

Die Inflation der Information oder Information ist doch nicht alles!

(Kernstruktur einer seit Jahren gehaltenen Rede, die stets durch aktuelle Entwicklungen ergänzt oder verändert wird; H. Kutzer)

Beispiele für große Themen unserer Zeit, die für alle wichtig sind, die alle interessieren:

- Weltfinanz- und Wirtschaftskrise
- Energieversorgung, Rohstoffverknappung
- Naturkatastrophen und Klimawechsel

Was wissen wir wirklich?

Können wir tatsächliche Ereignisse und manipulierte Informationen noch auseinander halten (virtuelle Welt, TV)?

Deshalb zunächst meine Frage:

Sind Sie gut informiert?

Fühlen Sie sich gut informiert?

Das ist wichtig, denn: Informationen bestimmen das Verhalten der Menschen, bestimmen unser Handeln – in allen Lebenslagen – nicht nur an der Börse oder in den Vorstandsetagen der Aktiengesellschaften.

Was sind Nachrichten?

Nach-richten = Informationen, nach denen wir uns richten.

Gut informiert sein heißt: Man neigt zur Aktion, zum Handeln.

Informationsdefizite: Man neigt zum Abwarten, bleibt vorsichtig.

Wieso ist etwas „Vertrauenssache“, etwa der Fleischkauf oder die Aktienanlage? Warum gibt es andererseits die These „Information ist alles“? Bei der Kundenansprache kommen beide Grundbegriffe, Vertrauen und Information, seit langem und an den unterschiedlichsten Stellen zum Einsatz. Die dramatischen Kapitalmarktentwicklungen seit dem Jahrhundertwechsel erfordern auch eine kritische Überprüfung der Kommunikationsprozesse. Ziel sollte sein, die Inflation der Information zu bekämpfen (Produktion), bessere Filter zu entwickeln (Verteilung) und vor allem den bewussten Umgang zu lernen (Verarbeitung).

„Information ist zum vierten großen Wirtschaftsfaktor geworden – so wichtig wie Rohstoffe, Arbeit und Kapital. Das Symbolprodukt der Informationsgesellschaft, der Chip, besteht

eigentlich aus Sand. Arbeit wird mehr und mehr von programmierten Maschinen geleistet. Und das Kapital fließt dorthin, wo gute Ideen generiert werden.“ Das war schon vor Jahren in einem Report des Bundeswirtschaftsministeriums zu lesen, der sich der Informationsgesellschaft widmete und den englischen Wirtschaftsphilosoph Charles Handy zitierte: *„Die Ausgangsvoraussetzung für Erfolg im Wirtschaftszeitalter ist heute ein großer Kopf: Die richtigen Ideen, die richtigen Informationen, sind in Zukunft ausschlaggebend. Der Rest ist kein Problem mehr.“*

Schon der letzte Satz böte reichlich Stoff für kontroverse Diskussionen.

Denn mittlerweile ließen sich anschauliche Beispiele dafür liefern, wie oft richtige Ideen und Informationen doch nicht ausreichen (Probleme gibt es zum Beispiel fast immer dann, wenn Politik mit im Spiel ist...). Nun, was aber sind „richtige“

Informationen? Lange Zeit stand diese Qualitätsfrage im Hintergrund – heute wird sie von Managern ebenso wie von den Akteuren der Finanzmärkte tagtäglich gestellt. Und immer häufiger scheinen sie die „falschen“ Antworten zu finden, werden neue Informationen von noch neueren überholt, müssen die Börsen ihre Meinungen und Stimmungen korrigieren, wenn nicht gar revidieren. Für diese Entwicklung steht ein Wort: Volatilität. Zunächst ein Fachbegriff der Optionsexperten, ist Volatilität zum Inbegriff einer nie gekannten – kurzfristigen – Schwankungsbreite der Kurse geworden. Heftiges Auf und Ab als Folge einer instabilen Nachrichtenlage.

Der frühere Mangel an aktuellen und detaillierten Informationen ist von einem – zumindest quantitativen – Überangebot abgelöst worden. Wir alle, damit zum Beispiel auch die Analysten, Anlageberater und Investoren, profitieren nicht nur vom revolutionären Fortschritt der Informations-

und Kommunikationstechnologien, sondern leiden auch unter den Begleiterscheinungen, den „Informations-Verdauungsproblemen“.

