

Stelzer, Dirk:

Analyse des Informationsbedarfs

Zuerst erschienen in:

Enzyklopädie der Wirtschaftsinformatik : Online-Lexikon / Hrsg. Karl Kurbel - München : Oldenbourg, 2008.

URL <http://www.oldenbourg.de:8080/wi-enzyklopaedie/lexikon/daten-wissen/Grundlagen-der-Informationsversorgung/Analyse-des-Informationsbedarfs>

Artikel vom: 31.08.2008
zuletzt verändert am: 26.09.2008
Stand: 31.03.2009

Analyse des Informationsbedarfs

Dirk Stelzer

Informationsbedarfsanalysen ermitteln Art, Menge und Qualität der Information, die zur Erfüllung einer bestimmten Aufgabe erforderlich ist oder von Aufgabenträgern für erforderlich gehalten wird. Der Beitrag gibt einen Überblick über Kategorien einschlägiger Methoden.

Ziele und Anwendungen

Informationsbedarfsanalysen ermitteln Art, Qualität und Menge der Information, die Aufgabenträger für eine bestimmte Aufgabe benötigen oder zu benötigen glauben.

Die Art der Information bezeichnet deren Problemrelevanz und Zweckorientierung.

Qualität drückt aus, in welchem Maß eine Information geeignet ist, Anforderungen zu erfüllen. Diese betreffen u. a. die Art der Darstellung, die Einbettung bzw. Zusammenstellung der Information in Berichten oder Schaubildern, den Detaillierungsgrad, die Aktualität, die Auszeichnung mit Metadaten sowie die längste akzeptable Dauer bis zur Verfügbarkeit der Information.

Die Menge verdeutlicht, dass Aufgabenträger nicht beliebig viele Informationen benötigen oder wünschen, sondern einen der jeweiligen Aufgabe angemessenen Umfang.

Informationsbedarfsanalysen werden z. B. im Rahmen der strategischen Planung von Informationssystemen, der Anforderungsermittlung während der Systementwicklung und beim Entwurf von Data-Warehouse-Systemen durchgeführt.

Methoden

Es gibt eine Vielzahl von Methoden zur Informationsbedarfsanalyse [vgl. z. B. Beiersdorf 1995, S. 71 ff.; Koreimann 1976, S. 61-140; Koreimann 2000, S. 58 ff., Nicholas 2000 oder Rockart 1979], die in unterschiedlichen Kombinationen zum Einsatz kommen. Es gibt Methoden ...

- zur Ermittlung des objektiven und des subjektiven Informationsbedarfs,
- zur Untersuchung des Informationsbedarfs von Fach- und von Führungskräften,
- für eher gut und eher schlecht strukturierte Aufgaben,
- mit denen die tatsächlichen Gegebenheiten in einem Unternehmen analysiert werden (induktive Methoden) und andere, mit denen der Informationsbedarf normativ aus den Zielen und Aufgaben der Organisation abgeleitet wird (deduktive Methoden),
- die primär- und andere, die sekundäranalytisch ausgerichtet sind und
- die Aufgabenträger, das Datenangebot, Unternehmensziele, betriebliche Aufgaben oder Referenzmodelle zum Ausgangspunkt der Analyse machen.

Literatur

Beiersdorf, Holger: Informationsbedarf und Informationsbedarfsermittlung im Problemlösungsprozess ‚Strategische Unternehmensplanung‘. München : Rainer Hampp Verlag, 1995.

Koreimann, Dieter. S.: Methoden der Informationsbedarfsanalyse. Berlin : de Gruyter, 1976.

Koreimann, Dieter. S.: Grundlagen der Software-Entwicklung. 3. Aufl., München : Oldenbourg, 2000.

Nicholas, David: Assessing Information Needs: Tools, Techniques and Concepts for the Internet Age. 2. Aufl., London : Europa Publications, 2000.

Rockart, John F.: Chief Executives Define Their Own Data Needs. In: Harvard Business Review 57(1979), Nr. 2, S. 81-93.

Einordnung: Stichwort, Artikel
Zuletzt bearbeitet: 26.09.2008 00:05
Letzter Abruf: 31.03.2009 16:23

© 2008, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik, Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder)
Koordination: Karl Kurbel, Ilja Krybus, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik, Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder)