

Kompetenzprofil von Information Professionals in Unternehmen

Anna Knoll*

Zielsetzung — Information Professionals sind in Unternehmen für den professionellen und strategischen Umgang mit Informationen verantwortlich. Da es keine allgemeingültige Definition für diese Berufsgruppe gibt, wird in der vorliegenden Arbeit eine Begriffsbestimmung unternommen.

Methode — Mit Hilfe dreier Methoden – einer Auswertung von relevanter Fachliteratur, der Untersuchung von einschlägigen Stellenausschreibungen und dem Führen von Experteninterviews – wird ein Kompetenzprofil für Information Professionals erstellt.

Ergebnisse — Die 16 wichtigsten Kompetenzen in den Bereichen Fach-, Methoden-, Sozial- und persönliche Kompetenzen sind IT-Kenntnisse, Sprachkenntnisse, Quellenkenntnisse, Recherchekenntnisse, Projektmanagement, Darstellungskompetenz, Problemlösungskompetenz, selbständiges Arbeiten, Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit, Servicementalität, Interkulturelle Kompetenz, Analytische Fähigkeiten, Eigenmarketing, Veränderungsbereitschaft und Stressresistenz.

Schlussfolgerung — Die Kompetenzen geben eine Orientierung über vorhandene Fähigkeiten dieser Berufsgruppe für Personalfachleute, Vorgesetzte und Information Professionals selbst. Ein Kompetenzrad kann als Visualisierung dienen.

Schlagwörter — Kompetenz; Anforderungsprofil; Information Professional; Unternehmen

Competency profile of information professionals in companies

Objectives — Information Professionals are responsible for the professional and strategic handling of information in enterprises. As there is no generally agreed definition for this professional group this paper tries to give one.

Methods — Using three methods – an analysis of relevant academic literature, an examination of relevant job advertisements and the conducting of expert interviews – a set of skills for information professionals is established.

Results — The 16 most important competencies in the fields of technical, methodological, social and personal skills are IT skills, language skills, knowledge of relevant sources, research skills, project management, presentation skills, problem-solving skills, independent working, communication skills, teamwork, service mentality, cross-cultural competence, analytical skills, self-marketing, willingness to change and stress resistance.

Conclusions — The competencies offer guidance to human resource managers, supervisors and information professionals themselves about the existing expertise. A so-called Wheel of Competencies can be used for visualization.

Keywords — competency; requirements profile; information professional; enterprise

Diesem Beitrag liegt folgende Abschlussarbeit zugrunde / This article is based upon the following dissertation/thesis: Lamparter, Anna: Kompetenzprofil für Information Professionals in Unternehmen. Masterarbeit (M.A.), Hochschule Hannover, 2015. Volltext: <https://serwiss.bib.hs-hannover.de/frontdoor/index/index/docId/528>

* Anna Knoll (geb. Lamparter), M.A. | Max-Planck-Institut für ausländisches öffentliches Recht und Völkerrecht, Heidelberg [derzeit in Elternzeit] | annaknoll@mail.de | ORCID: orcid.org/0000-0001-5447-4840



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative-Commons-Lizenz Namensnennung 4.0 International.

Young Information Scientist (YIS) wird vom Verein zur Förderung der Informationswissenschaft (VFI), Wien, herausgegeben. Alle Beiträge unterliegen einem Peer Review.

1 Einführung

1.1 Information Professionals

Informationen sind der Rohstoff des 21. Jahrhunderts. Sie sind für den Geschäftserfolg vieler Unternehmen mindestens genauso wichtig wie die Produktion oder der Vertrieb von Gütern und Dienstleistungen. Deshalb leisten sich immer mehr Firmen die Anstellung eines Information Professionals oder einer kompletten Informationsabteilung, der bzw. die sich professionell und strategisch mit Informationen beschäftigt. Vor allem in Großunternehmen oder wissensintensiven Unternehmen in der Beratungs- oder Finanzbranche sind Informationsspezialisten zu finden. Information Professionals können Innovationen schaffen, verborgenes Wissen heben oder Informationen als Grundlage für eine Entscheidung auswerten.

Wie der Begriff Informationsmanagement ist auch der Begriff des Information Professionals nicht eindeutig – es gibt keine allgemeingültige Definition. Ebenso gibt es weder eine Ausbildung noch ein Studium zum Information Professional. »Information Professional« ist eher ein begriffliches Konglomerat, das verschiedene Berufsgruppen umfasst, die in den letzten zehn bis fünfzehn Jahren aufgrund verschiedener Faktoren wichtig geworden sind. Hierzu zählt vor allem die wachsende Informationsflut, die mit dem Aufkommen des Internets Anfang der 1990er Jahre und der Digitalisierung immer mehr an Fahrt gewinnt. Vor allem die Menge an Daten und die Schnelligkeit der Datenübertragung explodieren geradezu. Riesige Daten- und Informationsmengen, die viele Unternehmen produzieren und benötigen, müssen nicht nur gefunden und gesammelt, sondern auch analysiert und vermittelt werden. Die richtige Interpretation spielt dabei eine wichtige Rolle als Entscheidungsgrundlage und als Wettbewerbsfaktor (vgl. LexisNexis 2014, S. 6; Nnandozie et al. 2014, S. 88–89).

Deshalb entstehen neue Berufe bzw. Positionen, die sich damit befassen: (Market) Research Analysten, Competitive Intelligence Analysten, Informationssachverständigen und Wissensmanager. Wissensmanagement kann zwar schon auf eine etwas längere Tradition zurückgreifen, allerdings wurde es zu Beginn häufig in den IT-Abteilungen der Unternehmen

angesiedelt und scheiterte oftmals am damit verbundenen IT-orientierten Fokus. In jüngeren Ansätzen wird Wissensmanagement vermehrt ganzheitlich betrachtet (Technik, Organisation, Mensch), die darauf abzielenden Literaturstellen und Stellenanzeigen wurden in der vorliegenden Arbeit berücksichtigt. Diese Berufsbezeichnungen basieren auf keinem konkret vorgegebenen beruflichen Werdegang. Darum und aufgrund der ähnlichen Tätigkeiten zum eigenen Berufsstand besetzen häufig Information Professionals diese Positionen in Firmen. Wirtschaftsinformatiker, aber auch Bibliothekare (vor allem im anglo-amerikanischen Raum), werden oft als Information Professionals bezeichnet. Im vorliegenden Beitrag wurden diese Berufe aber nicht berücksichtigt, da der Fokus auf Information Professionals in Unternehmen liegt. Je nachdem, wie eng oder weit man den Berufsstand des Information Professionals fasst, gibt es noch weitere Berufe, die zu ihm passen können: Content Manager, Social Media Manager, interne Kommunikation, E-Learning-Spezialisten bis hin zum Web Analysten usw. (vgl. LexisNexis 2014, S. 5; Seidler-de Alwis 2014, S. 257; Shumaker 2012, S. 101; Gufler 2011, S. 29–30; Fanning 2011, Folie 12; Lawson et al. 2010, S. X; Noack et al. 2009, S. 421; Myburgh 2005, S. 191–199).¹

