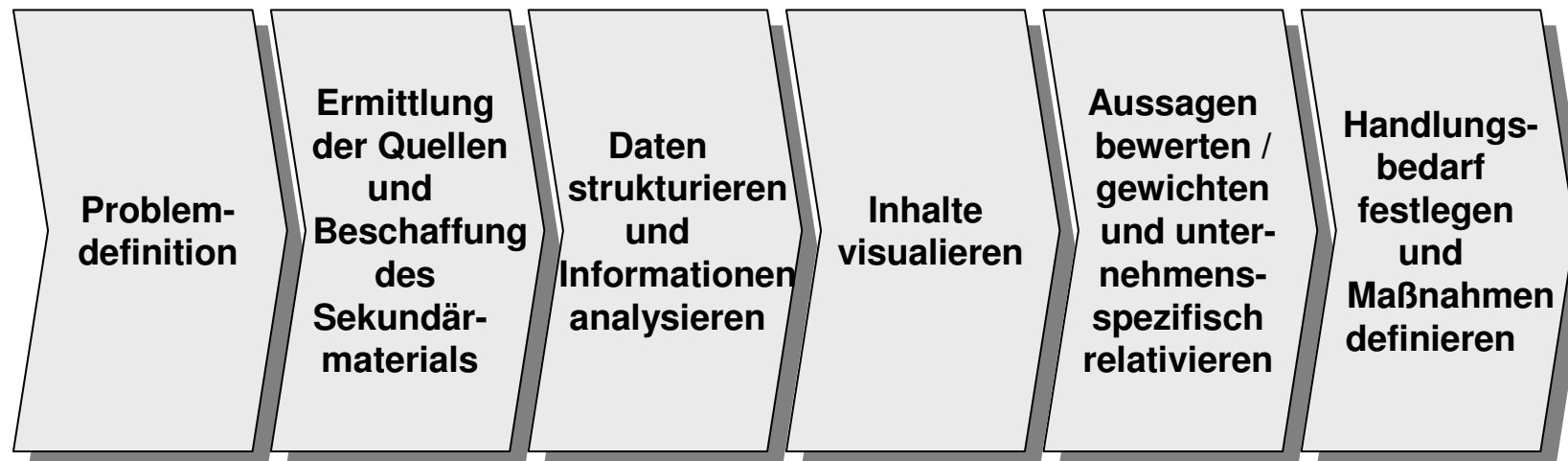
B.1 Informationsbedarf im Unternehmen



B.2 Informationsbedarfsanalyse

- **Zielsetzung: konventionelle und elektronische Quellen zu integrieren und das intellektuelle Kapital eines Unternehmens sinnvoll zu nutzen**
- **Vorgehensweise: Mitarbeiter- oder Kundenbefragungen, Dokumenten- und Aufgabenanalysen, Prozeßbeobachtung**
- **Ergebnisse: basierend auf einer Ist-Analyse wird ein Sollkonzept abgeleitet (Maßnahmenkatalog) - so werden potentielle Nutzer identifiziert und deren Bedarf besser kennengelernt**

