

Klicken Sie bitte hier, um diesen Artikel zu drucken» 

Auf Augenhöhe mit den Unternehmen



Prof. Matthias Fank

Matthias Fank im Interview» Informationsmanagement wird nicht nur an der Uni gelehrt, sondern findet reale Abnehmer in der Wirtschaft. Matthias Fank, Professor an der Fachhochschule Köln für diesen Bereich, beschreibt den Wandel in den Einsatzgebieten von Informationsmanagern.

wiwo.de: Wie hat sich das Berufsbild des Informationsmanagers gewandelt?

Matthias Fank: Früher ging es dabei vor allem um die Recherche in Informationsdatenbank und die Organisation von Informationsdatenbanken. Aber seitdem sich jeder selbst googeln kann, wird diese Tätigkeit nicht mehr an spezielle Informationsmanager abgegeben. Aufgrund der Fülle an Informationen im Netz ist es aber heute nicht mehr möglich, ohne spezielle Kompetenzen, Überblick zu behalten.

Heute geht es mehr um die Frage: Was steht über mich im Internet? Informationsmanager durchsuchen beispielsweise Foren- und Blogeinträge nach Nutzermeinungen zu einem bestimmten Auto und werten das dann für das Unternehmen aus.

Was passiert, wenn etwas Schlechtes über mich im Internet steht?

Zunächst bedarf es dazu einer ganz anderen Sensibilität zum Beispiel der Mitarbeiter. Viele Einträge beispielsweise über Produkte zeigen sehr deutlich, dass Insider diese ins Internet gestellt haben. Sicherlich nicht bösartig, sondern einfach unbedarft.

Unternehmen müssen ihre Mitarbeiter dafür sensibilisieren. Das klappt nicht mit einer Liste mit zehn Regeln oder einmal zur Einstellung, sondern darauf muss kontinuierlich hingewiesen werden. Das ist das gleiche, wie beim Arbeitsschutz: Da ist auch klar, dass an bestimmten Maschinen nur mit Schutzbrille gearbeitet werden darf und trotzdem sollte immer wieder darauf hingewiesen werden.

Bringt es was, wenn ich gegen schlechte Kommentare etwas unternehme?

Es gibt die berühmten Fälle, wo Mitarbeiter einer Firma bewusst positive Kommentare über sich selbst verfasst haben und das ist dann durch die so genannten IP-Protokolle aufgefallen. Das funktioniert nicht, die Netzgemeinschaft zerreißt diese Unternehmen dann in der Luft. Der Schaden durch schlechte Kommentare kann indes immens sein. Sie werden durch einen Journalist gefunden und der schreibt darüber. Und schon entsteht ein immenser Imageverlust.

Ein weiteres Beispiel: Ein Forenbetreiber wurde für sein Forum über Ford von dem Unternehmen ausgezeichnet. Er startete dann ein Forum über Lego und erhielt dort eine Unterlassungserklärung. Er war natürlich richtig erzürnt und hat diese gleich auf seine Website gestellt. Das hat richtige Kreise gezogen. Das Problem für Unternehmen ist in diesem Fall: Selbst kleine Websites haben heute eine sehr große Reichweite.

Die Unternehmen, die einfache sagen: „Oh Gott, ist das alles durchgeknallt“, vergeben aber auch eine riesige Chance. Um beim Beispiel zu bleiben: Über Ford gibt es bei einer Verbrauchercommunity über 3.000 Artikel. Da sind auch sehr viele sehr interessante Informationen für die Verantwortlichen dabei.

Wo sehen Sie den Trend für Informationsmanagement in der Zukunft?

Heute wertet der Informationsmanager noch passiv Informationen aus. In Zukunft wird aber die Interaktivität immer mehr zunehmen. Das erfordert einen fundamentalen Wandel auch in der Einstellung der Unternehmen.

Die PR-Abteilung beispielsweise verteilt heutzutage recht passiv Informationen. Auch durch die Entwicklungen, die Web 2.0. bringt, rücken die Nutzer immer mehr auf gleiche Augenhöhe mit riesigen Unternehmen. Der Umgang damit ist gar nicht so einfach.

[18.12.2007] Jörg Stroisch

Alle Rechte vorbehalten.

Die Web-Seiten von wiwo.de, ihre Struktur und sämtliche darin enthaltenen Funktionalitäten, Informationen, Daten, Texte, Bild- und Tonmaterialien sowie alle zur Funktionalität dieser Web-Seiten eingesetzten Komponenten unterliegen dem gesetzlich geschützten Urheberrecht der ECONOMY.ONE GmbH. Der Nutzer darf die Inhalte nur im Rahmen der angebotenen Funktionalitäten der Web-Seiten für seinen persönlichen Gebrauch nutzen und

erwirbt im übrigen keinerlei Rechte an den Inhalten und Programmen.

Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ist ohne schriftliche Genehmigung der ECONOMY.ONE GmbH untersagt. Unter dieses Verbot fällt insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-Rom.

© ECONOMY.ONE GmbH, 2000-2008

Klicken Sie bitte hier, um diesen Artikel zu drucken» 

Menschen der
Wirtschaft  **wiwo.de** 