Diese Berufe haben folgende Gemeinsamkeiten: es geht um Informationssuche, Informationsanalyse und Informationsaufbereitung. Das »Arbeitsmaterial« des Information Professionals sind dabei Zahlen, Statistiken, finanzielle Daten, Kundendaten, veröffentlichte und unveröffentlichte Quellen, interne und externe Informationen, Grafiken, Bilder, Videos, Audiodateien, Dokumente, Wissen und vieles mehr. Dies ist zu beschaffen, auszuwerten und zielgruppengerecht aufzubereiten. Gut aufbereitete und zugriffsnah Informationen sind essentiell für den Wettbewerbserfolg. Eine Reihe von Untersuchungen stellt immer wieder fest, dass Mitarbeiter bei der Informationssuche zu viel Zeit vergeuden. Die Suche nach internen Informationen erfordert von einem Mitarbeiter durchschnittlich 15 bis 35% seiner Arbeitszeit, wobei 40 bis 50% der Befragten angeben, die gesuchten Informationen gar nicht erst gefunden zu haben (vgl. Kresse/Duma 2014, S. 6).

¹ Information Broker, Headhunter bzw. Personalvermittler u.Ä. werden explizit ausgeschlossen, da diese vorrangig freiberuflich arbeiten und nicht in Unternehmen angestellt sind.

In wissensintensiven Branchen, bei denen es auf zuverlässige, aktuelle und absolut korrekte Informationen ankommt, z.B. in der Pharmabranche, in der Patentrecherche, in Anwaltskanzleien oder im Finanzbereich, sind Information Professionals sehr gefragt (vgl. Karger 2014, S. 73; Gufler 2011, S. 44–45 u. 51). Der Aufgabenschwerpunkt verschiebt sich von der Informationssuche hin zur Informationsanalyse (der Auswertung der Informationen), der Bewertung und Verifizierung von Informationen und der unterstützenden Beratung bei der selbständigen Informationssuche durch die Mitarbeiter im Unternehmen (»Vom Rechercheur zum Consultant«) (vgl. König 2014, S. 18–20; Graumann 2011, Folie 15–19; Seidler-de Alwis 2014, S. 256–257; LexisNexis 2014, S. 50 u. 64).

Die zentrale Frage lautet: Welche Kompetenzen brauchen Information Professionals, um im Unternehmen Mehrwert zu schaffen? In der Literatur, in aktuellen Stellenanzeigen und mit Hilfe von Experteninterviews mit Information Professionals wird versucht, dies herauszufinden.

1.2 Kompetenzen

Fast jedes große und viele mittelständische Unternehmen in Deutschland beschäftigen sich mit Kompetenzmanagement. Kompetenzmanagement ist oft Teil der Unternehmensstrategie und hat zum Ziel, die Wertschöpfung in Unternehmen zu erhöhen (vgl. Erpenbeck et al. 2013, S. 3; North 2013, S. 13). Die richtigen Kompetenzen aufzubauen und vorhandene Kompetenzen zielgerichtet zu nutzen, ist einer der maßgeblichen Treiber für Innovationsfähigkeit und Gewinnerzielung einer Organisation.

Mit den Jahren haben sich verschiedene Definitionen von Kompetenz herausgebildet. Für Erpenbeck et al. (2013) sind Kompetenzen weder genetisch noch durch den Reifeprozess entstanden, sondern werden selbstorganisiert hervorgebracht. North (2013, S. 43) dagegen sieht Kompetenz als »erlernbare Fähigkeit, situationsadäquat zu handeln.« Kompetente Personen können einer Aufgabe oder

Anforderung aufgrund ihrer Fähigkeiten und Potenziale gerecht werden. Sie aktivieren und bündeln ihre Ressourcen für die erfolgreiche Bewältigung von komplexen Situationen. Für kompetentes Handeln spielen aber nicht nur Fähigkeiten und Potenziale eine Rolle, sondern auch Wissen, kognitive und praktische Befähigungen und Verhaltensaspekte wie Haltungen, Motivation und Werte (vgl. ebd.).

Erpenbeck et al. (2013) teilen Kompetenzen in fachlich-methodische, personale, sozial-kommunikative und aktivitätsbezogene Kompetenzen ein. North (2013) und Gnahs (2010) gliedern Kompetenzen in Fach-, Methoden-, Sozial- und personale Kompetenzen. Die fachlich-methodischen Kompetenzen, häufig mit beruflichen Kompetenzen gleichgesetzt, sind nach Erpenbeck et al. zur Erreichung eines möglichst bekannten Zieles notwendig. Die Autoren veranschaulichen dies mit dem Beispiel des Bergsteigers, der den schnellsten Weg zum Gipfel wählt, egal unter welchen Bedingungen. Die anderen drei Kompetenzarten sind für alle persönlichen und beruflichen Situationen notwendig. Methodenkompetenzen meinen dabei Methodenkenntnisse mit Fachbezug, z.B. Zinsberechnung im Bankwesen (vgl. Gnahs 2010, S. 27), und ohne Fachbezug, z.B. Moderations- oder Präsentationsfähigkeiten. Soziale Kompetenzen beziehen sich auf den Umgang mit Mitmenschen, etwa Teamfähigkeit oder Anpassungsbereitschaft. Personale Kompetenzen betreffen primär die eigene Person und können beispielsweise Organisationstalent oder Sorgfalt sein (vgl. ebd.). In der vorliegenden Ausarbeitung werden die Kompetenzen für Information Professionals in die Kompetenzsystematik nach North eingeteilt.

