

PASSWORD

www.password-online.de



Open Password - Montag, den 27. August 2018

#426

Michael Klems – Bernd Jörs – Information Professionals – Außenwirkung – Algorithmen – Apps
– Digitalisierung – BITKOM – Finanzbranche – Publishing – Donald Trump – Michael Kretschmer
– Pegida – Elon Musk - Tesla

Wenn der Algorithmus
nicht weiterhilft...

Von der Kunst, auf dem Markt „entdeckt zu werden“

Ein Brief an die Branche von Michael Klems

Mit meinem ersten Beitrag nach der Sommerpause möchte ich an die Reihe von Prof. Bernd Jörs anknüpfen, die aktuell in Open Password erscheint. Nehmen Sie diese Reihe und die Impulse von Prof. Jörs bitte als Chance wahr! Ein Wegducken oder ein Verfallen in Angststarre wäre die schlechteste aller möglichen Reaktionen. Zahlreiche gute Hinweise der Reihe helfen externen und internen InfoPros, eine geeignete Positionierung in der Digitalisierung zu finden. Das passende Dienstleistungs- oder Marktsegment zu finden, ist jedoch nur die eine Seite der Medaille. Ebenso wichtig erscheint mir eine Korrektur des Erscheinungsbildes und des Images der InfoPros in der Außendarstellung.

Wie immer wir handeln und kommunizieren, wir geben durch unser Erscheinen ein Bild an unsere Außenwelt. Zusammengenommen werfen die Information Professionals, differenziert durch verschiedenste Disziplinen, ein heterogenes Bild ab. Hier reicht das Spektrum vom Top Berater im feinsten Zwirn bis zum ehemaligen Chemiker in Cordhosen. Sicherlich zählt zum Schluss die abgelieferte Leistung. Allerdings wird die Leistung auch durch vorgefaste Meinungen und so das Erscheinungsbild des InfoPros und seiner Branche mitgeprägt.

In der Online-Welt spielen Information Professionals aktuell keine Rolle. Die mediale Berichterstattung

widmet sich der Welt der Algorithmen und Apps und dem Fortschreiten des Digitalisierungsprozesses. Die Domäne der informativen Aufbereitung aktueller Online-Themen liegt bei Verbänden wie dem BITKOM. Wird über Information Professionals publiziert, so kommt dies aus der Branche selbst und bleibt meist innerhalb der Branche.

Recherche ist kein Erfolgsmodell: Viele Entscheider, so meine tägliche Erfahrung, haben keine fundierten Kenntnisse von Online-Recherchen und sind gerade mal in der Lage, den Suchschlitz von Google mit einigen Schlagwörtern zu füttern. Die Interpretationsfähigkeit von Informationen aus dem Netz stellt eine weitere Hürde für die Entscheider dar. Hier wird schnell geglaubt, was online zu finden ist.

Dennoch wird diese Vorgehensweise an vielen deutschen Arbeitsplätzen als ausreichend empfunden. Und sind wir nicht alle erfolgreich? Sprechen nicht die Zahlen über die Entwicklung der deutschen Wirtschaft dafür? Die Wirtschaft brummt, der Staat nimmt Unmengen an Steuergeldern ein und „Made in Germany“ genießt ein hohes Ansehen. Strategische Fehler durch Fehlinformationen können elegant übersehen und problemlos kompensiert werden.



Klems & Kollege: Wem sollte man mehr glauben? Dem Netz oder fundierten Quellen? - [Video jetzt ansehen -- > https://youtu.be/4nYOSA5lheo](https://youtu.be/4nYOSA5lheo)

Inmitten der Erfolgsgeschichten der deutschen Unternehmenslandschaft passen Information Professionals, die meinen, der überwiegende Teil der Anwender würde falsch suchen und Informationen falsch interpretieren, nicht ins Bild. Auch sind unsere eigenen Geschichten über den Untergang unseres Berufsstandes, ohne dass sich dieser in etlichen Branchen und Unternehmen jemals durchgesetzt hätte, wenig dienlich. Dazu kommen die tatsächlichen Schließungen von Informationszentren in der Finanz- und Versicherungsbranche. Wenn solches bevorsteht, macht es wenig Sinn, darauf hinzuweisen, dass der bevorstehende Kahlschlag nichts mit schlaun Auswertungsalgorithmen zu tun hat. Die Stellen werden um des Streichens willen gestrichen, ohne dass Bezüge zu einer Unternehmensstrategie hergestellt worden wären oder es zu einer angemessenen Bewertung der voraussichtlich wegfallenden Positionen gekommen ist.

