

Entscheider-Medium Internet: Information ist Chefsache

Egon Stengl - **Woher beziehen die Führungspositionen ihre Informationen? Welchen Wandel hat es in der Rangfolge der Medien gegeben? Warum bevorzugen immer mehr Manager die Online-Recherche?**

(Quelle: Berger)

Um sein Unternehmen richtig zu koordinieren und organisieren, müssen die Führungskräfte immer über den neuesten Stand der Dinge informiert sein. Durchschnittlich 18 Stunden pro Woche verbringt ein deutscher Manager in einer Führungsposition mit der Beschaffung und Recherche von Daten und Fakten. Dabei zieht er zu 22 Prozent, also zu rund vier Stunden, das Internet als Hilfsmedium zu Rate, wie die Roland Berger Strategy Consultants herausfand. Bemerkenswert erwies sich dabei der Stellenwandel der Onlinerecherche.

Die befragten Führungskräfte gaben zum ersten Mal das Internet als Einstiegsmedium zur Informationssuche an. Sowohl die Breite an Möglichkeiten, als auch die schnell erreichte Tiefe der Information vereinfachen den gesuchten Vergleich mit Peergroups, liefern ältere Daten und weisen eine optimale Archivierung vor. Den befragten Führungskräften zufolge dient das Internet auch als schneller "Quercheck", um Nachrichten rasch aus verschiedenen Quellen zu beziehen. Im Gegensatz zu den unternehmensinternen Informationen, die in der Regel erst mehrere Instanzen durchlaufen bis sie die Führungsetage erreichen, kann die Online-Recherche rasch und ohne Umstände erfolgen. Der Wandel des Internet zu dem Entscheidermedium wird für Elite-Werbende Konsequenzen mit sich ziehen. Die Entscheider der deutschen Unternehmen surfen sowohl auf Nachrichtenportalen und spezialisierten Informationsdienstleistern, als auch bei Forschungsinstituten und allgemeinen Blogs.