Kompetenzen sind also entscheidend für die individuelle Handlungsfähigkeit, die notwendig ist, um wirtschaftliche, politische und kulturelle Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen und am gesellschaftlichen Diskurs teilzuhaben (vgl. Erpenbeck et al. 2013, S. 7–8; North 2013, S. 261). Vor allem in Unternehmen muss daher ein besonderes Augenmerk auf die Entwicklung und Nutzung von Kompetenzen gelegt werden. Dies geschieht mit einem strategischen Kompetenzmanagement.

2 Methoden

2.1 Literatur

In der Literatur findet sich nur wenig zum Thema »Kompetenzen für Informationsspezialisten«. Im angloamerikanischen Raum wird diese Berufsbezeichnung oft mit Bibliothekaren gleichgesetzt, doch diese Berufsgruppe wird, wie erwähnt, im vorliegenden Beitrag nicht behandelt.

Einer der ersten Versuche, notwendige Kompetenzen zu bestimmen, ist das europäische Projekt »Développer les EuroCompétences pour l'Information et Documentation«, an dem die Deutsche Gesellschaft für Information und Wissen e.V. (DGI)² als deutscher Partner mitwirkte. Ziel ist ein einheitliches europäisches Zertifizierungshandbuch für Informationsberufe, welches 1999 entsteht und 2004 überarbeitet wird (vgl. European Council of Information Associations (ECIA) 2004). Seitdem wurde es aber nicht mehr weiterentwickelt und ist daher zum Großteil veraltet. Ein weiterer vielversprechender Ansatz ist ein Kompetenzprofil des amerikanischen Berufsverbands SLA (Special Libraries Association) (vgl. Special Committee on Competencies for Special Librarians 2003). Dieses ist auch nach über zehn Jahren noch relativ aktuell, richtet sich aber vornehmlich an Bibliothekare und bezieht neuere Berufe wie Wissensmanager oder Competitive Intelligence Analysten nicht mit ein. Einzelne informative Quellen – z.B. Graumann (2011, 2013), Noack et al. (2009), Karger (2014) oder Fanning (2011) – konnten bislang keine breite Diskussion über notwendige Kompetenzen für Information Professionals in der Community anstoßen. 2014 jedoch veröffentlicht LexisNexis eine interessante Studie (vgl. LexisNexis 2014), in der 500 europäische Information Professionals zu ihrer Situation und ihrem Arbeitsalltag, aber auch nach Kompetenzen, befragt werden. Als aktuell wichtige Kompetenzen gelten Kommunikationsfähigkeit, analytisches Denken, Wissensmanagement, Content Management, Verwendung von Webanwendungen, Beratung, technisches Know-How (z.B. Datenbankmanagement) und Business Intelligence (nach Häufigkeit absteigend). Für die nächsten zehn Jahre sehen die Befragten die Kompetenzen nahezu gleichbleibend, nur das technische Know-How wird unwichtiger. Die Kommunikationsfähigkeit und analytischen Kennt-

nisse werden auch in den qualitativen Interviews hervorgehoben.

In den oben dargestellten Quellen werden die Kompetenzen in Fach-, Methoden-, Sozial- und persönliche Kompetenzen unterteilt. In der Literatur überwiegen bei den Fachkompetenzen die IT-Kenntnisse. Mit etwas Abstand folgt die Quellenkenntnis, also das Kennen und richtige Anwenden von Datenbanken, Suchmaschinen und anderen Informationsmitteln. Außerdem sind die Bewertung der gefundenen Informationen und betriebswirtschaftliche Kenntnisse erforderlich. Zu den am häufigsten genannten Methodenkompetenzen zählen die Darstellungs- und Aufbereitungskompetenz und die Problemlösungskompetenz. Bei den sozialen Kompetenzen wird die Kommunikationsfähigkeit deutlich hervorgehoben, außerdem sind interkulturelle Kompetenz, Servicementalität und Schulungs- bzw. Beratungskompetenz bedeutend. Als persönliche Kompetenz sollten Information Professionals analytische Fähigkeiten mitbringen. Diese sind zur umfassenden Informationssuche und -analyse unabdingbar. Ferner sind Stressresistenz, Flexibilität, Anpassungsfähigkeit und Veränderungsbereitschaft essentiell.

2.2 Stellenanzeigen

Stellenanzeigen spiegeln den aktuellen Bedarf eines Unternehmens wider und eignen sich daher gut für eine Untersuchung von Anforderungen und Kompetenzen. In einem Zeitraum von ca. sechs Monaten (März bis September 2014) wurden drei Internet-Stellenbörsen nach Stellenanzeigen für Information Professionals durchsucht. Für die Suche sind Abwandlungen und Variationen der Terminologie notwendig, zum Beispiel »Informationsspezialist«, »Informationsmanager« oder »Rechercheur«. Etablierte Berufsbezeichnungen wie Wissensmanager, Market/Competitive Intelligence Analyst oder Research Analyst können direkt gesucht werden. Auch auf der Karriereplattform Xing³ werden veröffentlichte Stellenanzeigen in einschlägigen Gruppen berücksichtigt. Insgesamt werden 107 Stellenanzeigen ausgewertet, wovon sich 68 Stellenanzeigen auf den

² ehemals Deutsche Gesellschaft für Dokumentation (DGD).

