

Sie sind hier: [Startseite](#) → [Lexikon](#) → [Informations-, Daten- und Wissensmanagement](#) → [Informationsmanagement](#) → [Information](#) → Informationsbegriff in der Informationswirtschaft

Suche

[Suche](#)

[Erweiterte Suche...](#)

Navigation

- Informations-, Daten- und Wissensmanagement
 - Business Intelligence
 - Datenmanagement
 - Grundlagen der Informationsversorgung
 - Informationsmanagement
 - Information
 - Informationsbegriff in der Informationswirtschaft
 - Informationsbegriff in der Kommunikationstheorie
 - Informationsbegriff in der Semiotik
 - System
 - Informationssystem-Architektur
 - Wirtschaftlichkeit von Informationssystemen
 - Informationsmanagement, Konzepte des
 - Informationsmanagement, Aufgaben des
 - Business Engineering
 - Informations- und Wissensgesellschaft
 - IT-Infrastruktur
 - Referenzmodellierung
 - Wissensmanagement
 - Entwicklung und Management von Informationssystemen
 - Inner- und überbetriebliche Informationssysteme
 - Technologische und methodische Grundlagen
 - Übergreifender Teil

Informationsbegriff in der Informationswirtschaft

Thomas Pietsch

In den Geisteswissenschaften hat der Begriff Information mittlerweile den gleichen Stellenwert, wie die Begriffe Materie und Energie für die Naturwissenschaften. Die Aussage des amerikanischen Mathematikers Norbert Wiener macht deutlich: "Information ist Information, weder Materie noch Energie." Das schafft Klarheit hinsichtlich der Tatsache, dass Information immateriell ist, lässt jedoch auch ein Problem vermuten. Als immaterielles Wirtschaftsgut ist die Information nicht so leicht in die seit Jahrhunderten für materielle Wirtschaftsgüter entwickelten Modelle einzuordnen und auch nicht so leicht mit den gleichen Methoden und Techniken zu behandeln. Wegen seiner Relevanz für ökonomischen Erfolg von Unternehmen ist es jedoch notwendig, Unternehmen mit Informationen zu bewirtschaften (vgl. Pietsch und Gippner 2010, S. 14). Informationen müssen also im Kontext der Informationswirtschaft betrachtet werden.

Charakteristik des Begriffs

Im Rahmen der Informationswirtschaft ist die Handlungsrelevanz für ökonomische Aktivitäten das entscheidende Merkmal für die Bedeutung des Begriffes Information.

Zum besseren Verständnis sei das Beispiel eines Wirtschaftsmagazins genannt, das im Fernsehen gezeigt wird. Fortlaufend werden dort systematisch Buchstabengruppen und Zahlen – also Daten – angezeigt. Wenn der Zuschauer deren Bedeutung versteht und weiß, dass es sich dabei um Abkürzungen für börsennotierte Unternehmen und deren Aktienkurs handelt, versteht er die Nachrichten, die das Wirtschaftsmagazin zusammengestellt hat. Für diejenigen Fernsehzuschauer, die beabsichtigen, Geld in Aktien anzulegen und die Entscheidung hierüber zu fällen haben, sind die Nachrichten über Aktienkurse entscheidungsrelevant, also Informationen.

Damit wird deutlich, dass es immer vom Anwender, seiner Situation und seinem Wissen abhängt, welche Ausprägung Signale, auf die er zugreifen kann, für ihn haben.

Die eben verwendeten Begriffe können in einem mehrstufigen Prozess abgegrenzt werden, in dem zunächst aus Zeichen, die einer bestimmten Struktur folgen (Syntax), Daten werden. Durch die Kenntnis der Bedeutung dieser Daten (Semantik) wird für den Adressaten daraus eine Nachricht. Wenn diese Nachricht die Grundlage für eine Entscheidung oder Handlung darstellt (Pragmatik), nimmt sie für den Anwender den Charakter einer Information an (vgl. Pietsch, Martiny und Klotz 2004, S 41 f.). Damit wird deutlich: Informationen sind zweckorientiert verwendete Nachrichten.

