

## Professionelle Informationen über deutsche Unternehmen im Internet: Eine komparative Analyse

In Deutschland gibt es derzeit rund 1,1 Mio. Unternehmen, die im Handelsregister eingetragen sind. Kleingewerbetreibende unterhalten weitere rund 2 Mio. Firmen. Die Zahl der Selbständigen dürfte bei über 3,6 Mio. liegen. Alle diese Firmen bzw. wirtschaftlich tätigen Einzelpersonen erstellen Produkte oder bieten Dienstleistungen an. Wo kann ich mich umfassend über diese Produkte und Dienste informieren und so mein Sourcing optimieren? Die 6,7 Mio. Wirtschaftseinheiten sind auch potentielle Abnehmer von Produkten bzw. Diensten und damit mögliche Ansprechpartner für gezielte Marketingaktionen. Woher bekomme ich qualifizierte Adressen für meine Mailings im Direktmarketing? Bei der Herstellung oder Pflege von Geschäftskontakten sind Basisinformationen über Firmen und deren leitende Angestellte sowie Eigentümer notwendig. Woher bekomme ich solche Unternehmens- und Personenauskünfte? Letztendlich sind die Firmen und Selbständigen aktuelle oder künftige Geschäftspartner, über deren wirtschaftliche Stellung eingehende Informationen notwendig sind, will man nicht über die Probleme von Zulieferern oder Kunden selbst zu Problemen kommen. Woher bekomme ich zuverlässige Einschätzungen zur Bonität dieser Firmen? Für Sourcing, Marketing, Basisauskunft und Bonität bieten sich die Anbieter von Firmeninformationen an. Kann ich als Kunde deren Daten vertrauen? Sind ihre Retrievalsysteme brauchbar? Ist deren Webauftritt professionell gestaltet? In einem groß angelegten Forschungsprojekt wurden im Sommer und Herbst 2001 zwölf Informationsanbieter mit ihren Internetsystemen eingehend getestet. Die einzelnen Systeme stellten wir in

Password Nr. 11/2001 vor, die Qualitätskriterien in Heft 10/2001. Hier geht es um einen Qualitätsvergleich zwischen den zwölf Anbietern. (Die gesamte gut 400 Seiten starke Studie "Qualität professioneller Firmeninformationen im World Wide Web" kann über das "Institute for Information Economics", Hattingen, bezogen werden.)

### Vergleichen wir Äpfel mit Birnen? Oder: Qualitätsvergleich von Obst

Anbieter von Firmeninformationen und deren Produkte haben jeweils Spezifika. Gibt es für alle Produkte ein einigendes Band, einen kleinsten gemeinsamen Nenner, der sie - trotz vorhandener Spezifika - vergleichbar macht?

Wir beschränken unsere Analyse ausschließlich auf *Internetprodukte* mit Firmeninformationen. Damit sind notwendigerweise Datenbasen, Retrievalsysteme und Webauftritte gegeben. Dies entspricht der ersten Hierarchieebene von Qualitätskriterien.

Unsere zweite Hierarchieebene differenziert die Qualitätskriterien auf unterschiedliche Kategorien (wie Vollständigkeit, kontextsensitive Hilfe oder Linkstruktur). Auch diese Kategorien treffen (zumeist) auf alle Firmeninformationsanbieter zu. Wir räumen ein, dass manche Kategorien bei den jeweiligen Systemen unterschiedlich starke Rollen spielen können. So ist z.B. das Sortieren einer Trefferliste bei Produktinformationen oder Firmenkurzdossiers weit wichtiger als bei Bonitätsinformationen, bei denen man gezielt nach einem Unternehmen recherchiert.

Das Gesamt von Firmeninformationsanbietern wird von uns vierfach ein-

geteilt in

- Bonitätsinformationen
- Firmenkurzdossiers
- Produktinformationen und
- Adressinformationen.

Für jede Qualitätskategorie errechnen wir Durchschnittswerte für diese Teilgruppen, so dass sich gruppenspezifische Merkmale - wenn sie denn vorhanden sind - leicht ablesen lassen.

Zusätzlich erstellen wir Tabellen, in denen für jedes Qualitätskriterium alle Informationsanbieter im Vergleich dargestellt sind. Auch hier sieht man Abweichungen vom (gruppenspezifischen wie allgemeinen) Durchschnitt "auf dem ersten Blick".

Teilweise agieren unsere Anbieterunternehmen in mehreren Teilmärkten. Dun & Bradstreet stellt mit Access for Internet ein System für Bonitätsinformationen vor. Aus derselben Datenbasis leitet D&B mit der WorldBase auch ein Produkt mit Firmenkurzdossiers ab, das für Marketingzwecke einsetzbar ist. Auch Schober.com bedient zwei Teilmärkte: mit i-Select die Adressinformationen und mit i-Search die Firmenkurzdossiers. Bei der Bewertung der Retrievalsysteme kommt jedem speziellen System das gleiche Recht zu, so dass wir hier 14 Produkte gesondert beurteilen.

Jedes System ist singular und hat seine Spezifika. (Dies wären unsere "Äpfel" und "Birnen".) Wir abstrahieren von den Besonderheiten und erhalten unsere vier Teilmärkte. (Um im Vergleich zu bleiben: "Kernobst", "Steinobst" usw.). Dies reicht bei unserer Beurteilung immer noch nicht aus. So bilden wir eine weitere Abstraktionsebene und erreichen damit unsere höchste Ebene der Firmeninformationen. (Mittlerweile sind wir bei der Gattung "Obst" angelangt.)

Im Detail werden sich Anbieter mögli-

cherweise (und vielleicht sogar berechtigt) ungerecht behandelt fühlen. Wir haben uns um Objektivität bemüht. Die Mitarbeit unserer Ansprechpartner bei den Informationsunternehmen hat dazu geführt, einige Missverständnisse auszuschließen. Auch haben uns alle Unternehmen den Zugang zu ihren Systemen gestattet. Die Bewertung der Informationsqualität konnte so durchgehend durch empirisches Datenmaterial fundiert werden.

## Datenbasis

Mit der Datenbasis bewerten wir das gespeicherte und abfragbare Wissen, losgelöst von Retrievalsystemen und weiteren technischen Merkmalen. Der Informationsinhalt, "Content", erreicht bei unseren drei Top-Qualitätskriterien mit einer Durchschnittsnote von 2,7 den besten Wert.

Die **Vollständigkeit** einer Datenbasis beziehen wir auf die jeweils vom Informationsanbieter vorausgesetzte Grundgesamtheit. Kriterien sind die Anzahl der Datensätze sowie der Grad, mit dem die angepeilte Grundgesamtheit abgebildet wird. Die meisten Unternehmen erreichen auf dieser Qualitätsdimension sehr gute oder gute Noten. Gewisse Lücken existieren bei ABCOnline und Kompass, größere Lücken bei

Sachon und Whois. Tabelle 1 zeigt uns die Anzahl der Datensätze der Anbieter mit Firmeninformationen. Erwartungsgemäß haben die Adressdatenbanken die meisten Informationen. Neben den Handelsregisterunternehmen und den Kleingewerbetreibenden sind hier auch (zumindest teilweise) die Selbständigen verzeichnet. Die Bonitätssysteme enthalten leicht geringere Datenmengen, was zum größten Teil auf das Fehlen der Selbständigen zurückzuführen ist. Die Datenbanken der Anbieter von Firmenkurzdossiers und von Produkten liegen nach der Anzahl der Datensätze weit hinter den anderen Systemen. Hier werden die jeweils gewählten Definitionen der Grundgesamtheiten wirksam. ALLECO beschränkt sich auf Handelsregisterunternehmen, Hoppenstedt auf Industriefirmen und Dienstleister mit einem Jahresumsatz von über fünf Mio. DM und ABCOnline auf deutsche Industrieunternehmen. Die Produktdatenbanken berichten über alle Produkte und Dienste (Wer liefert was?), über Produkte und Dienste ausschließlich im B-to-B-Bereich (Kompass) sowie über industrielle (vorwiegend exportorientierte) Produkte (Sachon). Whois produziert eine kleine (unvollständige) Datenbasis zu Multimedia-Einrichtungen.

D&B's Access for Internet ist auf Bonitätsanfragen ausgerichtet, die von der Anzahl der Datensätze her gesehen gleich große Datenbasis WorldBase auf Firmenkurzdossiers. Hier liegt - hinter den Adressanbietern - mit knapp vier Mio. Einheiten die größte Sammlung von Informationen zu deutschen Firmen vor. Da D&B beabsichtigt, künftig auch Produktcodes zu verwenden, kommt auf die Produktinformationssysteme eine große Konkurrenz zu.

Eine andere Produktpolitik verfolgt Creditreform. Aus der großen Bonitätsdatenbank (mit 3,1 Mio. Dossiers) werden zwar auch - etwa mit den Produkten ALLECO bzw. MARKUS - Varianten von Firmenkurzdossiersystemen aufgelegt, jedoch - gefiltert - mit weitaus weniger Datensätzen. Andererseits reichert Creditreform über die Tochter bedirect in Kooperation mit AZ Bertelsmann die Datenbasis an, um zu einer sehr großen Adressdatenbank zu gelangen.

Man sollte die erwünschte Filterwirkung der "kleinen" Datenbanken nicht unterschätzen, denn so werden von vornherein etwa inaktive bzw. zu kleine Fir-

men ausgeschlossen oder Spezialbereiche wie Teilbranchen oder Produktmärkte identifizierbar gemacht.

Bei der **Aktualität** gibt es eine eindeutige Gruppe von Testsiegern, die Bonitätssysteme von Bürgel, Creditreform und D&B. Dies allerdings nicht aus dem Grunde, dass die jeweils vorgefundene Datenbasis so aktuell wäre (dies ist sie nicht immer), sondern weil hier anfragebedingte Nachrecherchen aktiviert werden. Der Rest der Anbieter bewegt sich im Vergleich zu den Bonitätsanbietern mindestens zwei Noten schlechter. Die Aktualität von Produktdatenbanken (3,0), Firmenkurzdossiers (3,3) und Adressen (3,5) lässt zu wünschen übrig. Wir fanden Zahlen zu Umsätzen oder Mitarbeitern, die zwei bis drei Jahre alt (teilweise sogar noch älter) waren. Keiner der Anbieter hält es für nötig, in einem Feld "letzte Aktualisierung" über das Datum der aktuellsten Modifikation am Datensatz zu berichten. Dies ist u.E. durch nichts zu begründen und verleitet einen Kunden geradezu, misstrauisch die Qualität nicht nur der Aktualität zu hinterfragen.

Der **Richtigkeit** der Angaben in den Datensätzen sind wir mittels Stichproben nachgegangen. Über Recherchen nach Handelsregistereintragungen wurden je nach System bis zu 29 Firmen verglichen. Nur wenige Fehler konnten wir Bürgel und Creditreform nachweisen (Note 1), leichte Fehler fanden wir bei D&B, ABCOnline, ALLECO (da nicht so aktuell wie Creditreform OnLine), Hoppenstedt, Kompass und Wer liefert was? (Note 2). Größere Probleme mit gewissen Details gab es bei AZ Bertelsmann (3), Sachon (3) und Schober (4), undiskutabel schlecht ist Whois (5). Wie bei der Aktualität stellt sich auch hier die Vertrauensfrage: Sind die Angaben denn zutreffend? Sieht man von den negativen Ausnahmen ab, so sind die Daten im Großen und Ganzen korrekt (oder zumindest einmal korrekt gewesen, da die Aktualität nicht ganz so überzeugend ist). Im Durchschnitt aller getesteter Datenbanken kommt die Richtigkeit auf eine Note von 2,4 und die Aktualität auf eine 2,7.

Abhängig sind Richtigkeit und Aktualität von den verwendeten Informationsquellen. Das Spektrum reicht hier von diversen Quellen bei den Bonitätsanbietern (u.a. Bundesanzeiger, Schuldnerregister, Veröffentlichungen zu Konkurs-, Vergleichs- und Insolvenzverfahren, Pres-

Anzahl der Datensätze	Anzahl Datensätze	Rangplatz nach Anzahl
<b>1. Bonitätsdossiers</b>		
Bürgel	2.700.000	5
Creditreform	3.100.000	4
Dun & Bradstreet	3.915.415	3
<b>2. Firmenkurzdossiers</b>		
ABC d. dt. Wirtschaft	69.832	10
ALLECO	1.086.965	6
Hoppenstedt	152.000	7
Whois	4.000	12
<b>3. Produkte und Firmen</b>		
Kompass	100.461	9
Sachon	35.000	11
Wer liefert was?	138.000	8
<b>4. Adressen</b>		
AZ Bertelsmann	4.000.000	2
Schober	4.400.000	1

Tabelle 1: **Informationen zu deutschen Firmen. Anzahl der Datensätze**

se, Geschäftsberichte, Inkassomeldungen) bis zur Selbstauskunft der Firma als alleinige Quelle. Besonders im Vorteil sind Bürgel und Creditreform, da diese durch flächendeckende Partnerunternehmen in ganz Deutschland "vor Ort" sind und "ihre" Unternehmen kennen.

Die **Auswertungstiefe** misst den Informationsgehalt der einzelnen Datensätze durch die Anzahl der Auswertungsfelder sowie durch den Grad, wie diese Felder auch ausgefüllt sind. Die umfangreichsten Feldschemata benutzen Creditreform (Score von 169 bei 200 möglichen Punkten), Bürgel (168), D&B (164), Hoppenstedt (164) und ABC der Deutschen Wirtschaft (145). Im Mittelfeld liegen Kompass (139), Sachon (139), ALLECO (127) und Schober (113). Mit nur wenigen Feldern arbeiten AZ Bertelsmann (98), Wer liefert was? (78) und Whois (73). Der Grad der Füllung der Felder mit Content hängt eindeutig von der Größe des Unternehmens ab: Je größer die Firma, desto mehr Daten sind vorhanden. Bei den Unternehmen, die nach Gesetz publizitätspflichtig sind, ist die Datenlage zufriedenstellend; bei allen anderen Firmen ist das Recherchieren der Angaben offenbar ein mühevolleres Geschäft.

Die Bewertung der Qualitätsdimension **Unternehmens"abstract"** hat Höhen und Tiefen. Besonders interessante Informationen liegen bei den Bonitätsdatenanbietern auf, gibt es hier doch neben z.T. ausführlichen Beschreibungen der Unternehmensaktivitäten u.a. Angaben zu den Privatadressen und dem privaten Immobilienbesitz von Firmeneigentümern (bei Bürgel und Creditreform). Mit sehr guten Beschreibungen insbesondere von großen Unternehmen warten Hoppenstedt und Sachon auf, ALLECO übernimmt die sehr guten Angaben der Creditreform-Datenbasis. Keinerlei beschreibende Elemente verwenden Wer liefert was? und die Adressanbieter. Es ist allerdings eine berechtigte Frage, ob letztere überhaupt solche Abstracts haben sollten.

Die **Mehrsprachigkeit** der Datenbasis wird von einigen Anbietern sehr gut gelöst; die Informationen werden in diversen Sprachen angeboten (Kompass, Wer liefert was?, Bürgel, D&B und Sachon). Gerdemal ins Englische übersetzen Creditreform, ABCOnline, AZ Bertelsmann und Schober.com ihre Informationen. Ausschließlich in deutsch liegen ALLECO, Hoppenstedt

und Whois vor. Soll hier wirklich nur der deutsche Markt angesprochen werden? Teilweise haben die Anbieter allerdings bereits angekündigt, ihr Sprachrepertoire zu erweitern (so etwa Hoppenstedt).

**Multimedia-Elemente** werden nicht besonders häufig eingesetzt. Als große Ausnahmen innerhalb der zwölf Anbieter stechen Wer liefert was? (mit häufig anzutreffenden Firmenlogos) und Dun & Bradstreet (mit ihrer einzigartigen graphischen Aufbereitung von Bonitäts-Score und Zahlungstendenz bei der Access for Internet) ins Auge. Überhaupt keine Multimedia-Elemente finden wir bei Bürgel, Creditreform (und damit bei ALLECO) und bei den Adressanbietern.

## Branchen- und Produktklassifikation

Eine inhaltliche Suche nach Wirtschaftsbranchen bzw. nach Produkten steht und fällt mit der Qualität der eingesetzten Dokumentationsmethode sowie mit der Indexierung, d.h. der Zuordnung adäquater Bezeichnungen bzw. Notationen zu den Firmen und deren Produkten. Eingesetzt werden bei den Datenbanken zu Firmeninformationen entweder anwenderspezifische Indexierungshilfsmittel oder weitverbreitete Branchenklassifikationen. Bei letzterem werden vor allem entweder die "Standard Industrial Classification (SIC)" oder die "Klassifikation der Wirtschaftszweige" aus dem Jahr 1993 (deshalb: WZ 93) verwendet.

Die **Standard Industrial Classification (SIC)** wird 1939 in den Vereinigten Staaten zum Zwecke der amtlichen Statistik kreiert. Die Klassifikation wird mehrfach umgearbeitet und dem jeweiligen Stand der Wirtschaft angepasst; die letzte Revision erscheint 1987. SIC umfasst rund 1.000 Klassen, deren vierstellige Notationen hierarchisch aufgebaut sind. Seit Anfang der 90er Jahre ist klar, dass die SIC den Anforderungen der aktuellen Wirtschaft prinzipiell nicht mehr standhalten kann. 1997 wird anstelle der SIC in den USA, in Kanada und in Mexiko das **North American Industry Classification System (NAICS)** eingeführt. NAICS klassifiziert die Wirtschaftsbranchen mittels eines 6-stelligen Codes in 20 Sektoren und rund 1.170 Branchen. Die kommerzielle Informationswirtschaft folgt diesem Umschwung ausgesprochen zögerlich. Keiner der von

uns untersuchten Informationsanbieter setzt NAICS ein, wohl aber einige die - es sei betont: veraltete - SIC:

- Dun & Bradstreet
- Hoppenstedt
- Schober.

Dun & Bradstreet hat die Beschränkungen des 4-stelligen SIC-Codes erkannt und eine eigene Erweiterung auf acht Stellen vorgenommen. Die 8-stellige **D&B-SIC** enthält weit über 18.000 Klassen und ist damit aussagekräftiger als die neue NAICS. Es existiert eine Konkordanztafel zwischen NAICS und D&B-SIC. Die neuen vier Stellen spannen zwei Hierarchieebenen auf, die jeweils zweistellig ausgedrückt werden. Die erste Ebene (also die fünfte und sechste Systemstelle) steht für eine Produktgruppe, die zweite Ebene (die siebte und achte Systemstelle) repräsentiert einzelne Produkte. Bei der Beschreibung deutscher Unternehmen setzt D&B derzeit noch den alten vierstelligen Code ein; die Ausweitung auf die Acht-Stellen und damit auf die Produktebene ist angedacht.

Durch Verordnung der Europäischen Union (vom Oktober 1990) wird zum 1. Januar 1993 die **NACE Rev. 1** als verbindliche Klassifikation der Wirtschaftszweige zum Zwecke der amtlichen Statistik bei Eurostat und bei den statistischen Ämtern der EU-Mitgliedsländer vorgeschrieben. Die 1990er Revision der NACE - "Nomenclature général des activités économiques dans les Communautés Européennes" - ersetzt die alte, bei Eurostat seit den 70er Jahren eingesetzte Variante der NACE. Die NACE Rev. 1 umfasst rund 640 Klassen, die vier-stelligen Notationen sind wie bei der SIC strukturabbildend hierarchisch aufgebaut. Im Unterschied zur SIC enthält die NACE nur drei Hierarchieebenen, da die erste Ebene zwei Dezimalstellen benötigt. Eingeteilt ist die NACE in Abteilungen (zwei Dezimalstellen), Gruppen (eine Dezimalstelle) und Klassen (eine Dezimalstelle). Hinzu treten "Abschnitte" und "Unterabschnitte" (mit Buchstabennotationen) als zusammenfassende Überschriften.

Das deutsche Statistische Bundesamt hat die NACE Rev. 1 als **Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 93)** umgesetzt und ersetzt die alte "Systematik der Produktionszweige" (SYPRO). Die 1990er NACE Rev. 1 wird dabei um eine Stelle auf einen fünfstelligen Code erweitert und enthält nunmehr rund 1.700 Klassen. Allerdings sind diese 1.700 Eintra-

gungen nicht alle unterschiedlich, da auf mehreren Hierarchieebenen Gleiches wiederholt wird. Die Beschreibungsmöglichkeiten für wirtschaftliche Aktivitäten sind bei WZ 93 nur unwesentlich besser als bei SIC und verbleiben auf einer teilweise recht unspezifischen Branchenebene. WZ 93 wird von folgenden Informationsanbietern eingesetzt:

- Bürgel (das erst jüngst von SYPRO auf WZ 93 umgestellt hat)
- Creditreform
- ALLECO
- Hoppenstedt
- AZ Bertelsmann
- Schober.

Bei der Begrenztheit der Ausdrucksmöglichkeiten von SIC und NACE (WZ 93) liegt es nahe, dass sich die Informationsanbieter um eigene Systeme bemühen. Einen solchen Weg beschreiben

- ABC online
- Kompass
- Sachon
- Schober
- Wer liefert was?

Who is Who in Multimedia setzt überhaupt keine Dokumentationsmethoden ein und disqualifiziert sich damit gegenüber den professionellen Wettbewerbern.

Die Nomenklatur der Industriegruppen von **Sachon** ist weitaus feiner strukturiert als SIC oder WZ 93, bezieht sich jedoch vornehmlich auf das verarbeitende Gewerbe. Die rund 15.000 Klassen sind in insgesamt 45 Industrie- und Anwendungsbereiche eingeordnet, wobei auch Randgebiete industrienaher Landwirtschaft und Dienstleistungen enthalten sind. Unterhalb der 45 Hauptrubriken liegt eine sequenzielle Klassifikation vor, d.h. die Notationen der Begriffe sind durchnummeriert und damit nicht hierarchisch angeordnet. Bei den großen Klassen (mit vielen Notationen) enthält die Sachon-Nomenklatur bei bis zu zwei Ordnungsebenen Zwischenüberschriften, die gewisse Notationen zu einer Gruppe (einer sog. "Hauptfertigungsgruppe") zusammenfassen. Teilweise sind die Klassenbezeichnungen nicht ausdrucksfähig genug (z.B. bei 43/371: Malz- nebenprodukte). Hier fordert das Regelwerk: "im Zusatz Art angeben: z.B. Malzkeime, Abfallgerste usw.". Damit wird die Strukturierung feiner, und die Selektionsmöglichkeiten werden größer. Es ist durchaus vorstellbar, dass gewisse Wirtschaftsaktivitäten in verschiedene Klassen eingeordnet werden können. Die Sachon-Nomenklatur enthält hierzu Verweise. An denjenigen Stellen, wo der Begriff möglicherweise gesucht werden kann, findet der Nutzer einen Verweis auf die "richtige" Notation.

Die WF.3-Klassifikation von **Kompass** ist

mit rund 50.000 Notationen die umfangreichste Branchen- und Produktklassifikation, die derzeit Verwendung findet. Das Kompass-Klassifikationssystem wurde vor rund 50 Jahren konzipiert und wird jährlich aktualisiert. Die Klassifikation wird bei der gesamten weltweiten Kompass-Datenbankgruppe eingesetzt. Durch die Ziffernotationen ist ein übersprachlicher Zugang möglich, zudem existieren natürlichsprachige Klassenbezeichnungen in englisch (Bezugssprache) und in knapp 40 weiteren Sprachen. Die Klassifikation bezieht sich auf alle B-to-B-Wirtschaftsaktivitäten in allen Wirtschaftssektoren. Entsprechend ist die "Produkt"klassifikation auch eine Klassifikation der Dienstleistungen. WF.3 besteht aus drei Hierarchieebenen. Die erste Ebene (zweistellig) beschreibt eine Branche, die zweite Ebene (fünfstellig) Fachgruppen und die dritte Ebene (siebenstellig) einzelne Produkte und Dienstleistungen. Derzeit umfasst WF.3 rund 70 Branchen, 1.800 Fachgruppen und 50.000 Produkte. Auf der Ebene der Fachgruppen werden stets durch "I" bzw. "E" Import- oder Exportaktivitäten der Firmen beschrieben, auf der Ebene der Produkte durch "P" (Produktion), "D" (Distribution) und "S" (Service, Dienstleistung) die Art des Umgangs mit dem Produkt. Die WF.3-Klassifikation von Kompass ist ein sehr gutes Werkzeug zur Abbildung von Branchen und Produkten im B-to-B-Bereich. Im Vergleich zu den beiden anderen guten Systemen - D&B-SIC und Sachon-Nomenklatur - ist WF.3 im Allgemeinen detailfreudiger, für den Sektor der Industrie dürfte die Sachon-Nomenklatur mindestens gleichwertig sein.

Die Schober Information Group hat mit der **European Business Classification (EBC)** ein eigenes Indexierungswerkzeug entwickelt, das im Retrieval neben SIC und WZ 93 eingesetzt wird, wobei man dem Nutzer EBC als Sucheinstieg empfiehlt. Im Gegensatz zum Namen ist EBC kein hierarchisch strukturiertes Klassifikationssystem, sondern eine Liste mit rund 10.000 Klassenbezeichnungen für Wirtschaftsbranchen und besondere wirtschaftliche Aktivitäten. Letzteres enthält sehr interessante Aspekte. So ist z.B. beschreibbar, dass ein Unternehmen - egal, aus welcher Branche - auf Messen ausstellt (Klasse: Messeaussteller). Es wird auch notiert, auf welcher Messe sich eine Firma präsentiert hat, so dass Teilnehmer an einer bestimmten Messe zu identifizieren sind.

**ABC der Deutschen Wirtschaft** verwendet eine kurze Liste mit Industriezweigen zur groben Recherche nach Industriebranchen. Die Notationen bestehen aus Kombinationen aus zwei Buchstaben oder einem Buchstaben und dem Gedankenstrich. Insgesamt rund 70 Industriezweige sind ohne jede Hierarchie in Klassen geordnet worden. Ergänzend arbeitet ABConline mit rund 8.900 normierten Schlagwörtern beim Feld Produktbezeichnungen und mit Stichwörtern im Feld Produktionsprogramm, das von den Unternehmen selbst mit Inhalt gefüllt wird und daher natürlich nicht einer terminologischen Kontrolle unterworfen werden kann.

**Wer liefert was?** arbeitet bei der Beschreibung der Produkte mit einem kontrollierten Vokabular, das aus Vorzugsbenennungen (bei WLW "Rubriken" genannt) und Verweisen

	SIC	WZ 93	eigenes System
<i>1. Bonitätsdossiers</i>			
Bürgel	-	ja	-
Creditreform	-	ja	-
Dun & Bradstreet	ja	-	geplant: Umstellung auf D&B-SIC
<i>2. Firmenkurzdossiers</i>			
ABC der dt. Wirtschaft	-	-	Industriegruppen; Schlagworte
ALLECO	-	ja	-
Hoppenstedt	ja	ja	-
Whois	-	-	-
<i>3. Produkte und Firmen</i>			
Kompass	-	-	Kompass WF.3 Klassifikation
Sachon	-	-	Sachon Nomenklatur
Wer liefert was?	-	-	WLW Produktubriken
<i>4. Adressen</i>			
AZ Bertelsmann	-	ja (eigene Erweiterung)	
Schober	ja	ja	European Business Classification

Tabelle 2: Verwendung von Branchen- und Produktklassifikationen

("Hinweise") besteht. Dokumentarisch gesehen, liegt hier eine rudimentäre Form eines Thesaurus vor, der nur die Relation der (Quasi-)Synonymie kennt, nicht aber Hierarchierelationen. Eine hierarchische Strukturierung der Begriffe ist damit nicht ausdrückbar. Die WLW-Schlagwortliste enthält rund 48.000 Einträge, die sich sowohl auf Produkte als auch auf Dienstleistungen beziehen. Zur Unterscheidung von ähnlich lautenden Produkt- bzw. Dienstleistungsbezeichnungen arbeitet die Schlagwortliste stets mit der Singularendung "?ung" für Dienste und der Pluralendung "-ungen" für Produkte. Zu den Datensätzen führen ausschließlich die Rubriken. Die Hinweise sind Verweise auf die zugehörigen Rubriken. Teilweise fallen unter die Hinweise synonyme Formulierungen, zum Teil werden auch Unterbegriffe im Sinne einer Siehe-Oberbegriff-Relation als Hinweis angeboten.

Tabelle 2 listet die Vielfalt der eingesetzten Branchen- und Produktklassifikationssysteme der Firmeninformationsanbieter auf.

Eine gute Suche braucht Vorbereitung. Der Nutzer muss die Möglichkeit haben, im jeweiligen Indexierungshilfsmittel stöbern zu können, um auf die richtigen Notationen oder Suchwörter zu kommen. Wir unterscheiden die Vorbereitung vor der Recherche und die Vorbereitung bei der Online-Recherche. Ersteres erfordert das Vorliegen der Klassifikation bzw. der Schlagwortliste in Print (oder auf CD-ROM) beim Recherchierenden. Hierzu erwarten wir eine Ausgabe (günstig wäre im PDF-Format) aus dem jeweiligen Retrievalsystem heraus. Nahezu alle Anbieter (mit den positiven Ausnahmen D&B und Schober.com) bieten einen solchen - eigentlich selbstverständlichen - Ausdruck nicht an.

Im Rahmen der laufenden Online-Recherche ist bei einigen Anbietern eine Suche im kontrollierten Vokabular vorgesehen. Man gibt ein Wort oder einen Wortbestandteil ein, und das System listet alle Notationen bzw. Schlagwörter auf, die das Suchargument befriedigen. So arbeiten ABC online, ALLECO, D&B WorldBase, Hoppenstedt, Kompass, Sachon, Wer liefert was?, AZ Bertelsmann und Schober. Bei den anderen Systemen (Bürgel, Creditreform, D&B Access for Internet) ist nicht einmal die Suche innerhalb des kontrollierten Vokabulars möglich, ja hier gibt es überhaupt keine Suchfunktion nach Branchen.

Die Online-Suche nach den richtigen Suchargumenten kann u.E. nicht die intellektuelle Vorbereitung einer Recherche ersetzen, sondern diese nur flankierend begleiten. Immerhin muss der Nutzer im Online-Dialog erst einmal auf die einigermaßen passenden Terme kommen, um überhaupt vom System Vorschläge zu erhalten. Die Anbieter mögen für sich folgende Frage beantworten: Was nützt ein tolles Indexierungswerkzeug, was nützt eine noch so gute Indexierung, wenn der Nutzer diese nicht auch verwenden kann, weil ihm schlicht die richtigen Begriffe zur adäquaten Suche fehlen?

---

## Retrievalsysteme

---

Die Qualität der Retrievalsysteme im World Wide Web ist mit einer Note von 2,9 etwas schlechter als die der Datenbasis. Besser als der Durchschnitt sind die Adress-Selektionssysteme von AZ Bertelsmann und Schober i-Select, das Suchsystem von ALLECO, D&B's WorldBase sowie Sachons Produktretrieval.

Die **Usability**, die nutzergerechte Gestaltung, ist, gemessen am derzeitigen Stand von Weboberflächen, bei allen Anbietern im grünen Bereich. Lediglich Schobers i-Search hat gewisse Defizite. Ansonsten gibt es wohl Detailprobleme sowohl im reibungslosen Ablauf von Funktionen (z.B. fehlerhafte Trunkierungen) als auch in wenig zielführenden Funktionalitäten (wenn z.B. eine automatische Trunkierung nicht umgebar ist). In unserer Einschätzung hat Creditreform OnLine u.a. durch die "fuzzy" Suche den ersten Rangplatz verdient. Von der Funktionalität her ähnlich gut wäre Hoppenstedt, dessen Retrievalsystem jedoch noch kleine Unstimmigkeiten enthält.

Der **Operatoreneinsatz** beschränkt sich bei diversen Systemen auf das jeweils voreingestellte Boolesche UND und ODER. Insgesamt vermissen wir viele Funktionen. So können nur ABConline, Sachon und ALLECO (dieses eingeschränkt auf zwei Argumente) das Boolesche UND innerhalb eines Feldes. Bei den anderen Systemen ist beispielsweise eine Suche nach einem Unternehmen, das zwei Produkte herstellt, schlicht nicht möglich - das ist retrievaltechnische Steinzeit! Arithmetische Operatoren, gebraucht zur Summenbildung bei Umsatz, Mitarbeiterzahl usw., sind überhaupt nicht vorhanden. Linkstrunkierungen sind alles andere als selbstver-

ständig. U.E. ist hier noch - und das bei allen Systemen - Entwicklungsbedarf vorhanden.

Das Angebot an **Suchfeldern** und feldspezifischen Indices ist deutlich unterschiedlich. ALLECO, Sachon, AZ Bertelsmann und i-Select von Schober bekommen sehr gute Noten, was aus der relativen Vielzahl der Suchfelder resultiert. Die restlichen Systeme bieten recht minimalistische Varianten an Suchfeldern an. Insgesamt müssen wir die zu geringe Anzahl an Suchfeldern - auch und gerade im Vergleich zum Umfang der Eingabefelder - bemängeln.

Eigentlich selbstverständliche Funktionen wie das **Markieren** und das **Sortieren** innerhalb einer Trefferliste sind bei weitem nicht bei jedem Retrievalsystem vorhanden. Insbesondere die Bonitätsanbieter und Wer liefert was? versagen bei dieser Qualitätsdimension.

Eine **Schnittstelle** zum Drucker oder zum Export in andere Anwendungen besteht bei allen Systemen. Highlights beim Umfang an Schnittstellen sind D&B's WorldBase sowie Wer liefert was?; ALLECO hinkt leicht hinterher, da hier maximal 500 Datensätze exportiert werden können. Schnittstellen zu Mailings (Serienbriefe, Adresslabels) bieten mit persönlicher Anrede der Zielpersonen ALLECO, Wer liefert was?, AZ Bertelsmann und Schober i-Select, ohne Anredeformen D&B WorldBase und Sachon. Alle anderen Systeme unterstützen keine Mailings.

Einen **Push-Dienst** definieren wir in unserem Kontext als einen automatischen Nutzerservice, der im Anschluss an durchgeführte Recherchen in Aktion tritt und den Kunden aktiv über Änderungen an den gelieferten Daten informiert. Dies führen ausschließlich die drei Systeme von Bürgel, Creditreform und D&B Access for Internet durch. Ist ein Push-Dienst denn nur für die Gruppe der Bonitätsdatenanbieter sinnvoll? Die Antwort ist eindeutig: nein. Wir erwarten eigentlich von jedem Retrievalsystem, dass es Informationsprofile im Sinne von Selective Dissemination of Information (SDI) bedient.

Die Darstellung von **Unternehmenshierarchien** in der Ausgabeliste gelingt nur wenigen Informationsanbietern. Interessante Ansätze verfolgen D&B sowie ABConline, alle anderen Webssysteme verfügen nicht über diese Funktionalität. Hier kann ein Nutzer anhand der Ausgabeliste i.d.R. nicht erkennen, welche Art Unternehmen (Konzern-

zentrale, Einzelunternehmen, Filiale usw.) in jeweiligen Nachweis besprochen wird.

Die meisten Anbieter vertreten offenbar die Meinung, dass ihre Systeme selbsterklärend seien. Falls ein Nutzer doch Fragen haben sollte, muss dieser halt telefonisch oder via E-Mail Kontakt mit der Hotline aufnehmen. Dieser Auffassung schließen wir uns nicht unbedingt an. Eine gute Hilfe, die bei jedem Retrievalschritt online abrufbar ist, gibt dem Kunden Sicherheit und Unterstützung bei eventuellen Problemen. Highlight der kontextsensitiven **Hilfe** ist ALLECO, aber auch AZ Bertelsmann, Sachon, Wer liefert was? und Who is Who geben akzeptable kontextbezogene Hinweise.

---

## Websites

---

Die Durchschnittsnote der Websites der Firmeninformationsanbieter von 3,1 zeigt uns - positiv formuliert - einen großen Bedarf an Entwicklungsarbeiten. Mehrheitlich legen die Anbieter derzeit ihre Datenbasen ins World Wide Web, ohne den Spezifika dieses Mediums, vor allem der Verlinkung der Datensätze, gerecht zu werden. Aber es gibt eine Ausnahmegruppe, die Produktinformationen (Durchschnitt: 2,0) mit ihren Anbietern Wer liefert was? (1,7), Kompass (2,0) und Sachon (2,3). Alle anderen Webauftritte liegen unter der 3,0.

Die **Gestaltung** der Websites aus ergonomischen und ästhetischen Gesichtspunkten ist insgesamt gut gelungen. Unser Maßstab ist der eines Information Professional, der nicht an störenden Navigations- und Werbebannern, sondern an konzentrierter Arbeit interessiert ist. Bei dieser Qualitätsdimension muss eingeräumt werden, dass auch subjektive Einschätzungen eine Rolle spielen. Uns haben die Webauftritte aller Systeme bis auf ALLECO (4) und ABConline (3) gut gefallen. Die Abwertung dieser beiden Websites betrifft besonders die verwirrenden Einblendungen, die nicht zur eigentlichen Recherche gehören.

Im Unterschied zur Qualitätsdimension der Sprache bei der Datenbasis bezieht sich die **Mehrsprachigkeit** hier auf den Webauftritt. Die mit 1 bewerteten Websites von D&B, Kompass und von Wer liefert was? sowie die mit 2 benoteten Sites von Sachon und Schober.com sind konsequent international ausgerichtet. Die Auftritte von ALLECO, Hoppenstedt und Whois orientieren sich ausschließlich auf den deutschsprachigen Informationsmarkt.

**Links** zur Homepage der nachgewiesenen Firma bieten ABConline, Hoppenstedt, Whois, Kompass, Sachon, Wer liefert was? und Schober's i-Search. Alle Websites der Bonitätsinformationen und der Adressdaten verzichten der-

zeit auf Hyperlinks. ALLECO verfügt ebenfalls über keine Hyperlinks. Erwähnenswert ist jedoch die gute Idee, Unternehmensdatensätze mit News, hier den Artikeln der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, zu verknüpfen. Als besonderes Manko müssen wir notieren, dass kein einziger Anbieter Unternehmensdatensätze, etwa zu Tochter- oder Mutterfirmen, verlinkt hätte. Auch bei durchaus vorhandenen weiteren Datenbanken (mit Bilanzinformationen, so bei Creditreform und Hoppenstedt) hätten wir eigentlich Links zu den entsprechenden Datensätzen erwartet.