³ <https://www.xing.com/>

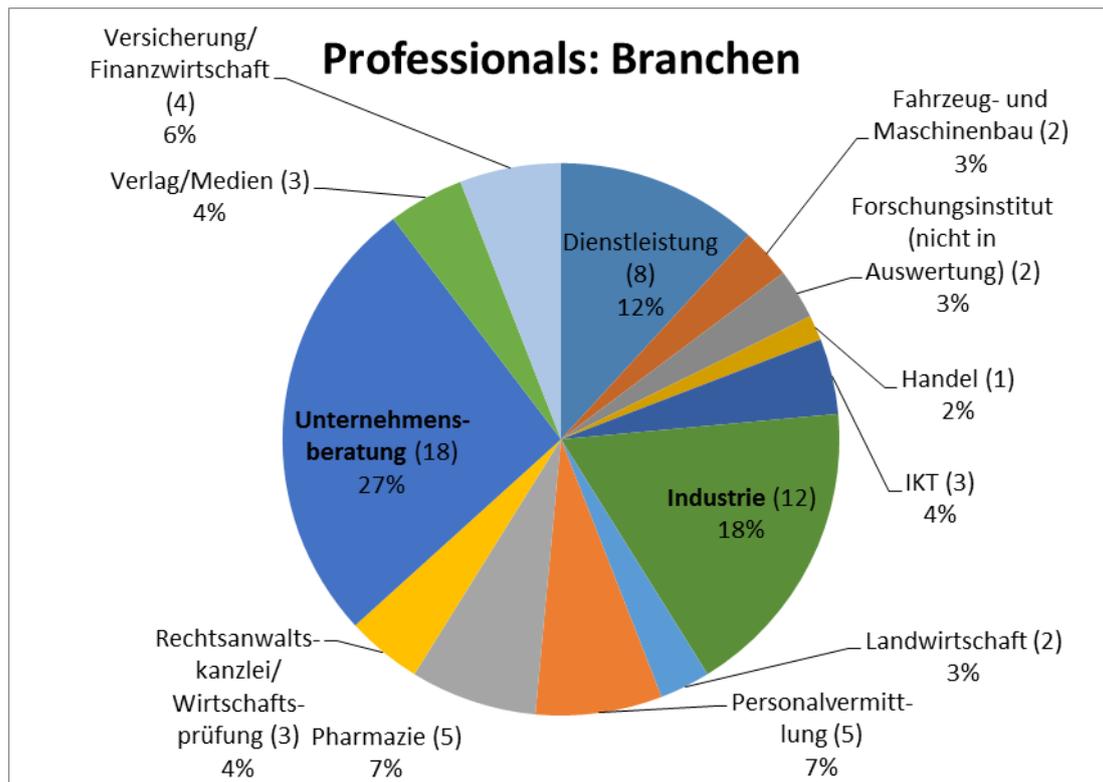


Abbildung 1: Stellenausschreibungen Professionals nach Branchen

Bereich »Professionals« und 39 Stellenausschreibungen auf den Bereich »Praktikanten/Werkstudenten« verteilen.

Vor der eigentlichen Auswertung der genannten Kompetenzen sind bei den Stellenausschreibungen weitere Aspekte interessant, z.B. die vertretenen Branchen, die geforderte Qualifikation und die Berufserfahrung.

Im Bereich der Professionals (68 Stellenausschreibungen) dominieren als Branche die Unternehmensberatungen (27%), dahinter folgen Industrieunternehmen (18%) und die Dienstleistungsbranche (12%) (vgl. Abbildung 1). Diese drei Branchen zusammen machen bereits mehr als die Hälfte aller ausgewerteten Stellenausschreibungen aus. Interessanterweise befindet sich der Fahrzeug- und Maschinenbau mit nur 2 Stellenausschreibungen im unteren Feld (3%). Bei den Praktikanten und Studenten ist dies umgekehrt, dort sind 23% aller Stellenausschreibungen im Fahrzeug- und Maschinenbau einzuordnen. Dahinter befinden sich die Unternehmensberatungen (15%) und die Industrieunternehmen (13%).

Welche berufliche Qualifikation sollen Information Professionals laut Stellenausschreibungen mitbringen? Am häufigsten wird bei den Professionals ein abge-

schlossenes Studium gefordert (80%), nur in 11% ist von einer abgeschlossenen Ausbildung die Rede. Die mit 28% am häufigsten genannten Studienfächer (27 Nennungen) sind den Wirtschaftswissenschaften zuzuordnen, worunter BWL (Betriebswirtschaftslehre, VWL (Volkswirtschaftslehre), Business Research und duale Studiengänge in Wirtschaftswissenschaften subsummiert werden. Dahinter folgt mit 17% (16 Nennungen) »Studium ohne Nennung einer Fachrichtung«, was das Bild des Information Professionals als Quereinsteiger zu unterstützen scheint. Mit jeweils 13% werden Informationswissenschaften (Informations- und Wissensmanagement, Dokumentationswesen, Bibliotheksmanagement, Archivwesen, Informationswirtschaft, Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation) sowie Naturwissenschaften (Chemie, Pharmazie, Wirtschaftschemie, Mathematik, Wirtschaftsmathematik) genannt (je 12 Stellen). 11% bevorzugen Ingenieurwissenschaften wie Maschinenbau, Wirtschaftsingenieurwesen, Elektrotechnik oder Technik (allgemein). Die restlichen 18% verteilen sich auf Medienwissenschaften (inklusive Kommunikationswissenschaft und Marketing), Informatik und Wirtschaftsinformatik, Sozialwissenschaften (Soziologie), Gei-