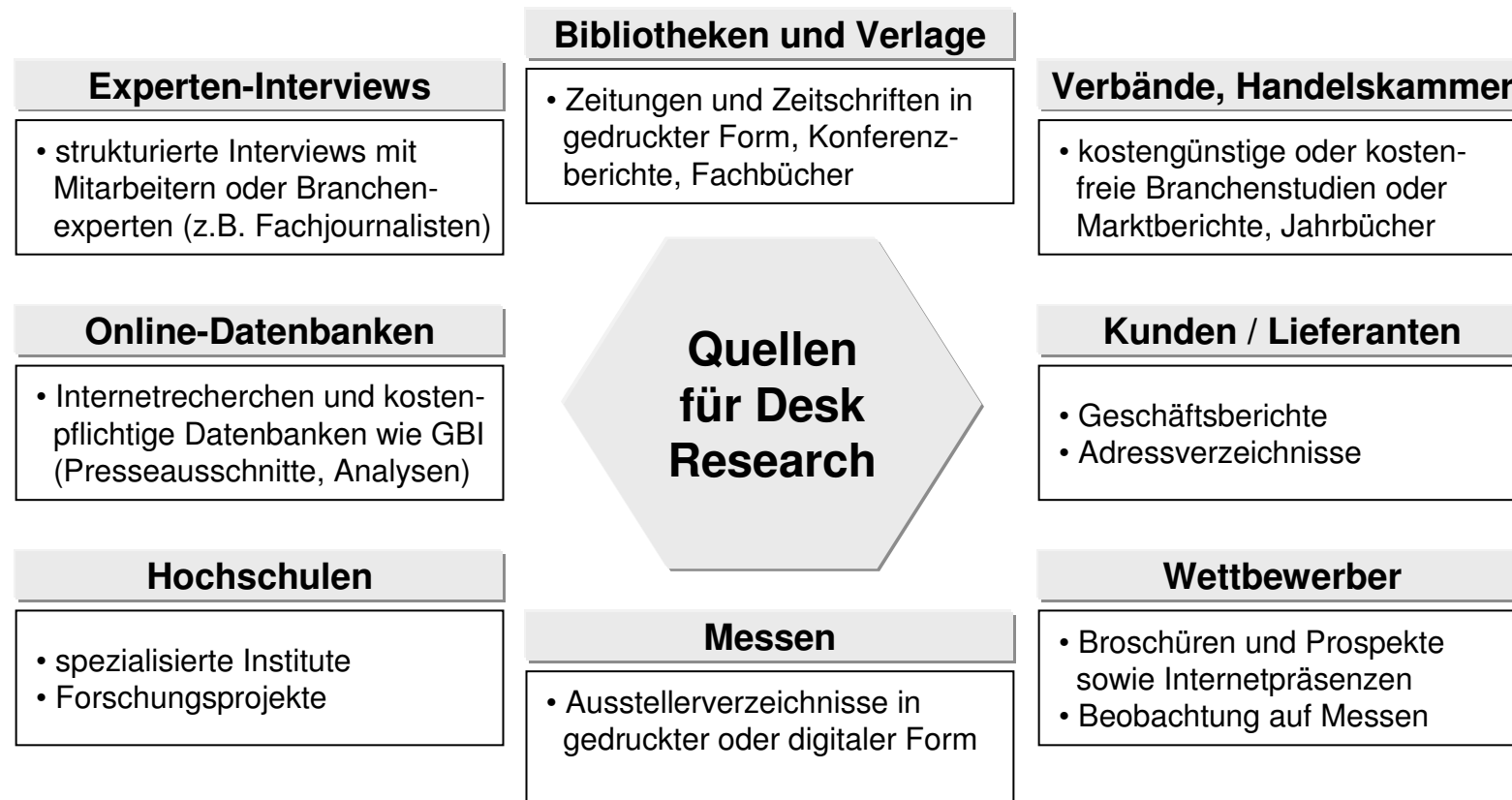
B.3 Wertschöpfung der Informationsleistung



C.1 Vor- und Nachteile von Online-Datenbanken

Vorteile von Online-Datenbanken	Nachteile von Online-Datenbanken
<ul style="list-style-type: none">• Viele Informationen sind derzeit im Internet kostenlos zu beziehen	<ul style="list-style-type: none">• Im Internet verfügbare Informationen sind nicht immer zutreffend
<ul style="list-style-type: none">• Schnelligkeit und Aktualität	<ul style="list-style-type: none">• Nicht alle Informationen sind verfügbar (mangelnde Vollständigkeit)
<ul style="list-style-type: none">• Kostenpflichtige Datenbanken bieten hochwertige Informationen	<ul style="list-style-type: none">• Kenntnis einer Datenbank nur über Erfahrungswissen
<ul style="list-style-type: none">• Suchvariabilität und räumliche Unabhängigkeit	<ul style="list-style-type: none">• Teilweise erschwerter Benutzerzugang aufgrund spezieller Abfragesprachen

