

Einleitung

Informationen sind in allen Bereichen zu einer ganz entscheidenden Determinanten für den wissenschaftlichen, politischen, persönlichen und unternehmerischen Erfolg geworden. Im Hinblick auf Unternehmen besteht eine entscheidende Ursache für diese Entwicklung darin, daß die Globalisierung der Aktivitäten, die Verkürzung der Produkt-Lebenszyklen, der stärker werdende Wettbewerb in bestehenden und neuen Marktsegmenten, die Differenzierung der Nachfrage und die zunehmende Dynamik bei der Entwicklung neuer Technologien den Produktionsfaktor Information zu einer in seiner Bedeutung gar nicht hoch genug einschätzbaren Erfolgsgröße für Unternehmen macht.

Unternehmensinformationen entstehen aus vielen Anlässen und an vielen Orten im Unternehmen. Als Beispiele seien stellvertretend Kundeninformationen, Auftragslisten, Bestelllisten, Lagerbestandslisten, Produktbeschreibungen, Konstruktionszeichnungen, Preislisten, Presseinformationen und Telefonverzeichnisse genannt. Diese Informationen sind für ein Unternehmen meist in mehr als einer Hinsicht nützlich, d.h. sie generieren wiederholt Mehrwert, und daher ist der Zugang zu betrieblicher Information, zu Unternehmenswissen, auch unter Kostenaspekten zu betrachten.

Informationen stellen nicht nur eine Vorleistung für die Planung, Gestaltung und Koordination der klassischen betrieblichen Produktionsfaktoren innerhalb der betrieblichen Wertschöpfungskette dar. Jeder Geschäftsvorgang erfordert umfangreiche und mitunter kostenträchtige Informationsprozesse. Der notwendige Einsatz moderner Informationstechniken führt zu entscheidenden Veränderungen innerhalb der Unternehmen, nicht nur bei Arbeitsabläufen, sondern auch in der Unternehmenskultur. Darüber hinaus können Informationen auch einen ganz wesentlichen Beitrag zur Motivation der Mitarbeiter sowie zur Vermittlung des gewünschten Unternehmens-Images in der Öffentlichkeit leisten. Öffentlichkeit kann in diesem Zusammenhang als „Warnsystem mit unspezialisierten, aber gesellschaftsweit empfindlichen

Sensoren“ verstanden werden.¹ Der Entwicklung einer guten Strategie für das Informationsmanagement kommt somit eine eminent wichtige Bedeutung zu.

Aus diesen Optionen erwächst für die Unternehmensführung eine besondere Verantwortung hinsichtlich der Handhabung von Informationen. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, die Informationen in der erforderlichen Qualität und Menge zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort bereitzustellen, was nur mit einer optimalen Gestaltung der Informations- und Kommunikationstechnologien und deren Strukturen zu erreichen ist.² Die Aufgabe nicht nur des IT-Managements, sondern auch der Unternehmensführung besteht deshalb insbesondere darin, den unternehmensweit vorhandenen und in Abhängigkeit von den betrieblichen Funktionsbereichen sehr differenzierten Informationsbedarf zu erkennen und zielgerichtet zu befriedigen. Es gilt, eine effektive und effiziente Informationsinfrastruktur aufzubauen und dauerhaft zu erhalten.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob der eingeschlagene Weg in die Informationsgesellschaft³ einen verheißungsvollen Aufbruch in völlig neue Dimensionen darstellt, oder ob die damit einhergehende Technisierung langfristig zu einem Schreckgespenst der Menschen wird. Trotz oder gerade wegen der modernen und vor allem sehr schnellen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten wird vielfach über Informationsprobleme geklagt. Nunmehr sind es aber nicht etwaige Informationsdefizite, die beklagt werden, sondern zunehmend die ausufernde Informationsflut auf allen Ebenen. „Globale Information kann tendenziell mehr verunsichern als zu gesichertem Handeln führen.“⁴ Mit dem Aufbau des weltweiten Internet⁵ und des darin integrierten öffentlich zugänglichen World Wide Web (WWW)⁶ beginnt sich das

¹ vgl. Habermas (1992) S. 395

² vgl. dazu z.B. Computerwoche, Sonderheft 3/99 vom 15.10.1999

³ Der sich international abzeichnende Gesellschaftswandel wird von verschiedenen Disziplinen beobachtet und unter dem jeweiligen fachlichen Schwerpunkt wird eine andere Bezeichnung verwendet. Stellvertretend seien hier Freizeitgesellschaft, Erlebnisgesellschaft, Risikogesellschaft oder Mediengesellschaft genannt. Vgl. Kuhlen (1995) S. 45ff. und U. Saxer (1998) S.52f.

⁴ Kuhlen (1995) S. 109

⁵ zur Entwicklung des Internet vgl. Anhang 3

⁶ Der Begriff „Internet“ umfaßt mehr, als nur das World Wide Web, wird jedoch häufig synonym verwendet. In den Kommunikationswissenschaften wurde in der letzten Zeit zusätzlich der

Informationsverhalten der Individuen vollständig zu verändern, da zumindest theoretisch jeder mit jedem Informationen schnell und einfach austauschen kann.⁷

Das berühmte „globale Dorf“⁸, von McLuhan bereits in den 60er Jahren vorausgesagt, ist nicht mit dem Tod McLuhans in der Versenkung verschwunden, wie es 1980 einige deutsche Zeitungen vermuteten, sondern in den 90er Jahren Wirklichkeit geworden.⁹ Das stark wachsende Informationsangebot läßt das neue Phänomen der Überinformation entstehen, d.h. Informationen können nicht mehr sinnvoll zur Entscheidungsfindung genutzt werden. Folglich entsteht der Bedarf an Informationsaufbereitung und -verdichtung, um dieser Gefahr der Überinformation entgegenzuwirken. Dieser Aspekt offenbart sich auch in der Darstellung von John Naisbitt, daß wir uns in einer ‚paradoxen Situation‘ befinden, denn wir verfügen zwar über mehr Informationen als je zuvor, sind aber nicht mehr in der Lage, daraus den größtmöglichen Nutzen zu ziehen.¹⁰

Die neuen Stärken der Informationsmöglichkeiten haben die ökonomische Wertschätzung des Gutes „Information“ und den Umgang mit diesem Gut verändert. „Vor langer Zeit sei der Wert einer Information daran gemessen worden, wie schwierig es war, die Wahrheit zu suchen und herauszufinden. Jetzt ist etwas anderes das Wichtigste: Der Wert einer Information bemißt sich nicht an ihrer Wahrheit, sondern an ihrer Attraktivität. Sie muß sich vor allem anderen gut verkaufen.“¹¹

Weitere Probleme stellen der Zugang und der Umgang mit Information und Wissen dar. In der heutigen Gesellschaft prägt der Informationsaustausch die Gesellschaftsform. Betrachtet Marx die Gesellschaft als von den Arbeitsbedingungen der Produktion bestimmt, fokussiert u. a. Habermas die

Begriff ‚Netz-Medium‘ eingeführt. Vgl. Neverla (1998) S. 7f. In der vorliegenden Arbeit meint ‚Internet‘ den öffentlich zugänglichen Bereich des Internets mit allen seinen Ausprägungen.