Individualisierung als Chance: Dennoch bietet der Markt jede Menge Betätigungsmöglichkeiten für Information Professionals. Diese Tätigkeiten in Nischen müssen Informationsexperten selbst finden und besetzen. Es gibt keine Musterlösung, denn die lukrativen Nischentätigkeiten basieren auf sehr individuellen Problemen von Entscheidern in der Informationsversorgung. Diese haben allerdings gemerkt, dass der Algorithmus seine Grenzen hat und eine Suche nach anderen

Lösungen notwendig ist.

Die hohe Kunst der Information Professionals besteht darin, im Markt aufzufallen und "entdeckt zu werden". Dies ist über die Verbreitung von Erfolgsgeschichten und jede Menge Außendarstellung möglich. Die allesamt kostenfreien Online-Kanäle werden von der Branche kaum und zumeist unzureichend genutzt. Hier wird seit Jahren jede Menge Potenzial verschenkt und leider anderen Gruppen überlassen, die das Publishing in den neuen Medien besser beherrschen.

Die Chance für Information Professionals liegt in einer professionellen Außenwirkung. Dabei darf ruhig etwas geklappert werden. Auch wenn dieser Spruch aus der Prä-Digitalisierung auf uns gekommen ist: Klappern gehört noch immer zum Geschäft.

Ihr Michael Klems

Posting der Woche

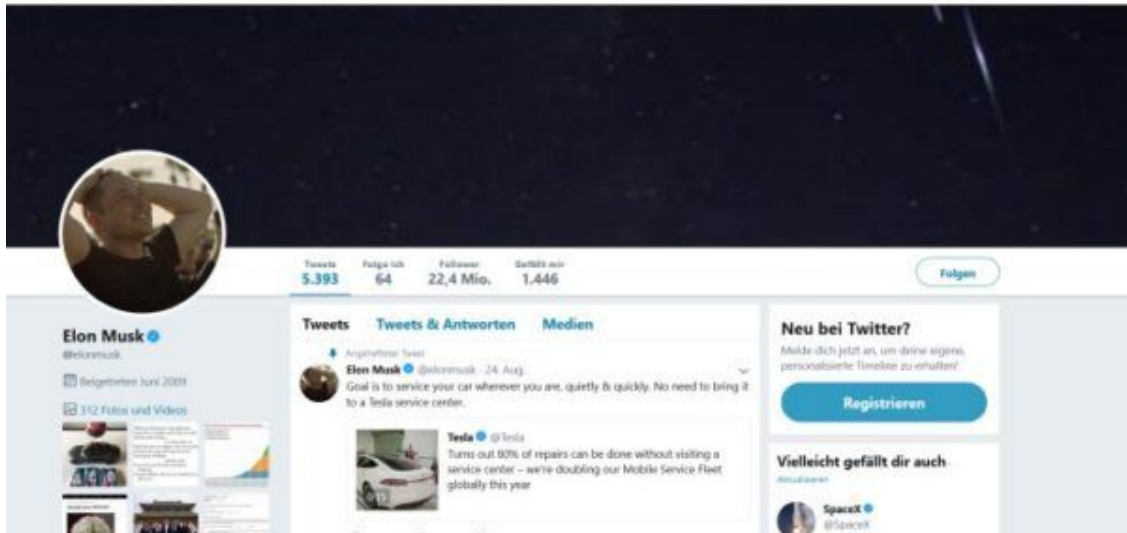
Der „Hut-Bürger“ und das ZDF-Kamerateam.



Nicht nur Donald Trump kann sich mit Twitter so in das öffentliche Licht rücken, dass fast alle entsetzt sind. Der Ministerpräsident von Sachsen hat seiner Partei mit einem Kommentar zur Behinderung eines ZDF-Kamerateam auf einer Pegida-Demonstration durch die Polizei einen Bärendienst erwiesen.

Follow Me

Elon Musk – der müde Visionär



Will Musk Tesla aus der Börse ziehen? Ist der Visionär müde und ausgebrannt? Schaut man auf die Tweets des Vorzeige-Unternehmers, so sieht die Tesla-Welt innovativ und rosig aus. Gerade hat er getweetet, dass er nun doch an der Börse bleibt.

<https://twitter.com/elonmusk>

Aus dem Archiv



Push-Dienst Archiv 2017 - Alle Beiträge

Direkt per Klick - alle Open Password Ausgaben in einer Gesamtübersicht.

Mehr...

PASSWORD

www.password-online.de