



Gute Informationen sind selbstverständlich – oder etwa doch nicht?

Nur wer gut informiert ist, kann richtige Entscheidungen fällen und erfolgreich handeln. Heutzutage sind Informationen schnell verfügbar und inhaltlich relevant, und wir vertrauen auf die Informationsquellen der neuen Medien. Diese informieren uns über weltweite Geschehnisse, die wir nicht selbst verifizieren können – und die unsere Entscheidungen und Handlungen mitbestimmen.



Prof. Dr. Andreas Huber
Dozent für Projektmanagement
Berner Fachhochschule
andreas.huber@bfh.ch

Der Preis eines Rohstoffs basiert auf Angebot und Nachfrage und wird an der Börse (siehe Beitragstitelbild) bestimmt – einem geschlossenen Raum weitab der Produktion und des Verbrauchs des Rohstoffs. Die Rohstoffhändler platzieren Kaufs- und Verkaufsangebote, die auf Informationen basieren, die in globalen Informationssystemen aufbereitet werden. Die Qualität dieser Informationen entscheidet am Ende des Tages darüber, ob die Händler mit einem Gewinn oder Verlust dastehen.

Was ist Information?

Information ist ein flüchtiges Gut. Sie veraltet umso schneller, je rascher sich die Welt verändert, auf die sie sich bezieht. Wenn beispielsweise eine Zeitung beim Erscheinen CHF 2.– kostet, so ist die gleiche Zeitung 24 Stunden später als Altpapier nur noch den Bruchteil eines Rap-pens wert – unabhängig davon, ob sie gelesen wurde oder nicht. Der Unterschied entspricht dem Wert der Informationen in der Zeitung. Käuferinnen und Käufer realisieren das Nutzenpotenzial der Informationen in ihren täglichen Entscheidungen, indem sie beispielsweise den Schirm zur Arbeit mitnehmen oder eine Aktie rechtzeitig verkaufen.

Gut aufbereitete Informationen sind nicht selbstverständlich

Als Informationsproduzentinnen sammeln Zeitungen relevante Informationen und arbeiten sie für ihre Kundschaft leserge-recht auf. Damit geht eine Veränderung des Berufsbilds von Journalistinnen und Journalisten vom Schreiben zum Auswählen und Aufbereiten von Informationen einher.

Doch welche Eigenschaften und Merkmale machen die Qualität der Informationen aus? Die Beantwortung dieser Frage ist unabdingbar, um den Wert der Informationen für deren Käuferinnen und Käufer zu maximieren und so den bestmöglichen Verkaufspreis zu erzielen.

Kategorien der Daten- und Informationsqualität

Die Deutsche Gesellschaft für Informations- und Datenqualität unterscheidet vier Kategorien der Informationsqualität (siehe Abb. 1). Im Daten- und Informationsqualitätsmodell (DQIQ) stellt sich erstens die Frage nach der Zweckmässigkeit einer Information im Hinblick auf ihre Nutzung. Wie oben dargelegt sind beim Börsenhandel die Relevanz und die Aktualität der Informationen matchentscheidend. Im Börsenhandel sind die Kriterien des angemessenen Umfangs und der Vollständigkeit meist verletzt: Die angestrebte Wertschöpfung ist mit einem Risiko verbunden. Der Börsenhändler entscheidet schliesslich aufgrund seines Wissens und seiner Erfahrung, ob er trotz des Risikos ein Angebot macht oder nicht.

Inhaltliche Aspekte bilden die zweite Kategorie der Informationsqualität. Hier geht es um die «Wahrheit» der Information – um ihre Objektivität und Fehlerfreiheit. Diese Kriterien können nur in einfachen Verhältnissen überprüft und gewährleistet werden. So kann eine Wetterprognose nie objektiv oder fehlerfrei sein, obwohl sie auf überprüfbaren Messungen beruht. Sie wird aus einem Modell abgeleitet und erlangt ihre Glaubwürdigkeit durch das Ansehen der Organisation, welche die Prognose erstellt.