⁷ Die medizinischen, psychologischen und soziologischen Auswirkungen des Internets auf die Individuen werden in dieser Arbeit zurückgestellt, da sie nicht das zentrale Thema darstellen.

⁸ vgl. McLuhan (1995)

⁹ vgl. Baltés et al. (1997) S. 12

¹⁰ vgl. Naisbitt (1995), insbesondere S. 100ff.

¹¹ Kapuscinski (1999), zitiert nach Weischenberg (1999) S. 21

Betrachtung auf das kommunikative Handeln.¹² Ebenso wie Habermas geht auch Luhmann von Kommunikation als zentralem Begriff der Gesellschaft aus, Sprache ist für ihn dabei das grundlegende Kommunikationsmedium, ergänzt durch Schrift, Buchdruck und elektronischen Medien.¹³

Zunehmend ist die Tendenz feststellbar, die Nachricht mit dem Ereignis zu identifizieren. Bei der Berichterstattung über ein Ereignis soll zwar ein möglichst umfassendes Bild von der jeweiligen Situation gezeichnet werden, doch muß in Anbetracht der Fülle von Einzelinformationen der (oder die) Berichterstatter eine bestimmte Auswahl treffen.¹⁴ In den Nachrichtenmeldungen der Zeitungen sowie der Fernseh- und Rundfunksender werden die Ereignisse gemeldet, die einen hohen Aufmerksamkeitswert besitzen. Diese Berichterstattung kann je nach Zielgruppe sehr unterschiedlich ausfallen. „Welchen Sinn hätte die Informationsfreiheit oder auch nur die Existenz mehrerer Radio- und Fernsehsender in einer Welt, in der die exakte Wiedergabe der Realität, die vollkommenen Objektivität, die totale Übereinstimmung der Landkarte mit dem entsprechenden Gebiet die Norm wäre? So beeinträchtigt in der Tat die Intensivierung der Informationsmöglichkeiten im Verhältnis zur Wirklichkeit in ihren verschiedenartigsten Aspekten zunehmend jene Vorstellung *einer* Wirklichkeit.“¹⁵ Diese Problematik wirft die Frage auf, ob eine subjektive Auswahl der Informationen durch den Informationsgeber bereits als

¹² vgl. Habermas, Theorie des kommunikativen Handelns, 2 Bde (1981). Die theoretische Abhandlung stellt die Zusammenführung vorangegangener Überlegungen und Theorien zu einer Betrachtung der Kommunikation als Handlungsprozeß dar. Viele der von Habermas aufgeführten und theoretisch analysierten Hintergründe und Grundlagen finden ihre Entsprechung in der betrieblichen Praxis. U. a. fußt das von Burkart entworfene Modell der verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit in wesentlichen Punkten auf den von Habermas entwickelten Theorien. Dieses Modell ist jedoch nicht unangefochten. Vgl. insbesondere Burkart (2000) S. 96ff. und Merten (2000) S. 6ff. In der vorliegenden Arbeit soll weder eine ausführliche Auseinandersetzung mit dieser Kontroverse noch mit der Theorie des kommunikativen Handelns stattfinden, da der Schwerpunkt die Betrachtung der betrieblichen Praxis ist und sich weder aus der Diskussion um die verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit neue Impulse ergeben noch sich Habermas' Theorie unmittelbar auf strategisch ausgerichtete und zweckorientierte PR anwenden läßt.

¹³ vgl. Luhmann (1997) S. 225f.

¹⁴ Zu publizistischen Grundsätzen und publizistischer Selbstkontrolle vgl. u.a. Beck'sche Textausgabe ‚Presserecht‘; die Pressegesetze der Länder (ebd.); Junge Presse Schleswig-Holstein, o. J., und die dort angegebene Literatur; Deutscher Presserat (2000); Nickel (1994) und Nickel (1997); Avenarius (1998)

¹⁵ Vattimo (1992) S. 18 (Hervorhebung im Original)

Manipulation¹⁶ zu bezeichnen ist, oder ob es sich um ein zulässiges und wertfreies Auswahlverfahren handelt. Ausgehend von der Theorie, daß das Ziel eines kommunikativen Prozesses Verständigung und Übereinstimmung ist¹⁷, müssen auch Mißverständnis und Täuschung als eine Form der Verständigung gesehen werden.¹⁸

Subjektive Auswahl, Mißverständnis und Täuschung sind im weitesten Sinne unter dem Begriff „Manipulation“ zu fassen. Doch was ist Manipulation und wie weit ist der Mensch manipulierbar? Die Beeinflussung von Wahrnehmung kann als der taktische Umgang mit der Wahrheit gesehen werden¹⁹. Bereits John Locke hat gesagt, daß der Mensch als reines Kulturprodukt als unbeschriebenes Blatt auf die Welt kommt und durch Erziehung und Bildung sowie durch Umwelteinflüsse zu dem wird, der er ist. Er begründete damit die später von anderen übernommene Sichtweise, daß der Mensch beliebig manipulierbar sei.²⁰ „Es ist nicht das Bewußtsein der Menschen, das ihr Sein, sondern umgekehrt ihr gesellschaftliches Sein, das ihr Bewußtsein bestimmt“²¹ erkannte auch Karl Marx und brachte im Vorwort zur Kritik der politischen Ökonomie damit wohl einen seiner am häufigsten zitierten Sätze zu Papier. Diese Betrachtungsweise unterliegt der Gefahr, daß lediglich das beobachtbare Verhalten beurteilt wird, kognitive Prozesse und Emotionen jedoch unbeachtet bleiben. B. F. Skinner schildert in seinem Roman „Walden Two“