Um es vorweg zu nehmen: Ich akzeptiere große Teile der zunehmenden Medienkritik. Wichtiger als die vereinfachte Schuldzuweisung ist aber die Bewusstseinsbildung der Entstehung unserer Inflation der Information. Wer das Problem erkannt hat, wird auch eher zur Analyse seiner Position und anschließender Konsequenz bereit sein.

Es ist noch nicht lange her, als ich meine erstmals um das Jahr 2000 herum formulierten Gedanken in einem ganz anderen Zusammenhang beim australischen Unternehmensberater und „Ruhe-Guru“ Paul Wilson wieder fand, der in seinem „Das große Buch der Ruhe“ schreibt: *„Wir leben in einer Zeit, die vom inflationären Umgang mit*

Informationen geprägt ist. Täglich werden wir mit einer Fülle von Nachrichten und Daten zugeschüttet, die wir gar nicht verarbeiten können. Und täglich wird der Berg von Informationen größer. Doch trotz der ungeheuren Anhäufung von Informationsmaterial scheinen wir weniger denn je zu wissen.

Der inzwischen verstorbene amerikanische Medienquerdenker Professor Neil Postman hat vor einigen Jahren seine kritische Bilanz des Wandels mit „Die multiplen Gefahren der multiplen Medien“ überschrieben.

Der kritische Medienbetrachter sieht etwas Paradoxes: Insbesondere seit dem 19.

Jahrhundert haben sich die Menschen kreativ darum bemüht, den Mangel an Informationen zu beheben. Mittlerweile haben sie sich von der Last des Informationsmangels für alle Zeit befreit. Dazu können und sollten sie sich gratulieren.

Aber: Erst allmählich wird von den neu aufgeklärten Menschen die andere Seite der Medaille erkannt: Man hat sich ein Überangebot an Informationen geschaffen, so dass das Erkennen von Bedeutung und Zusammenhängen immer schwerer fällt. Wir ersticken beinahe an der Informationsschwemme (und viele von uns merken es nicht einmal...). Postman pessimistisch: „*Wir haben die Information in eine Art Abfallprodukt und uns selbst in Müllsammler verwandelt.*“

Postmans Kollege Eli M. Noam sah es offenbar ähnlich, als er formulierte: „*Wir leben in einem Informationszeitalter, arbeiten in einer Informationswirtschaft und sind umgeben von Informationstechnologien mit erstaunlicher Leistungskraft. Und doch – wie kommt es, dass wir trotz all dieser technischen Wunder uns immer weniger als Herr der Informationen fühlen?*“

Noam sieht ein Systemungleichgewicht in unserem Informationsumfeld, das er – vereinfachend – wie folgt skizziert: Ein Kommunikationsprozess besteht aus drei Hauptphasen, der Erzeugung von Information, ihrer Verteilung sowie ihrer Aufnahme bzw. Verarbeitung. Diese drei Bestandteile stehen in einer Beziehung zueinander und können sich gegenseitig verstärken. Das schwache Glied in der Kette ist die Verarbeitung der erzeugten und verteilten Informationen. Andererseits (und historisch betrachtet) ist der größte Fortschritt bei der Verteilung erzielt worden, getrieben durch spektakuläre technologische Neuerungen und eine neue Dimension des Wettbewerbs.

Im Hintergrund dieses theoretischen Ansatzes steht gleich an mehreren Stellen der Faktor Zeit. Diesen kennen Akteure und Beobachter der Finanzmärkte nicht erst seit gestern. Denn schon vor Jahrhunderten ging es um Informationsvorsprünge.

Nur besteht im Zeitalter von Online und Realtime für die inzwischen global vernetzten Marktteilnehmer keine Zeit mehr, die laufend produzierten und verteilten Informationen ausreichend zu selektieren und zu analysieren. Die Märkte sind einerseits bestrebt, sich immer früher auf die vermutete oder prognostizierte Zukunft einzustellen. Gleichzeitig entwickeln sie Ungeduld, neigen mehr denn je zu Übertreibungen und zu ganz kurzfristigen Spontanreaktionen auf oft ungeprüfte Informationen. Es sind eben die Verarbeitungsprobleme, die Märkte quasi auch „vorsorglich“ auf Informationen reagieren lassen. Es folgen häufig (Kurs-)Korrekturen, denen sich Korrekturen der Korrekturen wieder anschließen können.

Wie aber kann die Inflation der Information eingedämmt werden (wenn überhaupt)?