Das Verstehen der Nachrichten und das Beurteilen, ob eine Nachricht entscheidungsrelevant – also eine Information – ist und welchen Wert sie für ihn hat, geschieht auf der Basis des dem Anwender zur Verfügung stehenden Wissens.

Das in der Abbildung 1 dargestellte Modell verdeutlicht den Zusammenhang.

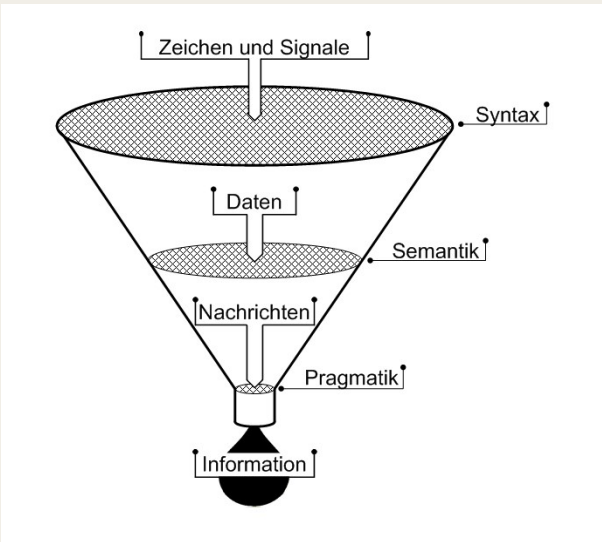


Abb. 1: Einordnung und Abgrenzung des Begriffs Information

Um Information von Wissen abzugrenzen, mit dem sie manchmal verwechselt wird, muss festgestellt werden, dass Information eine Bewegungsgröße ist, die durch Übertragung (Kommunikation) erworben wird. Wissen hingegen ist eine Bestandsgröße, die durch Lernen erworben wird. Zeichen und Signale, Daten und Nachrichten können übertragen werden; ob eine Nachricht für den Empfänger eine Information

darstellt, entscheidet ausschließlich der Empfänger und ob aus den übertragenen Bewegungsgrößen Wissen entsteht, hängt davon ab, ob der Empfänger deren Inhalte in seinen Langzeitspeicher aufnimmt.

Information als Wirtschaftsgut

Die so charakterisierte Information hat für den Anwender einen ökonomischen Wert, der sowohl eine produktive als auch eine konsumtive Ausprägung hat.

Information als Produktionsfaktor

In der Anfangszeit der betriebswirtschaftlichen Faktorsystematiken wurde die Information zwar nicht sofort als Produktionsfaktor eingestuft, doch lässt sich ihre Betrachtung als Produktionsfaktor bereits mit damaligen Systematiken begründen. Bei Gutenberg werden als Produktionsfaktoren Elementarfaktoren (Arbeitsleistung, Betriebsmittel und Werkstoffe) von dispositiven Faktoren (Geschäftsleitung, Organisation und Planung) unterschieden, zu denen auch die Information gehört (vgl. Gutenberg 1979, S. 3 ff.).

Wöhe und Döring behandeln die Information bis zur 21. Auflage ihres Standardwerkes „Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre“ in ihrer Systematik der betrieblichen Produktionsfaktoren zwar nicht explizit, gehen jedoch sehr ausführlich auf die dispositiven Faktoren ein (vgl. Wöhe und Döring 2002, S. 84 ff.). Sie sehen Information zwar nicht als eigenständigen Produktionsfaktor, jedoch als Voraussetzung für das Wahrnehmen dispositiver Aufgaben. Ab der Auflage 22 ändert sich die Darstellung der Autoren. Erstmals widmen sie in ihrem Buch ein Kapitel dem Thema „Informationswirtschaft“ und machen damit die gestiegene Bedeutung der Information deutlich (vgl. Wöhe und Döring 2005, S. 192 ff.). Unter diesem Aspekt wird die Gewährleistung der optimalen Faktorallokation zu einer der wichtigsten Aufgaben der betrieblichen Informationswirtschaft.