¹⁶ Manipulation in seiner ursprünglichen Bedeutung war der geschickte Umgang mit einem Werkzeug. Manipulation und Fälschung haben eine lange Tradition und sind in vielen unterschiedlichen Fällen benutzt worden. Eine der erfolgreichsten Manipulationen in der Geschichte ist die Fälschung einer Urkunde über eine Schenkung, die nie stattgefunden hat. In der „Donatio Constantino“ hat sich die katholische Kirche von eigenen Schreibern eine Urkunde anfertigen lassen, die besagt, daß Konstantin der Große dem Papst Sylvester I. und dessen Nachfolgern kaiserliche Gewalt verlieh und die Herrschaft über Rom und weite Teile Italiens. In der weiteren Entwicklung benutzten die Päpste diese Urkunde, um den Vatikan-Staat errichten zu können. (vgl. Hamburger Abendblatt vom 20./21. November 1999, Journal Wissen, S. 4)

¹⁷ vgl. Habermas (1995) S. 148f.

¹⁸ vgl. McCarthy (1986) S. 329f.

¹⁹ Während der Stalin-Zeit hatten die Machthaber keine Bedenken, Bilder so umzugestalten, daß sie den veränderten Verhältnissen besser entsprachen. Aus Photographien wurden Menschen einfach entfernt, wenn sie nicht mehr in die Linie paßten oder sogar zum Tode verurteilt und hingerichtet wurden. Aus einem Bild wurde der ehemalige Stalin-Vertraute Leo Trotzki entfernt, nachdem er Stalins Gunst verloren hatte und im Exil einem Mordanschlag zum Opfer gefallen war, vgl. Rodgers (1998) S. 114

²⁰ vgl. Locke (1981), insbesondere Buch 1, Kap. 1

²¹ Marx (1974) S. 15

Konditionierungsmaßnahmen, die sich diese Ansicht zu eigen machen und die „Erziehung durch Belohnung“ und damit von außen steuerbar voraussetzen. Positive Verstärkung führte auch tatsächlich zu den angestrebten Verbesserungen. Aus den von Skinner gewonnenen Erkenntnissen wurden später die Grundlagen der programmierten Unterweisung hergeleitet.

In seinem Werk zur Erziehung setzt sich Rousseau ebenfalls mit diesem Thema auseinander. In „Emile oder über die Erziehung“²² äußert er die Ansicht, daß ein Mensch sowohl von der ihn umgebenden Gesellschaft als auch von den ihm innewohnenden „unwandelbaren Prinzipien“, die auch der „bemühteste Erzieher“ nicht umwandeln kann, gelenkt wird.²³ Rousseau fordert eine natürliche Erziehung, die auch auf diese inneren Werte Rücksicht nimmt. „Die Art und Weise, wie eine Vorstellung sich bildet, gibt dem menschlichen Geist seinen Charakter.“²⁴ Er weist darauf hin, daß der Mensch nicht beliebig beeinflussbar ist, da er sonst auf jeden Reiz sofort und auf vorhersehbare Weise reagieren würde.²⁵ Rousseau gilt außerdem als der Erfinder der ‚öffentlichen Meinung‘. Er verwendet den Begriff „(...) öffentliche Meinung als Urteilsinstanz, vor deren Mißbilligung man sich hüten soll.“²⁶ Für Rousseau hat ‚Öffentlichkeit‘ eine bedrohliche Komponente, beinhaltet immer eine ‚ungeschützte Sichtbarkeit‘.²⁷ Macuse läßt seinen eindimensionalen Menschen durch Verwendung der Produktionsmittel auch zur Befriedigung der eigenen Bedürfnisse erst zu einem echten Individuum werden.²⁸ Als Ergebnis der angeführten Studien und Überlegungen wird heute der Mensch von Vertretern von Funk und Presse gern als umweltgeprägtes, der Konformität ausgeliefertes Wesen dargestellt.²⁹ Davon ausgehend, daß der Mensch individuelle, an seinen

²² Rousseau: „Der Emile insbesondere, dieses so viel gelesene und wenig verstandene und so wenig gewürdigte Buch, ist nur ein Traktat über die ursprüngliche Güte des Menschen, bestimmt darzulegen, wie Laster und Irrtum, die seiner Konstitution fremd sind, von außen da hineindringen und sie unmerklich verändern“ (aus: Dialogues, zit. nach Rang (1978) S. 63)

²³ vgl. Rang (1978), S 71

²⁴ Rousseau (1978) S. 427

²⁵ vgl. Rousseau (1997) S. 101f.

²⁶ Noelle-Neumann(1980) S. 112

²⁷ vgl. Noelle-Neumann (1980) S. 114f.

²⁸ vgl. Macuse (1970) insbesondere S.60ff.

²⁹ Durch eine solche Sicht müßte auch Kreativität als Reaktion auf Umweltreize oder Belohnung erklärt werden. Dem entgegen stehen z.B. Goleman et al. mit ihrer Auffassung, daß in jedem Menschen Kreativität vorhanden ist. Vgl. Goleman et al. (1999) S. 13ff.

Charakter gebundene persönliche Grundstrukturen hat, in gewissen Bereichen aber durchaus durch Umwelteinflüsse verändert werden kann, hat auch das betriebliche Informationsmanagement die Möglichkeit, auf die Mitarbeiter einzuwirken. Von Manipulation soll allerdings nur gesprochen werden, wenn dem Sender eine Absicht zu unterstellen ist und er seinen eigenen Vorteil im Auge hat und Nachteile für den Empfänger billigend in Kauf nimmt³⁰. Habermas bezeichnet Manipulation als strategisches Handeln, das auf die Durchsetzung eigener Ziele gerichtet ist und dabei mit verdeckten Mitteln arbeitet.³¹ Für Rosenstiel/Neumann beinhaltet Manipulation sowohl die Absicht der Beeinflussung als auch die Hinnahme des möglichen Schadens für den Empfänger. Nach ihrer Auffassung müssen beide Bedingungen erfüllt sein, um von Manipulation sprechen zu können.³²

Auch haben verschiedene Forschungsprojekte ergeben, daß der Mensch dazu neigt, zu sehen und zu glauben, was er sehen und glauben möchte und daß der Mensch allein von daher bereits beeinflussbar ist. Um nicht den negativen Anklang, den der Begriff Manipulation seit der NS-Zeit hat, auf Vorgänge zu übertragen, für die er nicht zutreffend ist, wird in dieser Arbeit der neutralere Begriff der „Beeinflussung“ verwendet.