Wie kann das Ziel erreicht werden, dass alle im Kommunikationsprozess erreichen wollen, nämlich „Transparenz“? (Ein ebenfalls inflationärer Begriff). Tanzen uns die Geister, die wir riefen, nicht längst auf der Nase herum? Gerade in der für den Kapitalmarkt relevanten Informationswelt war lange und intensiv das Bestreben nach mehr Informationen zu erkennen, die detaillierter und in kürzeren Abständen als bisher die Marktteilnehmer über die aktuelle Lage und die Aussichten unterrichten sollten. Alle werden mittlerweile von dem Mehr überfordert. Und die informative Quantität hat nicht verhindert, dass Betrügereien und Skandale rund um die Kapitalmärkte seit Jahren eine bisher so nicht gekannte Dimension erreicht haben – und trotz immer neuer Regeln und Gesetze, die alle Publizitätsbeteiligten berühren.

Es gibt Laborstudien, die beweisen, dass Entscheidungsträger mehr Informationen sammeln, als sie tatsächlich nutzen können.

Angeblich kann der typische Manager nur zwischen einem Hundertstel und einem Tausendstel der bereit gestellten Informationen für seine Entscheidungen verwenden. Wissenschaftler behaupten zudem, dass jede zusätzliche (überflüssige) Information die Leistung vermindern könne.

Professor Noam zitierte einmal eine amerikanische Berechnung, wonach eine normale Wochentagsausgabe der „New York Times“ mehr Informationen enthält als ein Durchschnittsengländer des 17. Jahrhunderts im Laufe seines ganzen Lebens zu hören bekam ...

Das Filtern ist somit zu einer neuen Herausforderung für den Informationsbereich geworden. Es geht heute bereits weniger – und tendenziell weiter abnehmend – um das bloße Sammeln von Informationen, sondern zunehmend um deren Selektion, Zuordnung und Wertung.

Es wäre, wie gesagt, zu einfach, den schwarzen Peter den Medien zuzuschieben. Die können sich – natürlich – dieser Verantwortung nicht entziehen. Letztlich müssen jedoch – nach dem Prozess der Bewusstwerdung – alle Glieder des Kommunikationsprozesses prüfen, wie sie zu mehr Transparenz beitragen können. Eine Verlangsamung der Informationsverteilung kommt allerdings ebenso wenig in Frage wie irgend eine Form von Zensur. Filterfunktionen werden vielleicht dennoch für alle drei Elemente entwickelt, also bei der Erzeugung (Motto: weniger sagen), der Verteilung (Information genauer prüfen) und der Verarbeitung (Inhalt werten).

Der Computer kann und wird den Menschen in derartigen Prozessen nicht ersetzen können – der will es inzwischen ja auch nicht mehr!

Dazu sei Roman Herzog zitiert, der als Bundespräsident mehrere großartige Reden dem

Thema Wissensgesellschaft widmete. Im Juni 1998 formulierte Herzog in Paderborn: *„Es ist falsch zu glauben, die neuen Medien und ihre künstlichen Welten würden uns Menschen automatisch Wissen vermitteln. Tatsächlich akkumulieren und servieren sie Millionen von Informationsschnipseln. Sie schaffen aus sich heraus aber keine Ordnung, wenn wir sie ihnen nicht selber eingeben oder abfordern. Wer Probleme lösen will, muss solche Ordnungen im Informationsbrei schaffen und Ziele, Abfolgen und Prioritäten definieren. Erst so entsteht aus Information Wissen.*

Und: In der Flut der Information muss auch die Kunst des Weglassens und des Abschaltens gelernt werden. Das heißt aufs Ganze gesehen: Die Anforderungen an die Urteils- und Entscheidungskraft des Menschen nehmen dramatisch zu.“

Hier schließt sich ein weiterer Kreis, denn auch hier taucht plötzlich die Forderung an die Individuen auf, selbst die Dinge in die Hand zu nehmen, die Schuld für Fehlentwicklungen nicht woanders zu suchen und vor allem nicht gleich nach dem Staat zu rufen.

Deshalb zum Schluss mein Appell, der unkontrollierbaren Quantität in den Kommunikationsprozessen ein stärkeres Qualitätsbewusstsein entgegen zu setzen, in dem wir

- **bei der Produktion von Informationen verantwortungsvoller handeln,**
- **bei der Verteilung analytischer und selektiver vorgehen und**
- **beim Verbrauch (Verarbeitung) von Informationen kritischer, bewusster werden.**