Information als Produkt

Die Information ist jedoch nicht nur Produktionsfaktor, sondern mittlerweile auch Produkt. Viele heutige Geschäftsmodelle wären nicht entstanden, wenn Informationen nicht zu Produkten geworden wären.

Letztlich ist jede Information zwar das Ergebnis aufbereiteter und auf einem Träger übermittelter Signale. Die Form der Aufbereitung führt allerdings zu unterschiedlich materialisierten und damit vom Adressaten unterschiedlich wahrgenommenen Informationen. Hier können für die Informationswirtschaft vor allem Text-Informationen, visuelle Informationen (Bilder) und akustische Informationen (Töne) angeführt werden.

Zahlreiche Unternehmen sind heute nur deshalb sehr erfolgreich, weil sie das „Produkt Information“ geschickt vermarkten. Als Beispiele seien die aus dem Social-Media-Bereich bekannten Unternehmen und Anwendungen Twitter, Facebook, Wikipedia, Google mit seinen Teilgebieten, wie u. a. Google-Bilder und Google-Maps, tumblr, flickr, Instagram, Foursquare und XING stellvertretend für viele weitere Akteure genannt.

Aber nicht nur die New Economy, sondern z. B. auch klassische Versicherungsunternehmen vermarkten Informationen. Nämlich das Versprechen, in Schadensfällen nach vereinbarten Regeln vereinbarte Beträge an Versicherungsnehmer auszuzahlen.

Der Produktcharakter von Informationen ist an Konzepten, wie dem Information Lifecycle Management zu erkennen. Es macht deutlich, dass Information wie jedes andere Produkt einem Lebenszyklus unterliegt. In den Phasen dieses Zyklus wird mit der Information entsprechend ihrem Wert für das Unternehmen gearbeitet.

Informationen verwenden

Informationen sind also mittlerweile die wichtigsten Wirtschaftsgüter, da sie das Rohmaterial aller und das Ergebnis vieler Unternehmensprozesse sind und somit das gesamte Wirtschaftsleben mit Energie versorgen. Daraus resultiert die Notwendigkeit, mit diesen Gütern zu wirtschaften.

In heutigen Unternehmen werden sie daher für das Verfolgen der strategischen Unternehmensziele gezielt eingesetzt und durch das Informationsmanagement in Geschäftsprozessen und IT-Systemen zur richtigen Zeit in der richtigen Form an die richtige Stelle des Unternehmens gebracht. Je besser dies gelingt, desto erfolgreicher ist das Unternehmen, denn erfolgreiches Unternehmertum beruht auf dem Erkennen und Ausnutzen des Potentials, das das Wirtschaftsgut Information enthält.

Literatur

- Gutenberg, Erich: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. Band 1, Springer, Berlin u. a., 1979.
- Pietsch, Thomas; Gippner, Sylke: CIO – Manager des Information Business! in: IT-Governance, Zeitschrift des ISACA Germany Chapter, 4. Jahrgang, Heft 7, Heidelberg: dpunkt Verlag, 2010, S. 14-18.
- Pietsch, Thomas; Martiny, Lutz; Klotz, Michael: Strategisches Informationsmanagement – Bedeutung, Konzeption und Umsetzung. 4. vollst. neu bearbeitete Auflage, Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2004.
- Wöhe, Günter, Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 22., neubearb. Aufl., München: Verlag Franz Vahlen, 2005.
- Wöhe, Günter, Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 21., neubearb. Aufl., München: Verlag Franz Vahlen, 2002.

Autor



Prof. Dr. Thomas Pietsch, HTW Berlin, Studiengang Wirtschaftsinformatik,
Treskowallee 8, 10318 Berlin

[Autoreninfo](#)

Zuletzt bearbeitet: 11.09.2014 14:38

Letzter Abruf: 16.10.2014 14:53

[Kommentare](#)



© 2008-2014, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Electronic Government, Universität Potsdam

Koordination: Norbert Gronau, Edzard Weber, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Electronic Government, Universität Potsdam

[Impressum](#)