Solange eine Täuschungsabsicht fehlt, soll im folgenden die Selektion und Aufbereitung der Information nicht als manipuliert im Sinne von betrügen oder indoktrinieren gelten. Allerdings soll der Sachverhalt, daß dieses Abbild der Welt von jemandem konstruiert wurde nicht aus den Augen verloren werden. Dies bedeutet auch, daß bereits bei der Übermittlung der subjektiv vom Sender als objektiv empfundenen Inhalte eine Auswahl stattgefunden hat, die der Empfänger (Rezipient) der Nachricht vielleicht nicht getroffen hätte, da er eine andere subjektiv-objektive Sicht gehabt hätte. Unterliegt der Berichterstattung jedoch keine Täuschungsabsicht, handelt es sich um Interpretation, nicht um Manipulation im besonderen Wortsinn.

³⁰ Die bewußte, aktive und mit allen Mitteln arbeitende Manipulation wird in dieser Arbeit nicht behandelt.

³¹ vgl. Habermas (1995) S. 445ff.

³² vgl. Rosenstiel/Neumann (1991) S. 34f.

Beabsichtigt der Sender hingegen, einen bestimmten Eindruck beim Empfänger zu erzielen und setzt Mittel der Täuschung absichtlich ein, handelt es sich um Manipulation. Das heißt, sobald Beeinflussung das Ziel eines Informations-transfers ist und nicht die Verringerung von Ungewißheit, handelt es sich um Manipulation.³³ Untersuchungen zu persuasiver Kommunikation führten u.a. Klapper³⁴ und Schenk³⁵ durch. Auf eine kurze Form gebracht kommen diese Studien zu dem Ergebnis, daß Menschen sich durch Berichterstattung in ihren Meinungen bestärken lassen, diese in gewissen Grenzen auch modifizieren, sich jedoch nicht zur gegenteiligen Meinung überreden lassen. Lediglich bei Themen, zu denen der Empfänger noch keine eigene Meinung entwickelt hatte, konnten Übertragungen von Einstellungen festgestellt werden.³⁶ Oft erfolgt eine Erhöhung des objektiven Wahrheitswertes durch Veröffentlichung eines Sachverhaltes, denn wenn etwas geschrieben steht, wird es leicht als gegenständlich real existierend angesehen.

Informationen sollen in erster Linie zum besseren Verständnis und zur Verringerung von Unwissen und Unsicherheit beitragen. Demnach ist etwas nicht als Information zu bezeichnen, wenn der Inhalt dem Empfänger bereits bekannt ist. Den Aspekt der Verringerung von Unsicherheit hat Claude Shannon bereits 1948 geprägt.³⁷ Shannon selbst hat den Begriff „Informationstheorie“ vermieden, da er sich mit der Übertragung von Datenmengen und nicht mit der Übertragung von Inhalten und Bedeutung befaßt hat.³⁸ Trotz dieser von ihm selbst vorgegebenen Einschränkungen hatten seine Veröffentlichungen Einfluß auf die Informationstheorie. Sein mathematisches Modell der Kommunikation gilt noch immer als wichtige Grundlage der Informations- und Kommunikationstheorie³⁹,

³³ vgl. u.a. die sogenannte „Emser Depesche“, die 1870 von Bismarck redigiert und stark gekürzt und damit erheblich verschärft wurde und so einen bizarren Anlaß für den Ausbruch des deutsch-französischen Krieges lieferte. Vgl. u.a. Boeckmann et al. (1987) S. 301. Eine Gegenüberstellung der Textfassungen findet sich u.a. in: Krieger (1983) S. 65

³⁴ vgl. Klapper (1960)

³⁵ vgl. Schenk (1978) und (1987)

³⁶ vgl. Boeckmann (1991) S. 93ff.

³⁷ vgl. Shannon (1948) „A Mathematical Theory of Communication

³⁸ Shannon selbst wies darauf hin, daß semantische Aspekte für seine Untersuchung irrelevant seien. Das Modell wurde trotzdem von Wilbur Schramm 1954 auf die Kommunikationswissenschaft übertragen. Vgl. Merten (1999) S. 6

³⁹ vgl. Bentele/Beck (1994) S. 21ff.

auch wenn heute anderen Modellen der Vorzug gegeben wird⁴⁰. Von seiner Theorie beeinflußt wurde der Computer nicht mehr als reine Rechenmaschine betrachtet, sondern als ein Informationen logisch verarbeitendes Werkzeug angesehen.⁴¹ Mit seiner mathematischen Theorie von Information und der Betrachtung des Rauschens bei der Informationsübermittlung (im Original „noise“) hat Shannon ebenfalls bedeutende Vorarbeiten für die Informationsverteilung im WWW geleistet, denn das schnelle Auffinden und die schnelle Übertragung derartig vieler Informationen kann nur weitgehend fehlerfrei erfolgen, wenn es gelingt, die zu übermittelnden Informationen in möglichst kleinen Einheiten durch das Netz zu schleusen und erst an ihrem Endpunkt wieder zusammensetzen. Beim Transport wird dafür gesorgt, daß in den Leitungen vorhandene Störungen (Rauschen) ausgeblendet, d.h. mit technischen Mitteln entfernt werden.

Wie Shannon herausfand, ist dies möglich, weil die menschliche Sprache über genügend Redundanz verfügt, um auch unvollständig übermittelte Informationen am Zielort rekonstruieren zu können. So verfügt die englische Sprache über ungefähr 50 Prozent Redundanz, d.h. aus der Hälfte des ursprünglichen Textes kann der gesamte Text rekonstruiert werden, da es genügend Gesetzmäßigkeiten und sich wiederholende Buchstabenfolgen gibt. Zum Beispiel steht weder im Englischen noch im Deutschen das ‚Q‘ als Buchstabe allein, in der Regel folgt ihm ein ‚U‘. Kommt nun ein ‚Q‘ ohne nachfolgendes ‚U‘ beim Empfänger an, kann dieser folgern, daß das ‚U‘ bei der Übertragung verloren ging und dieses wieder einsetzen.⁴² Diese Erkenntnisse wurden nicht nur zur Codierung von Meldungen im Krieg eingesetzt, sondern erlauben auch die schnelle und fehlerfreie Übermittlung von Inhalten im Internet.