C.2 Quellen der Informationsbeschaffung



C.3 Häufig verwendete Tools im Internet

- **Kataloge (ein spezielles Redaktionsteam ordnet Websites bestimmten Kategorien zu, z.B. Web.de oder Yahoo.com)**
- **Suchmaschinen (hier werden die Seiten von Suchprogrammen automatisch indiziert): Altavista (mit ausgefeilten Suchmöglichkeiten) oder Google (Ranking nach Popularität der Seiten, gemessen in der Zahl der Links)**
- **Metasuchmaschinen, welche eine Reihe von Suchmaschinen zusammenfassen**
- **Newsgroups: Nutzer finden sich zu allen erdenklichen Themen zusammen, ggf. besteht auch die Möglichkeit, eine eigene Gruppe zu einem interessierenden Thema zu gründen**



D. Ergebnisse

- **Erstellung von Firmenprofilen oder Firmendossiers (mit Stärken- / Schwächenanalyse, Übersicht über Produkt- und / oder Dienstleistungsangebot)**
- **Wettbewerbsanalyse / Konkurrenzsituation**
- **Markt- oder Branchenanalysen (Daten des Marktumfeldes, Marktanteil, Struktur der Industrie usw.)**
- **Aufbereitung in Form von Charts und Projektberichten**
- **Ggf. Präsentation der Ergebnisse vor Mitarbeitern oder Kunden**
- **Dokumentation (Archivierung in hauseigenen Ablagen oder Datenbanken)**

E.1 Arbeitsfelder von Infobrokern

Freelancer	<ul style="list-style-type: none">• Spezialisierung möglichst auf Wirtschaftsinformationen• Schwierige Kundengewinnung, geringe Zahlungsbereitschaft
Berater / Marktforschung	<ul style="list-style-type: none">• Sehr hoher Leistungsdruck und anspruchsvolle Tätigkeit• Hohes Einkommen erzielbar, starke Nachfrage
Verlage / Medien	<ul style="list-style-type: none">• Interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit• Wg. Internet-Krise oft Verkleinerung der Online-Redaktion
Dienstleistungs- unternehmen	<ul style="list-style-type: none">• relativ hohe Nachfrage insbesondere bei kleinen Betrieben• Research nur ein Teil des Aufgabenspektrums
Großunternehmen	<ul style="list-style-type: none">• Researchtätigkeit ist entweder Teil der täglichen Arbeit der Mitarbeiter oder in speziellen Abteilungen angesiedelt

E.2 Anforderungen an einen Infobroker



E.3 Ausbildungsmöglichkeiten

- **Fachhochschulen (z.B. Mediendokumentation)**
- **Ausbildung zum Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste (3 Jahre)**
- **Handelskammer (berufsbegleitende Infobroker-Kurse)**
- **Arbeitsämter / Bildungsträger (mehrmonatige Fortbildungsmaßnahmen)**
- **Private Anbieter (Coaching, maßgeschneiderte Trainingsmaßnahmen für die Mitarbeiter)**



E.4 Empfehlenswerte Quellen

- **Einführendes Standardwerk: Handbuch Informationsvermittlung (Zollner Managementberatung, www.zollner-beratung.de)**
- **Buch „Der Information Broker“ (www.jutta-bachmann.com, ISBN 3-8273-1703-7)**
- **Fachzeitschrift für Information Professionals: *Password* (z.B. im HWWA - Hamburger Weltwirtschaftsarchiv - einzusehen)**



Zusammenfassung

Infobroking ist weniger als ein Berufsbild zu betrachten als eine heutzutage für die meisten sehr wichtige Zusatzqualifikation

Den Königsweg in der Ausbildung gibt es nicht - Fachhochschulen, Handelskammern und Arbeitsämter bieten verschiedene Möglichkeiten an

Eine systematische Vorgehensweise und die Berücksichtigung sowohl konventioneller als auch digitaler Quellen sind wichtige Erfolgsfaktoren

Die Tätigkeit als Freiberufler ist durch mangelnde Akzeptanz für kostenpflichtige Dienstleistungen in diesem Bereich geprägt

Die besten Möglichkeiten für eine Beschäftigung bieten sich in Dienstleistungsunternehmen (insbesondere Unternehmensberatungen)