Drittens werden Informationen dem entscheidenden oder handelnden Menschen in einer verständlichen Form dargebracht. Weitere darstellungsbezogene Kriterien sind etwa die Übersichtlichkeit oder Einheitlichkeit der Darstellung. Diese Kriterien basieren auf einem Benutzermodell, das der Komplexität des realen Informationsempfängers nur ansatzweise gerecht wird.

Die vierte Kategorie des DQIQ-Modells weist darauf hin, dass die Informationen über eine Kette von Informationssystemen aufbereitet und verfügbar gemacht werden. Die genannten Kriterien der Zugänglichkeit verweisen auf die Oberfläche eines technischen Systems, indem Daten vom Informationsempfänger abgerufen und

weiterverarbeitet werden können. Diese Qualitätskriterien greifen vor dem Hintergrund eines modernen Verständnisses des Informationssystems zu kurz, da es neben der technischen Komponente noch eine personelle und eine organisatorische umfasst.

Informationsqualität: Auch eine Frage des Managements

Vor diesem Hintergrund zielt das Management der Informationsqualität darauf ab, die Entscheidungstragenden innerhalb eines Unternehmens mit qualitativ hochstehenden Informationen zu versorgen. English formuliert dazu einen ganzheitlichen Ansatz eines Managementsystems für die Informationsqualität.

Aus wirtschaftlicher Perspektive sind Informationen ein Gut, das von einem Informationssystem produziert wird, das aus Mitarbeitenden, einer Organisationsstruktur und technischen Anwendungssystemen besteht. Dieses Gut hat für Kundinnen und Kunden einen Wert, weshalb sie bereit sind, dafür zu bezahlen. Für das Management der Informationsqualität ist der Wert der Information aus Kundensicht das oberste

Ziel. Weiter muss der ganze Prozess der Informationsproduktion von den Geschehnissen bis zur Wertschöpfung der Kundinnen und Kunden gemanagt werden. Qualität beginnt mit der Prüfung, welche Aspekte welcher Geschehnisse ins Informationssystem einfließen sollen. Zentrale Themen sind weiter die Organisation der Abteilungen im Informationssystem und die Weiterbildung der beschäftigten Personen. Wichtig sind schliesslich auch die Kultur im Informationssystem und die kontinuierliche Prozessverbesserung.

Fazit

Die Informationsqualität ist von zentraler Bedeutung für handelnde Wirtschaftssubjekte. Neben der in diesem Artikel betonten produktionswirtschaftlichen Sicht mit der Information als Produktionsfaktor oder als Zwischen- und Endprodukt sind Informationen auch aus entscheidungstheoretischer und strategischer Sicht relevant. In Verhandlungen und bei Projekten sind der Zugang und Umgang mit Informationen entscheidende Erfolgsfaktoren.

Eine gute Informationsqualität setzt klare Prozesse der Informationsproduktion und eine ebenso klare Definition der Informationsqualität voraus. Interne und externe Kundinnen und Kunden nehmen eine zentrale Rolle ein, weil sie die Informationen in ihrem wirtschaftlichen Handeln verwerten. Das Management der Informationsqualität stützt die Informationsproduzenten mit bewährten Praktiken zur kontinuierlichen Qualitätsverbesserung ihrer Informationsproduktionsprozesse aus. Zentrale Messgrößen sind die Zufriedenheit der Kundenschaft und der Mitarbeitenden, eine schlanke und möglichst fehlerfreie Informationsproduktion sowie die Vertrauenswürdigkeit und das Wertschöpfungspotenzial der produzierten Informationen. ■

Literatur und Links

Deutsche Gesellschaft für Informations- und Datenqualität (2007): 15. IQ Dimensionen. www.dgqi.de/_data/pdf/IQ-Definition/IQ-Def_Visual.pdf, 24. Mai 2011.

English, Larry (2002): «The Essentials of Information Quality Management.» Information Management Magazine.

www.information-management.com/issues/20020901/5690-1.html, 7. Juni 2011.

Weitere Informationen zum Master of Advanced Studies in Wirtschaftsinformatik finden Sie im Weiterbildungsprogramm auf Seite 57.

Abbildung 1: Definition der Informationsqualität (nach DQIQ, 2007)



Abbildung 2: Ganzheitliche Perspektive der Informationsproduktion