Das betriebliche Informationsmanagement wird inzwischen von vielen Wissenschaftsdisziplinen beschrieben und analysiert. Es gibt kommunikationswissenschaftliche, betriebs- und volkswirtschaftliche, informationstechnische und juristische Ansätze. Allein die Auswahl der Hypothesen und Annahmen ist

⁴⁰ vgl. ebd. S. 24ff.

⁴¹ vgl. Krippendorf (1994) S. 93

⁴² vgl. Shannon (1948)

eng mit den praxisbezogenen Erfahrungen verbunden, die der vorliegenden Arbeit zugrunde liegen.⁴³ Das Ziel der Arbeit besteht nicht darin, den bestehenden einen neuen Erklärungsansatz hinzuzufügen oder alle bisherigen zu einem zusammenzufassen. Es soll vielmehr versucht werden, eine Brücke zwischen den einzelnen Untersuchungen und Theorien zu schlagen und dabei insbesondere den praktischen Erfahrungen mit dieser Problematik einen eigenen Raum zu geben. Aus diesem Anspruch und der interdisziplinären Herangehensweise erklärt sich die Unterschiedlichkeit der zur Bearbeitung des Themas herangezogenen Literaturquellen, die von der theoretischen Auseinandersetzung mit der Problematik bis zur Auswertung von praktischen Beispielen von Unternehmenspublikationen reichen.

In allen tangierten Fachgebieten existiert eine Vielfalt weitergehender Untersuchungen und schriftlicher Darlegungen. Diese befassen sich jedoch entweder mit einem speziellen Teilaspekt oder mit einer ausdifferenzierten Sichtweise. Sie bleiben in dieser Arbeit unberücksichtigt, da eine eingehende Betrachtung zu keinem entscheidenden Fortschritt geführt hätte.

Zum Informationsmanagement existieren sowohl aus betriebswirtschaftlicher⁴⁴ und juristischer⁴⁵ als auch aus informations- und kommunikationswissenschaftlicher⁴⁶ Sicht eine Vielzahl von Untersuchungen und Veröffentlichungen. Zum Themenkomplex Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit (Kapitel vier) existiert eine Vielzahl weiterer Quellen⁴⁷. Zum Themenkomplex Informationsaufnahme und -verarbeitung (Kapitel zwei) gibt es sowohl Untersuchungen aus psychologischer, biologischer als auch aus mathematischer Sicht. Im Themenkomplex Medien wurde in den letzten Jahren sowohl zur Mediengeschichte⁴⁸ als auch zu Journalismus und Kommunikationswissenschaft eine Vielzahl von

⁴³ Zum Zusammenhang von Forschungs-Hypothese und Hintergrundwissen des Forschers vgl. Tiemann (1987) S. 25ff.

⁴⁴ vgl. u. a. die Bibliographie in Heinrich (1996) S. 565–578

⁴⁵ vgl. u. a. Büllesbach (1999) und die dort angegebene Literatur. Zum elektronischen Publizieren und die Nutzungsrechte vgl. auch Mehrings (1992) S. 90ff.

⁴⁶ vgl. u. a. die Bibliographie in Kuhlen (1995) S. 561–591

⁴⁷ Zu einer umfassenden Bibliographie zum Themenkreis Public Relations vgl. u. a. das von PR+plus herausgegebene Verzeichnis (bis 2000) „Literatur zur PR und zu PR-verbunden Themen“, o. J.

⁴⁸ vgl. u. a. die Bibliographie in Wilke (Hrsg.) (1999) S. 815–832 sowie die Literaturangaben der einzelnen Aufsätze

Arbeiten veröffentlicht.⁴⁹ Das Thema Interneteinsatz im betrieblichen Erscheinungsbild ist aktuell und es wurden dementsprechend mehrere Untersuchungen durchgeführt und ausgewertet.⁵⁰

Um das Literaturverzeichnis nicht unnötig auszuweiten, sind diejenigen Fundstellen nicht aufgeführt, die weder unmittelbar zitiert werden noch umfassende eigenständige Anregungen oder entscheidende Impulse für die vorliegende Arbeit geliefert haben. Insbesondere bleibt die von vielen Autoren aufgearbeitete zum Teil sehr kontroverse Diskussion von Habermas und Luhmann weitgehend unberücksichtigt, da zum einen beide Sichtweisen einander ergänzend wichtige Impulse liefern und zum anderen Habermas und Luhmann sich im Verlauf ihrer Diskussion in wesentlichen Punkten derart aneinander angenähert haben, daß eine grundsätzliche Unvereinbarkeit nicht mehr postuliert werden muß. Habermas knüpft in seiner Theorie des kommunikativen Handelns sogar an einige systemtheoretische Begrifflichkeiten an, was ihm überdies den Vorwurf eingetragen hat, zu viele Begriffe aus der Systemtheorie übernommen zu haben.⁵¹ In der vorliegenden Arbeit werden beide Sichtweisen berücksichtigt, ohne auf ihre jeweilige Gegenposition einzugehen, da eine derartige Diskussion keine zusätzlichen Informationen liefern würde.

Die Ausrichtung auf das betriebliche Informationswesen erfordert eine andere Betrachtungsweise als die Analyse kommunikativer Handlungen im psychologischen, politischen oder wissenschaftlichen Umfeld. So ist im betrieblichen Zusammenhang ein Schwerpunkt bei der Betrachtung der Kosten und des Nutzen von Maßnahmen zu sehen. Zudem handelt es sich beim betrieblichen Informationsmanagement um eine Querschnittsaufgabe, daher werden für die Betrachtung weniger theoretisch ausgerichtete Abhandlungen herangezogen als vielmehr an der Betrachtung von Abläufen, Kosten und Nutzen orientierte Literatur.⁵²

⁴⁹ vgl. u. a. die Bibliographie in Merten et al., S. 624–677

⁵⁰ vgl. u.a. die Ergebnisse der Untersuchungen von Pfannenbergs (2000), Kamenz (2000) und Doeblin (2000)

⁵¹ vgl. McCarthy (1986), insbesondere S. 196 und S. 209

⁵² Zur Sichtweise der Wirtschaftsinformatik vgl. u.a. Heinrich (1996) und die dort angegebene Literatur.