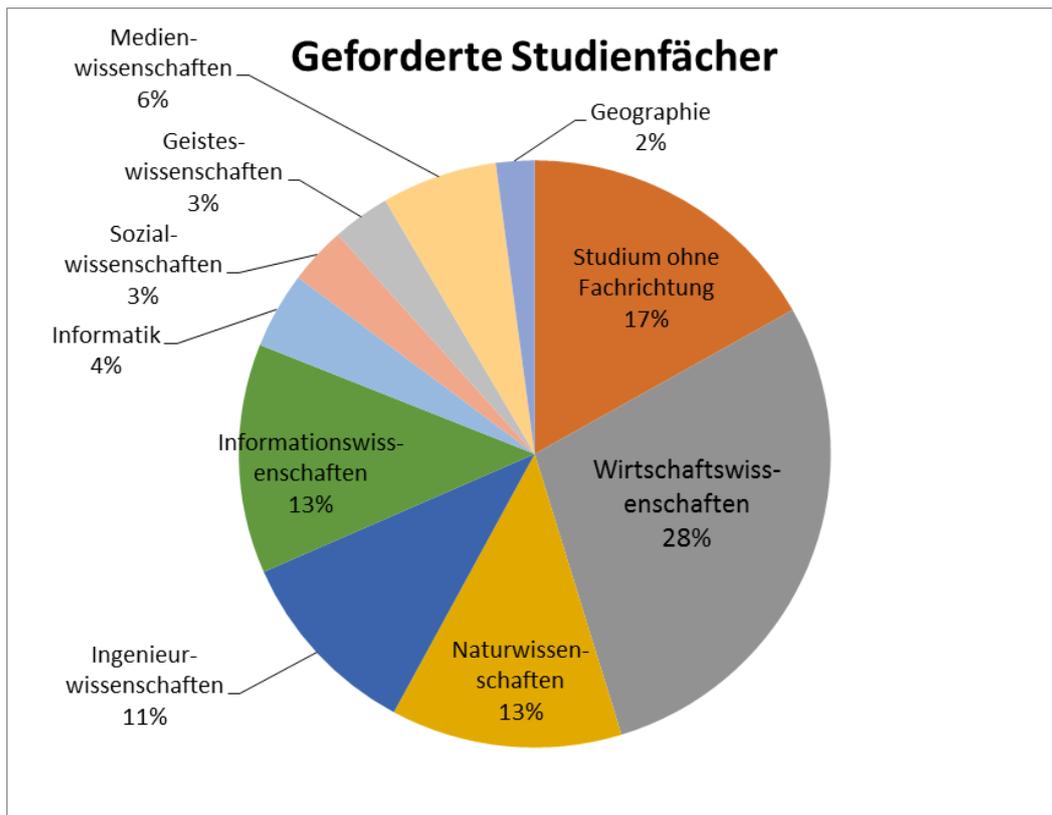


Abbildung 2: Geforderte Studienfächer in den Stellenanzeigen für Professionals nach Fächergruppen (Mehrfachnennung möglich)

steswissenschaften (Jura) und Geographie (Regionalwissenschaften, Wirtschaftsgeographie) (vgl. Abbildung 2). Mehrfachnennungen waren durchaus der Fall. Insgesamt ist die Nennung der geforderten Qualifikation sehr bunt gemischt und divergierend. Sie erweist sich als abhängig davon, ob die in der Stellenanzeige genannten Aufgaben nur mit fachlichem Hintergrund bewältigt werden können (z.B. Jura oder Maschinenbau) oder nicht. Größtenteils haben Information Professionals auch als Quereinsteiger gute Arbeitsmarktchancen. Ein Studium in Wirtschafts-, Informations- oder Naturwissenschaften bringt aber den meisten Nutzen für die Karrierechancen eines Information Professionals.

80% der Stellenanzeigen (54 von 68) haben Angaben zur Berufserfahrung gemacht. Dabei werden vor allem Berufserfahrung im Tätigkeitsfeld (Informationsmanagement, Research, Wissensmanagement), aber auch aus der entsprechenden Branche (z.B. Telekommunikation, Lebensmittelindustrie, Pharmazie) gewünscht.

Ebenfalls interessant ist die Auswertung nach genannten Zeiträumen der Berufserfahrung. 20 der 54 Stellenanzeigen haben konkrete Zeiträume zur

Berufserfahrung genannt. 16 dieser 20 Stellenanzeigen setzen mindestens drei Jahre voraus. Das bedeutet, dass in den meisten Stellenanzeigen keine Berufsanfänger gewünscht sind.

In der Auswertung der Kompetenzen wird erneut eine Einteilung in Fach-, Methoden-, Sozial- und persönliche Kompetenzen unternommen. Bei den Fachkompetenzen werden Fremdsprachenkenntnisse in Englisch am häufigsten genannt, darauf folgt die Beherrschung eines Office-Pakets (z.B. Microsoft Office) und erst an dritter Stelle werden die Informationssuche bzw. Recherchekenntnisse genannt. Dies liegt an der breiten Suche nach den Stellenanzeigen – es wurden auch Informationsarchitekten oder Wissensmanager berücksichtigt, deren Haupttätigkeit nicht in der Recherche liegt. Bei den Methodenkompetenzen liegt das selbständige Arbeiten an der Spitze, dicht gefolgt von Organisations- und Koordinationsfähigkeit, Projektmanagementkenntnissen, Sorgfalt/Detailgenauigkeit und konzeptionellem Denken. Als soziale Kompetenz soll der Information Professional Kommunikationsfähigkeit, aber auch Teamfähigkeit aufweisen. Bei den persönlichen Kompetenzen überwiegt mit großem Abstand die analy-

tische Fähigkeit. Weitere genannte Kompetenzen sind Eigeninitiative und ein sicheres Auftreten. Bei den Praktikanten/Werkstudenten sieht die Auswertung sehr ähnlich aus. Die insgesamt am häufigsten genannten Kompetenzen sind ebenfalls Fremdsprachenkenntnisse in Englisch, die Beherrschung eines Office-Pakets und Teamfähigkeit.

2.3 Experteninterviews

Experteninterviews ermöglichen vielfach Einblicke in sonst verborgen bleibende qualitative Aspekte. Im September/Oktober 2014 wurden acht Information Professionals, die in unterschiedlichen Branchen (Unternehmensberatungen, Finanzbranche, Anwaltskanzlei, Marktforschung) arbeiten, befragt.

Bei den Fachkompetenzen werden die Informationsrecherche und die Branchenkenntnisse als wichtigste Anforderung genannt (jeweils sechs Mal). Die Informationsrecherche ist eine der Hauptaufgaben von Information Professionals und sollte deshalb unbedingt beherrscht werden. Eng verknüpft damit

sind die Branchenkenntnisse. Mit Branchenwissen kann ein Information Professional Gespräche auf Augenhöhe mit seinen (internen) Kunden führen. Zu den Methodenkompetenzen, die ein Information Professional beherrschen muss, zählt vor allem das Projektmanagement (vier von acht Nennungen). Ebenfalls mit vier Nennungen vertreten sind Interviewtechniken, die man einsetzen muss, um das Gespräch richtig zu lenken und das Informationsbedürfnis des Gegenübers herauszufinden. Die von den Experten am häufigsten genannte Sozialkompetenz ist die Kommunikationsfähigkeit (sechs von acht Nennungen). Dahinter folgt mit vier Nennungen die Teamfähigkeit. Bei den persönlichen Kompetenzen gibt es auf Expertenseite sehr unterschiedliche Meinungen. Die mit Abstand am häufigsten angesprochene Kompetenz ist das Eigenmarketing (fünf Nennungen). Dies ist für den Information Professional, der nicht direkt zur Wertschöpfungskette eines Unternehmens beiträgt, oftmals die einzige Möglichkeit, seinen Wert zu beweisen. Mit jeweils drei Nennungen sind Veränderungsbereitschaft, Neugierde und Stresstoleranz vertreten.