Die theoretischen Ansätze zum Informationsmanagement beschränken sich häufig auf die Klärung der Frage, was die Technik und die Medien mit den Menschen machen und widmen sich viel seltener dem Problem, was die Menschen mit der Technik und den Medien machen. Die praxisorientierten Ansätze geben Handlungsanweisungen und Ratschläge für den konkreten Umgang mit der Technik und den Medien und analysieren, welchen unmittelbaren Nutzen die Menschen aus Technik und Medien ziehen können.⁵³ Beide Betrachtungsebenen sind nicht losgelöst voneinander zu behandeln, denn jede für sich allein genommen gibt die Realität nur unvollkommen wieder. Die Synthese dieser beiden Betrachtungsebenen bietet die Möglichkeit einer umfassenderen Behandlung der Problematik, wodurch sowohl der handlungstheoretische als auch der verhaltenstheoretische Aspekt einschließlich der jeweiligen Auswirkungen auf das Informationskonzept betrachtet werden können.

In der vorliegenden Arbeit soll Informationsmanagement als Prozeß auf sachlicher, sozialer und individueller Ebene betrachtet werden. Die Betrachtung von individuellen Zielgruppen und deren Informationsbedürfnissen sowie das Heranziehen von Theorien und Modellen zur Informationsaufnahme und zur Informationsverarbeitung soll wichtige Aspekte der Unternehmensführung und des betrieblichen Managements im Umgang mit dem Gut „Information“⁵⁴ aufdecken. Dazu werden exemplarisch einige ausgewählte Informationswege und die verwendeten Medien betrachtet. „Der Zugriff auf ein Untersuchungssample erfolgt in der Regel letzten Endes pragmatisch. Inhaltlich-theoretische resp. stichprobentheoretische Regeln kommen nur z. T. zur Anwendung“⁵⁵ stellt Tiemann in seiner Untersuchung zum Pilatus-Syndrom in der Sozialforschung fest. Er führt dies im wesentlichen auf existierende Einschränkungen im Forschungsumfeld zurück.⁵⁶ Auch in der vorliegenden

⁵³ vgl. Kühlen (1999) S. 104ff.

⁵⁴ Die Überlegung, ob Information ein „knappes“ oder ein „freies“ Gut ist, wird in der vorliegenden Arbeit zurückgestellt, da sie über das zentrale Thema hinausgeht.

⁵⁵ Tiemann (1987) S. 25

⁵⁶ Vgl. Tiemann (1987). Mit Moral, Wahrheit und Manipulation in der Wissenschaft und der Rolle und der Verantwortung des Forschers haben sich verschiedene Untersuchungen

Arbeit wird eine bewußte Auswahl der betrachteten Beispiele getroffen. Es soll an dieser Stelle nicht argumentativ versucht werden, diese Auswahl als repräsentativ darzustellen. Anhand der gewählten Beispiele sollen vielmehr wesentliche Faktoren veranschaulicht und exemplarisch dargestellt werden.

Eine Betrachtung des wissenschaftlichen Diskurses findet in der vorliegenden Arbeit nicht statt, da im betrieblichen Umfeld davon ausgegangen werden muß, daß die dafür u.a. von Habermas geforderte Bedingung der Gleichheit aller Beteiligten nicht gegeben ist. „Man wird etwa einen fairen Kompromiß nicht erwarten dürfen, wenn die beteiligten Parteien nicht über gleiche Machtpositionen und Drohpotentiale verfügen.“⁵⁷ Habermas konzentriert sich zudem in seinen Ausführungen auf die kritische, wissenschaftliche und philosophische Diskussion und läßt andere Situationen wenig berücksichtigt. In der vorliegenden Arbeit sind im betrieblichen Umfeld Situationen, in denen Übereinstimmung allein durch das bessere Argument erzielt werden, nicht Schwerpunkt der Betrachtung. Das Augenmerk soll besonders auf Faktoren, die neben der Inhaltsebene⁵⁸ einen Einfluß auf die Akzeptanz haben, gerichtet werden. Im Mittelpunkt stehen dabei nicht nur die technischen Informationsflüsse, sondern vor allem die Bedeutung des zeitlichen und inhaltlichen Umfangs der Informationsweitergabe, der Form der Informationsweitergabe und die Auswirkung der äußeren Verpackung der Information. Viele Unternehmen setzen sich ausführlich mit den für den Erfolg von Unternehmen bedeutsamen Problemen der Kundenbindung, Absatzoptimierung und Kostensenkung auseinander. Public Relations, Werbung und Sponsoring stehen oftmals ebenfalls im Mittelpunkt strategischer Überlegungen. Das zur Lösung vieler Probleme zugehörige *betriebliche Informationswesen* im Unternehmen dagegen wird, außer unter IT-technischen Gesichtspunkten, meist eher stiefmütterlich behandelt. Technik selbst ist jedoch nur interessant, wenn sie über die reine

befäßt. „Unsere Aufgabe ist, Wissen zu schaffen – im übrigen waschen wir unsere Hände in Unschuld.“ Portele (1982) S. 56.

⁵⁷ Habermas (1985) S. 243

⁵⁸ Zu Inhaltsanalyse vgl. u.a. Früh (1989) und Früh (1998) und zu computergestützter Analyse u.a. Kuckartz (1999)

Vermittlungsfunktion hinaus in einen gesellschaftlichen Handlungszusammenhang eingebunden ist.

Im Zusammenhang mit dem innerbetrieblichen Informationswesen gehen viele Unternehmen davon aus, daß die Mitarbeiter grundsätzlich an „ihrem“ Unternehmen interessiert sind und daß deshalb der Präsentation der Mitarbeiterinformationen keine besondere Bedeutung geschenkt werden müsse. Rolke weist auf vier Hauptfehler hin, die in der Mitarbeiterkommunikation immer wieder gemacht werden: 1. Die Informationen, die auf die Mitarbeiter einströmen, sind nicht mehr nach wichtig und unwichtig zu unterscheiden. 2. Interne Medien werden mit Bordmitteln, d.h. wenig professionell, erstellt. 3. Unternehmen konzentrieren sich auf Fakten. 4. Informationen erreichen die Mitarbeiter nicht oder zu spät, da sie zu viele Hierarchiestufen im Unternehmen durchlaufen. „Doch Menschen sind nun mal nicht die bedingten Reflexe auf Informationen. Sie wollen mit Verstand und Herz angesprochen sein – so wie es die Unternehmen mit ihren Kunden längst tun. In der Werbung käme keiner auf die Idee, den Kunden ungefragt mit blanken Informationen überhäufen zu wollen.“⁵⁹

Bis in die 1990er Jahre hinein ist festzustellen, daß Unternehmen ihre Mitarbeiter weniger professionell informieren als dies bei der externen Öffentlichkeit geschieht.⁶⁰ Das betriebliche Informationsmanagement sieht seinen Adressatenkreis primär in den Meinungsmachern, Geldgebern usw. außerhalb des Unternehmens und vernachlässigt gern die Gruppe der Menschen, die ihm eigentlich am nächsten steht und deren Informationswünsche das Unternehmen sowohl am besten kennen als auch am sorgfältigsten befriedigen sollte. Welche Auswirkungen dies haben kann und welche alternativen Wege das betriebliche Informationsmanagement einschlagen kann, soll in dieser Arbeit aufgezeigt werden.

Die Betrachtung bezieht die Entwicklung der letzten Jahre ein und lenkt den Blick auf mögliche zukünftige Entwicklungsrichtungen. Die Berücksichtigung alternativer Zukunftszustände ist deshalb angebracht, weil sich die technische

⁵⁹ Rolke (1999) S. 194

⁶⁰ Über Kundenorientierung wird viel diskutiert. Vgl. u.a. Staminski (1998) S. 17f. sowie die S. 284f. angegebene Literatur

Entwicklung im Informationswesen gegenwärtig derartig schnell vollzieht, daß innerhalb weniger Wochen technische Möglichkeiten verfügbar sind, die bislang nicht für möglich gehalten wurden. Beispielführend angeführt werden sollen hier nur die Datenübertragung per Stromnetz oder internetfähiger WAP⁶¹-Mobiltelefone mit UTMS⁶²- oder GPRS⁶³-Technologie.

Bei der technischen Entwicklung, aber auch bei der Nutzung der neuen Möglichkeiten hat der Mensch eine tragende Rolle inne. Viele technisch mögliche Informationsverfahren lassen sich deshalb nicht etablieren, weil sich die beteiligten Menschen nicht analog der technischen Möglichkeiten entwickeln oder weil sie einfach nicht den Bedürfnissen der Menschen entsprechen. Der Umgang des Menschen mit der Technik, mit dem Informationsmanagement steht dementsprechend im Mittelpunkt der Arbeit und nicht die Entwicklung der technischen Möglichkeiten.

Die in der vorliegenden Arbeit verwendeten Beispiele aus der betrieblichen Praxis der Informationspolitik richten sich an unterschiedliche Zielgruppen und sollen das jeweilige Informationsbedürfnis der Informationsempfänger befriedigen. So soll beispielsweise der Geschäftsbericht den Aktionären, Investoren und Finanzanalysten einen umfassenden Überblick über die Bilanz und die allgemeine Geschäftslage des Unternehmens vermitteln und so eine Entscheidungsgrundlage für eventuelle finanzielle Engagements liefern. Die Mitarbeiterzeitung ist auch heute noch eines der wichtigsten Informationsmedien für die Beschäftigten eines Unternehmens. Viele Unternehmen bedienen sich nach wie vor der Mitarbeiterzeitung, um ihre Mitarbeiter über betriebliche Belange zu informieren. Auch für die Mitarbeiterzeitung bietet die technische Entwicklung eine Reihe von attraktiven Möglichkeiten. Verbesserte und leistungsfähigere Techniken im Bereich der Datenverarbeitung erlauben heute die Speicherung und Verarbeitung großer Informationsmengen und deren Distribution. Eine ständig wachsende Zahl von Unternehmen geht deshalb dazu über, ihre Mitarbeiter über interne Informationssysteme zu informieren, zumal die

⁶¹ WAP ist die Abkürzung für Wireless Application Protocol

⁶² UTMS ist die Abkürzung für Universal Mobile Telecommunications System

⁶³ GPRS ist die Abkürzung für General Packet Radio Service

Personalcomputer inzwischen von kaum einem Arbeitsplatz wegzudenken sind. Diesem sogenannten Intranet wird eine große Zukunft vorhergesagt. Besonders wegen der großen Ähnlichkeit mit dem Internet und weitgehend gleicher Bedienung können sich die meisten Mitarbeiter ohne großen Schulungsaufwand dieses Mediums bedienen.

Die Informationsbeziehung zwischen Unternehmen und den Medien erfordert eine besondere Art der Informationsweitergabe. Bei der Weitergabe von Informationen an Medien informiert das Unternehmen nicht ihre primäre Zielgruppe, sondern die Informationsmittler und Informationsmultiplikatoren, die wiederum darauf angewiesen sind, ihre Kunden zufriedenzustellen. Dabei ist unter Umständen zu beachten, daß sich durch diese besondere Beziehung in manchen Situationen eine eigene Dynamik entwickeln kann.

Den entscheidenden Impuls für die vorliegende Arbeit lieferte die zunehmende Bedeutung von betrieblicher Information sowohl innerhalb der Unternehmen als auch im Umgang mit den jeweiligen externen Teilöffentlichkeiten. Die zunehmende Aktualität des betrieblichen Informationsmanagements, bedingt durch die Entwicklung im Wirtschaftssektor mit feindlichen Übernahmen, Fusionen und Ausgliederungen auf der einen Seite und Globalisierung und Internationalisierung auf der anderen Seite, führt zu einer verstärkten Diskussion um verfehltes Informationsverhalten vieler Unternehmen. Das betriebliche Informationsmanagement muß sich bei der Formulierung von Zielen und Strategien sowie bei dem konkreten Instrumenteneinsatz bewußt sein, daß der Informationsgrad und die Art der Informationsverteilung, die Bereitwilligkeit des Unternehmens zur Informationsverteilung, die Aufbereitung der Informationen, deren Zuverlässigkeit und Aktualität die Einstellung der Mitarbeiter, Aktionäre, Medien zum Unternehmen beeinflusst.