3 Ergebnisse

Aus den Ergebnissen der Literaturstudie, der Auswertung der Stellenanzeigen und den Experteninterviews ergibt sich das Kompetenzprofil für Information Professionals. Die jeweils vier meist geforderten Kompetenzen in den Bereichen Fach-, Methoden-, Sozial- und persönliche Kompetenzen werden nun genauer vorgestellt.

3.1 Fachkompetenzen

Zu den Fachkompetenzen gehören *IT-Kenntnisse*, *Sprachkenntnisse*, *Quellenkenntnisse* und *Recherchekompetenz*.

Mit IT-Kenntnissen ist nicht unbedingt das Anwenden von Skriptsprachen gemeint, sondern eher IT-Affinität und ein generelles Technik-Interesse. In der heutigen Zeit ist ein Arbeiten ohne Computer und Internet nicht mehr vorstellbar. Information Professionals kommen mit den verschiedensten Programmen in Berührung und sollten eine gewisse Vertrautheit mit Webdesign, Text und Data Mining oder Usability besitzen. Außerdem sollten sie Computerprogramme kompetent bewerten, auswählen und anwenden können.

Sprachkenntnisse sind in einer globalisierten Welt mit internationalen Konzernen von großem Vorteil. Nicht nur in großen Unternehmen mit Standorten in der ganzen Welt, auch in vielen mittelständischen Unternehmen wird im Geschäftsverkehr überwiegend Englisch gesprochen. Wenn ein Unternehmen besondere Kontakte zu Ländern wie beispielsweise China oder Russland hat, sind dessen Landessprachen ebenfalls wichtig für das Unternehmen.

Quellenkenntnis meint die Fähigkeit, die für das eigene Fachgebiet relevanten Quellen zu kennen und für die Informationsrecherche richtig einzusetzen. Dazu zählen neben Internetressourcen und Datenbanken auch gedruckte Publikationen, Unternehmensinformationen, wissenschaftliche Arbeiten und Experten.

Recherchekenntnis ist die Fähigkeit, Informationen zu suchen und zu finden. Nach einem Rechercheinterview werden anhand der oben beschriebenen Quellenkenntnisse und des Fach- und Branchenwissens die optimalen Ressourcen selektiert. Die Informationssuche soll zeit- und kostensparend durchgeführt und anschließend auf Vollständigkeit und Angemessenheit der Anfrage überprüft werden.

3.2 Methodenkompetenzen

Zu den Methodenkompetenzen zählen *Projektmanagement, Darstellungs- und Aufbereitungskompetenz, Problemlösungskompetenz* und *selbständiges Arbeiten*.

Auch Projektmanagement ist für Information Professionals kein Fremdwort mehr und längst zum Alltag geworden. Dabei ist vor allem die Zusammenarbeit im Team unerlässlich.

Mit Darstellungs- und Aufbereitungskompetenz ist die Visualisierung von Daten, Informationen und Wissen gemeint. Komplexe Zusammenhänge sollen einfach abgebildet und große Datenmengen übersichtlich präsentiert werden. Daten und Informationen dürfen nicht ungefiltert an den Kunden weitergegeben werden – eine Analyse und die zielgerechte Aufbereitung heben die Wichtigkeit des Information Professionals hervor.

Die Fähigkeit, Probleme zu erkennen, zu analysieren und Lösungsprozesse zu finden, wird als Problemlösungskompetenz bezeichnet. Vor allem im Team, z.B. in Brainstorming-Sitzungen, werden kreative Ergebnisse leichter erzielt.

Selbständiges Arbeiten ist für den Information Professional besonders wichtig, da er seine Tätigkeit häufig selbstorganisiert und aktiv ohne Hilfe anderer gestalten muss. Dabei helfen Berufserfahrung und das eigene Wissen, das unter Selbstmotivation, dem Setzen eigener Ziele, Stressresistenz, Flexibilität, Lernfähigkeit und Kenntnissen in Zeitmanagement und Arbeitsorganisation eingesetzt wird.

3.3 Sozialkompetenzen

Die sozialen Kompetenzen umfassen *Kommunikationsfähigkeit, Servicementalität, Teamfähigkeit* und *interkulturelle Kompetenz*.

Kommunikationsfähigkeit ist die wichtigste Kompetenz des Information Professional, denn erfolgreich mit dem Kunden und Kollegen zu kommunizieren ist die Grundvoraussetzung für die Ausübung dieses Berufes. Damit sind sowohl die mündliche als auch die schriftliche Kommunikation, das Zuhören-Können, Eloquenz, Kontaktfähigkeit und Überzeugungsfähigkeit/Verhandlungsgeschick gemeint.

Nicht nur die Kommunikation mit dem Kunden, sondern auch die Fähigkeit, sich auf diesen einzustel-

len und sich zu bemühen, die Dinge aus Kundensicht zu sehen – Servicementalität oder Kundenorientierung genannt –, sollte ein Information Professional besitzen. Die Identifikation und termingerechte Bearbeitung der Kundenwünsche steht im Mittelpunkt.

Da Information Professionals oft »Einzelkämpfer« sind, ist die Zusammenarbeit mit Teams in anderen Abteilungen der Organisation essentiell. Teamfähigkeit erfordert Offenheit gegenüber Neuem, die Einhaltung von Regeln und Verhaltensweisen in der Gruppe und die Bereitschaft, auch in interkulturellen oder rein virtuellen Teams zu arbeiten.

Interkulturelle Kompetenz ist die Fähigkeit, mit Kollegen, Geschäftspartnern und Kunden aus anderen Kulturkreisen angemessen zu kommunizieren und zu kooperieren. Dazu ist eine Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit fremden Kulturen sowie das Respektieren und Wertschätzen dieser Kulturen notwendig.

3.4 Persönliche Kompetenzen

Die persönlichen Kompetenzen sind *analytische Fähigkeiten, Eigenmarketing, Veränderungsbereitschaft* und *Stressresistenz*.

Analytische Fähigkeiten helfen Information Professionals, abstrakt zu denken, Zusammenhänge zu erkennen und Wesentliches von Unwesentlichem zu unterscheiden. Eine rasche Auffassungsgabe, ein guter Umgang mit Zahlen und Fakten und eine klare Ausdrucksweise unterstützen diese Fähigkeit.

Information Professionals befinden sich oft in der Lage, ihr Können ständig unter Beweis stellen zu müssen. Dazu brauchen sie Eigenmarketing- oder Selbstmarketingkenntnisse. Sich und seine Leistungen positiv darzustellen und die eigenen Stärken und Besonderheiten hervorzuheben, ist hilfreich, um den (internen) Kunden und der Geschäftsleitung im Gedächtnis zu bleiben.

In der Zeit des schnellen Wandels müssen auch Information Professionals Veränderungsbereitschaft besitzen. Sie sind Veränderungen gegenüber offen und entwickeln durch informelles Lernen und kreative Problemlösung ihre eigene Persönlichkeit stets weiter. Aktion statt Reaktion ist ihr Motto.

Stressresistenz meint die Fähigkeit, unter seelischen, sozialen und körperlichen Belastungen Fehler zu vermeiden und zielorientiert zu handeln. Auch unter widrigen Umständen kann ein stressresisten-

ter Information Professional seine Arbeit organisiert fortführen und Herausforderungen aktiv angehen.

3.5 Kompetenzrad

Mit einem Tool wie dem Kompetenzrad (z.B. mit dem webbasierten Programm »Kompetenzmanager«)⁴ werden Kompetenzprofile einfach erfasst, strukturiert und visualisiert.

In Abbildung 3 sieht man die 16 angesprochenen Kompetenzen grafisch visualisiert. Jedes Tortenstück steht für eine Kompetenz und ist dreigeteilt. Die drei Teile spiegeln den Grad der Beherrschung

dieser Kompetenz wider (je farbiger das Rad ist, desto mehr Kompetenzen kann die Person in sich vereinen).

Zuerst gibt der Information Professional im Kompetenzprofil eine Selbsteinschätzung ab und ordnet sich in jeder Kompetenz in die Skala »Kenner – Köhner – Experte« bzw. »gering ausgeprägt – ausgeprägt – stark ausgeprägt« ein. Anschließend wird er von Vorgesetzten oder Kollegen in einer Fremdeinschätzung bewertet. Wenn sich die Kompetenzräder ähneln und an bestimmten Stellen immer wieder Lücken auftauchen, ist dies eine Chance, Fortbildungsmaßnahmen zu ergreifen.

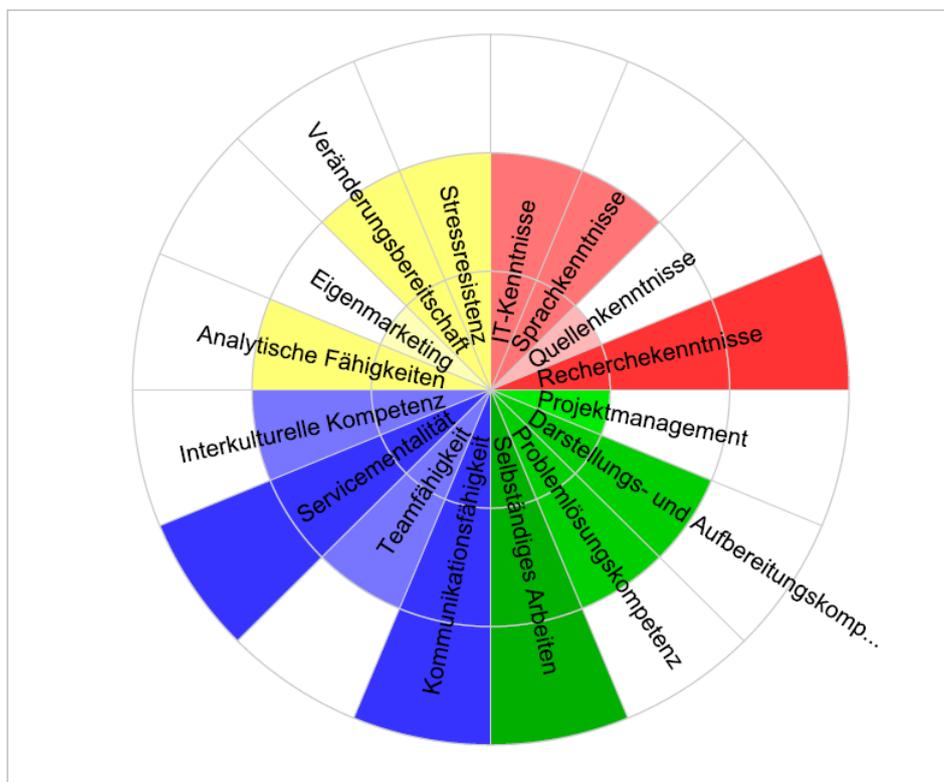


Abbildung 3: Beispiel Kompetenzrad für Information Professionals⁵

4 Schlussfolgerung

Kompetenzen von Information Professionals zu identifizieren ist kein leichtes Unterfangen. In der Literatur sind wenige Untersuchungen zu finden, zumal es für »Information Professional« noch keine allgemeingültige Definition gibt, die sich breitflächig durchge-

setzt hat. In den Stellenanzeigen ist die Auflistung der Kompetenzen homogener. Ebenfalls aufgefallen ist die große Anzahl von Praktikantenstellen, vor allem im Fahrzeugbau. Ist dies bloß Zufall oder eine bewusste Entwicklung in Richtung Entprofessiona-

⁴ Kompetenzmanager Demo-Zugang: http://www.kompetenzmanager.ch/demo_zugang.cfm

⁵ erstellt mit der Software »Kompetenzmanager«

lisierung? Wenn Studenten und Praktikanten die gleiche Arbeit wie Information Professionals verrichten können, welche Kompetenzen braucht ein Information Professional dann überhaupt? In den Experteninterviews wird deutlich, dass ein Information Professional sehr viel können und quasi ein Generalist sein muss.

Die vielen unterschiedlichen Kompetenzen, die genannt werden, kann *eine* Person allein schwer in sich vereinen. Insgesamt haben alle drei Methoden trotz unterschiedlicher Herangehensweisen ähnliche Ergebnisse erbracht. Allerdings wird das aus den drei Methoden entstandene Kompetenzprofil, das quasi nur ein »Minimal-Set« an Kompetenzen abbildet, wahrscheinlich eher von einem Team als von einem einzigen Mitarbeiter voll abgedeckt werden können. Das Kompetenzprofil soll als Anhaltspunkt verstanden werden, als eine erste Hilfestellung. Die Tätigkeiten eines Information Professionals sind zu

vielseitig, um sie in ein einheitliches Korsett zu pressen.