Bei der schwerpunktmäßig an der Praxis orientierten Herangehensweise können theoretische Erkenntnisse verschiedener Disziplinen zur Erklärung beitragen. So werden zum Beispiel Public-Relations-Maßnahmen im Hinblick auf ihre psychologische und kommunikationswissenschaftliche Wirksamkeit und ihre Bedeutung für den Unternehmenserfolg untersucht. Ergebnisse verschiedener Untersuchungen zu Teilaspekten des betrieblichen Informationswesens standen zur Verfügung und konnten in einem Gesamtzusammenhang

dargestellt werden. Die hieraus gewonnenen Ergebnisse sichern die anhand theoretischer Überlegungen ermittelten Erkenntnisse und zeigen korrespondierende Entwicklungstendenzen auf.

Obwohl aufgrund der Verschiedenartigkeit und des exemplarischen Charakters der untersuchten Praxisbeispiele nicht von einer standardisierten empirischen Auswertung gesprochen werden kann, erlauben die gefundenen Ähnlichkeiten eine Verallgemeinerung der Aussagen. Die Auswahl der betrachteten Themen und Beispiele erfolgte anhand praktischer Erfahrungen und beobachteter besonderer Bedeutung für relevante und als wesentlich oder einflußreich zu begreifende interne und externe Zielgruppen unternehmerischer Information.

Das Thema Subjektivität ist nicht nur Bestandteil der Betrachtungen, sondern ebenso Bestandteil der vorliegenden Arbeit und diese unterliegt ebenfalls der dargestellten Fraglichkeit der objektiven Wiedergabe von Wirklichkeit. Interpretationsmuster, Wahrnehmungsabläufe und Deutungsmuster sozialwissenschaftlicher Wissenschaftssicht mit solchen aus der Alltagssicht in Zusammenhang zu bringen, hat eine besondere Bedeutung, da im Unternehmen in der Regel formale und informale Bedingungen, Strukturen und Abhängigkeiten existieren, die eine Beeinflussung der Wahrnehmung der Mitarbeiter und auch externer Zielgruppen nicht ausschließen. Eine Untersuchung muß sowohl in ihrem historischen als auch in ihrem sozialen Kontext gesehen werden. Auswirkungen vorgefundener manifester Strukturen sind ebenso feststellbar wie Auswirkungen des individuellen subjektiven Beobachtungsstandortes. In diesem Zusammenhang von besonderer Bedeutung ist der Unterschied zwischen nur durch umfangreiche theoretische Analysen zu erschließenden Bedingungsbeziehungen und konkret beobachtbaren Wirkungen und Handlungen, die sich ohne umfangreiche theoretische Reflexionen erklären lassen.⁶⁴

Die Darstellung bleibt in einigen Bereichen illustrativ, da allein die Komplexität des sozialwissenschaftlichen Kontextes eine Einbeziehung aller theoretischen Ansätze nicht gestattet und daher eine Abgrenzung erforderlich ist, um die

⁶⁴ Vgl. Tiemann (1976) S. 20ff.

wesentlichen Aspekte darstellen und in einen interdisziplinären Zusammenhang bringen zu können. Die Zahl der aktuellen Beiträge zu diesem Themenkomplex zeigt einerseits die Relevanz des Themas, macht es andererseits jedoch unmöglich, alle Beiträge und Forschungsergebnisse zu berücksichtigen. In der Phase aktueller Forschung kann sowohl Übereinstimmung als auch Widerspruch entstehen. Dies sollte nicht als Schwachstelle, sondern als Chance, einen anderen Blickwinkel auf seine Tauglichkeit prüfen zu können, interpretiert werden.

Die Überlegungen der vorliegenden Arbeit geben dementsprechend eine Momentaufnahme wieder, die noch eingehender Analyse bedarf, um tatsächliche Lösungen für die umrissenen Problemfelder bieten zu können. Die durch die Verbindung von Erkenntnissen aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Fachrichtungen gewählte Betrachtungsweise schafft jedoch durch die Kombination unterschiedlicher Blickwinkel neues Potential zur Bewältigung der Herausforderung, die einerseits durch die zunehmende Informationsmenge und andererseits durch die sich ständig verändernden Bedürfnisse der Zielgruppen entsteht, gibt Denkanstöße für das betriebliche Informationswesen und zeigt Lösungsansätze auf.

Das erste Kapitel beschreibt Grundlagen des betrieblichen Informationsmanagements. Es werden Ziele, verschiedene Zielgruppen, Methoden, Strategien und ihre organisatorische Einbindung betrachtet. Das zweite Kapitel beschäftigt sich mit Wahrnehmung und Informationsaufnahme und -verarbeitung. Dazu werden Abläufe der Wahrnehmung, die biologischen Wahrnehmungskanäle und die Auswirkungen des Kontextes betrachtet. Ein weiteres Thema ist die menschliche Abstraktionsfähigkeit und Ergänzungsfähigkeit und ihre Bedeutung für die Informationsaufnahme. Stellvertretend für die vielfältigen Theorien zur Informationsverarbeitung des Menschen werden die von Berne entwickelte Transaktionsanalyse und das Modell der Verständigung von Schulz von Thun dargestellt. Basierend auf diesen grundsätzlichen Überlegungen befaßt sich das dritte Kapitel gezielt mit den Möglichkeiten der Beeinflussung von Wahrnehmung im betrieblichen Umfeld. Es stellt dar, wie auf die Wahrnehmung und Aufnahmebereitschaft verschiedener Teilöffentlichkeiten als Zielgruppen des betrieblichen Informationsmanagements eingewirkt werden

kann. Im vierten Kapitel werden die theoretischen Darstellungen durch ausgewählte Beispiele vertieft. Hierzu werden klassische Medien wie der Geschäftsbericht und neue Medien wie das Intranet in Hinblick auf ihre jeweiligen Besonderheiten analysiert. Die verschiedenen Medien werden dabei nicht in Konkurrenz zueinander, sondern als sich ergänzende Instrumente im unternehmensweiten Informationsmanagement gesehen. Da gerade bei Störfällen dem Informationsverhalten eines Unternehmens besondere Bedeutung zukommt, werden exemplarisch die Informationsabläufe bei Störfällen und bei einer feindlichen Übernahme untersucht. Das fünfte Kapitel gibt einen Ausblick in die zukünftige Entwicklung und beleuchtet den Einsatz neuer Medien oder traditioneller Medien in einem neuen Kontext. Es gibt einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten des Internet und beschreibt erste Erfahrungen mit Unternehmenstheater und Unternehmensfernsehen, die in immer mehr Unternehmen zur Mitarbeiterinformation eingesetzt werden.