Es wäre nun in der Praxis zu prüfen, ob dieses Kompetenzprofil tatsächlich dem Bedürfnis des Marktes entspricht. Identifizieren sich die Information Professionals mit diesen Eigenschaften? Achten Personalentscheider auf diese Kompetenzen in Einstellungsverfahren oder Fortbildungsmaßnahmen? Oder werden die erforderlichen Kompetenzen zukünftig von anderen Berufsfeldern abgedeckt?

Gleichwohl werden Informationen immer wichtig für den Unternehmenserfolg sein und daher auch Mitarbeiter, die sich strategisch und professionell mit Informationen auseinandersetzen. Diese Positionen in den Unternehmen aufzubauen und zu stärken, sollte das Ziel jeder Geschäftsleitung sein. Das erstellte Kompetenzprofil kann für die Einstellung oder Weiterbildung eines Information Professionals hilfreich und unterstützend sein.

Literatur

- Erpenbeck, John; Rosenstiel, Lutz von; Grote, Sven (2013). Einleitung. In *Kompetenzmodelle von Unternehmen. Mit praktischen Hinweisen für ein erfolgreiches Management von Kompetenzen*. Hrsg. von Erpenbeck, John; Rosenstiel, Lutz von; Grote, Sven. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, S. 1–31.
- European Council of Information Associations (ECIA) (2004). *Euroguide: Handbuch für Informationskompetenz (BID)*. 2. überarb. Ed. Bd. 1: Kompetenzen und Soft Skills der Informationsfachleute in Europa. Frankfurt am Main. <http://www.certidoc.net/de/euref1-deutsch.pdf> zuletzt abgerufen am 18. Oktober 2014.
- Fanning, Michael (2011). *Die Vermittlung der Informationskompetenz im digitalen Zeitalter*. DGI-Praxistage: »Information: gift or poison? Die Kompetenz entscheidet!«, Karlsruhe, 7. – 8. April 2011. <http://de.slideshare.net/MichaelFanning/die-vermittlung-der-informationskompetenz>.
- Gnahn, Dieter (2010). *Kompetenzen - Erwerb, Erfassung, Instrumente*. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag.
- Graumann, Sabine (2011). *Alle Chancen für Information Professionals*. DGI-Praxistage: »Information: gift or poison? Die Kompetenz entscheidet!«, Karlsruhe, 7. – 8. April 2011.
- Graumann, Sabine (2013). Gelungene Expansion von Business Intelligence in Sekundär- und qualitative Forschung: Ein erfolgreicher Information Professional verfügt über umfassende Informationskompetenz und ist in der Kundenkommunikation erfahren. In *Password* (2), S. 16–18.
- Gufler, Martin (2011). *Berufsprofil von »DokumentarInnen« in österreichischen Unternehmen. Eine Expertenbefragung*. Masterarbeit. Universität Graz. http://www.oegdi.at/files/Masterthesis_Gufler2011.pdf zuletzt abgerufen am 28. Dezember 2014.
- Karger, Reinhard (2014). Information Professionals & die digitale Gesellschaft – eine Love Story? In *DOK.magazin* (2), S. 72–75.
- Kompetenzmanager Demo-Zugang* (2014). Notter, Eugen, Sieber, Barbara und North, Klaus. http://www.kompetenzmanager.ch/demo_zugang.cfm zuletzt abgerufen am 18. Dezember 2014.
- König, Erwin (2014). Studie zum Wandel des Informationsmanagements. In *Library Essentials* (4), S. 17–20.
- Kresse, Frank; Duma, Georg (2014). *Ist Ihr Unternehmen fit für die nächste Dekade?: Wie sich der Umgang mit Informationen verändern wird*. Ettlingen: AppSphere. http://www.appsphere.com/fileadmin/presse/Downloads/Whitepaper_-_Ist_Ihr_Unternehmen_fit_fuer_die_naechste_Dekade.pdf zuletzt abgerufen am 30. August 2014.

- Lawson, Judy; Kroll, Joanna; Kowatch, Kelly (2010). *The new information professional: Your guide to careers in the digital age*. New York: Neal-Schuman Publishers.
- LexisNexis (2014). *The Past, Present and Future of Information Management Report. Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft im Informationsmanagement: Von der physischen zur digitalen Informationswelt – wie die Datenrevolution Wettbewerbsvorteile ermöglicht*. <http://www.lexisnexis.de/whitepaper/past-present-future-report-deutsch.pdf> zuletzt abgerufen am 17. August 2014.
- Myburgh, Sue (2005). *The new information professional: How to thrive in the information age doing what you love*. Chandos information professional series. Oxford: Chandos.
- Nnandozie, Chuma Opara; Okeke, Ifeka Ejikeme; Oghenetega, Lucky U. (2014). Interpreting the Roles, Competencies and Challenges of the Library and Information Science Professional in Knowledge Management. In *Information and Knowledge Management* 4(5), S. 88–95.
- Noack, David; Reher, Sabrina; Schiefer, Jan (2009). Die Bedeutung von Informationsvermittlungsstellen in deutschen Unternehmensberatungen. In *Information, Wissenschaft und Praxis* 60(8), S. 421–430.
- North, Klaus (2013). *Kompetenzmanagement in der Praxis: Mitarbeiterkompetenzen systematisch identifizieren nutzen und entwickeln; Mit vielen Fallbeispielen*. 2., überarb. u. erw. Aufl. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Seidler-de Alwis, Ragna (2014). Wie bereiten Hochschulen künftige Information Professionals auf die Berufswirklichkeit vor? Ein Praxisbeispiel der FH Köln. In *Bibliotheksdienst* 48(3/4), S. 254–259.
- Shumaker, David (2012). *The embedded librarian: Innovative strategies for taking knowledge where it's needed*. Medford, NJ: Information Today.
- Special Committee on Competencies for Special Librarians (2003). *Competencies for Information Professionals of the 21st Century*. Report. Special Libraries Association (SLA). http://sla.org/wp-content/uploads/2013/01/0_LRNCCompetencies2003_revised.pdf zuletzt abgerufen am 29. August 2014.