**Kontaktaufnahme** bedeutet, dass der Kunde aus seinem Retrievalergebnis heraus direkt mit den gefundenen Unternehmen Kontakt aufnehmen kann. In der Regel wird dies per E-Mail erledigt, es gibt aber auch die Variante E-Mail-to-Fax. Qualitätskriterien sind das Vorliegen eines Vordrucks sowie die bereits ausgefüllten Absenderdaten. Spitzenreiter in der Realisierung dieser Option ist die Gruppe der Produktinformationen. Totalausfall sind die Bonitätsdaten- und die Adressanbieter. Letzteres ist verwunderlich, nimmt man sich doch so die Chance der Unterstützung aller Marketingaktionen per E-Mail.

Nach Methoden des **Data Mining** zu fragen, war offenbar zu früh. Außer rudimentären Ansätzen bei Wer liefert was? (MyWLW) sind keinerlei Datenauswertungen vorhanden, die dem Kunden aktiv Vorschläge für Recherchen oder Aufbereitungen o.ä. anbieten.

Die **Interaktivität** zwischen den Informationsanbietern und ihren Kunden ist nahezu optimal vorbereitet. Zwei Websites fallen durch originelle Einfälle besonders auf. Bei Wer liefert was? kann der Nutzer offene Fragen stellen, und WLW antwortet ebenso offen. Die eloquenten Antworten von WLW machen einfach Spaß. Schober.com baut eine Community auf, die fachbezogene Artikel, News und Umfragen umfasst.

---

## Preismodelle

---

Und was kostet eine Recherche? ABConline, Who is Who und Wer liefert was? finanzieren ihre Webangebote aus anderen Quellen, der Nutzer darf **kostenlos** auf alle Daten zugreifen. Hoppenstedt, Kompass und i-Search von Schober erlauben einen beschränkten Zugang kostenlos (nur wenige Suchfelder; nicht alle vorhandenen Informationen). Mit einer **Flatrate** zu unbeschränktem Systemzugang operieren Hoppenstedt, Kompass und Sachon. Beim Modus **Pay as you go** ist das Retrieval stets kostenlos, die ausgegebenen Daten werden jedoch bepreist. Diesen Modus bieten Bürgel, Creditreform, D&B, ALLECO, Hoppenstedt,

Kompass, AZ Bertelsmann und Schober.com an. ALLECO, AZ Bertelsmann und Schober.com schreiben Rechnungen, die anderen bestehen auf Vorauszahlungen (Pre-Paid-Service). Bei Bürgel, Creditreform und D&B Access for Internet erfährt man aus deren Website bedauerlicherweise keinerlei Preise.

---

## Gesamtbewertung

---

Die Qualität der Internetapplikationen im Bereich der Firmeninformationen ist auf unserer fünfstufigen Notenskala im statistischen Mittel derzeit befriedigend (Note 2,9). Bedenkt man, dass die Internetauftritte noch sehr neue Geschäftsbereiche sind, so erscheint diese mittelmäßige Note in einem helleren Licht. Der Auf- und Ausbau der Systeme ist in vollem Gange. In unserer kurzen Beobachtungszeit konnten wir ständige Modifikationen miterleben, und dies wird sich in nächster Zeit sicherlich fortsetzen. Insofern ist unsere Bewertung ein Schnappschuss der Informationsqualität im Herbst 2001.

Am weitesten fortgeschritten im State of the Art sind die Anbieter von Produktinformationen (2,5), auf den weiteren Plätzen folgen die Unternehmen mit Bonitätsdaten (2,8), die Adressanbieter (3,0) sowie die Anbieter von Firmenkurzdossiers (3,1; ohne Whois 3,0).

Die besten Datenbasen besitzen die Anbieter von Bonitätsdossiers (1,9), mit Abstand folgen die Produktinformations- (2,6), Firmenkurzdossier- (3,0) und Adressanbieter (3,1). Durchschnittsnote aller getesteten Datenbasen ist 2,7, und dies ist die beste Teilnote unserer drei Top-Qualitätskriterien. Bei den Web-Retrievalsystemen "führen" die Adresslieferanten (2,6), danach liegen die Produkt- (2,9), Firmenkurzdossier- (3,0) und Bonitätsanbieter (3,1) ziemlich gleichauf. Als Durchschnittsnote der Retrievalsysteme ergibt sich 2,9. Die Websites schneiden mit einer 3,1 insgesamt am schlechtesten ab - mit einer Ausnahme: Die Produktinformationsanbieter legen bereits durchaus beeindruckende WWW-Auftritte vor (Note 2,0). Die Webstruktur mit ihren Links und E-Mails haben die anderen Informationsanbieter noch nicht ausgenutzt, so dass die Ergebnisse durchgehend suboptimal ausfallen (Adressen: 3,4; Firmenkurzdossiers: 3,4; Bonität: 3,6).

Ein detailliertes Gesamtschema zeigt unsere Tabelle 3. Mit jeweils 2,5 liegen vier Systeme an erster Stelle:

- Dun & Bradstreet's WorldBase mit der besten Datenbasis aller Systeme (1,8), einem guten Retrievalsystem (2,4) und einer eher mittelmäßigen Website (3,3)
- Wer liefert was? mit der besten Website aller

	Datenbasis	Gesamtnote		Rangplatz
		Retrievalsystem	Website	
<b>1. Bonitätsdossiers</b>				
Bürgel		<b>3,1</b>		
	2,0	3,7	3,7	11
Creditreform		<b>3,0</b>		
	2,0	3,3	3,7	9
Dun & Bradstreet		<b>2,5</b>		
WorldBase	1,8	2,4	3,3	1
Dun & Bradstreet		<b>2,7</b>		
Access for Internet	1,8	3,1	3,3	5
<b>2. Firmenkurzdossiers</b>				
ABC der dt. Wirtschaft		<b>3,1</b>		
	2,9	3,1	3,2	11
ALLECO		<b>2,9</b>		
	2,7	2,1	4,0	7
Hoppenstedt		<b>2,9</b>		
	2,2	3,3	3,2	7
Whois		<b>3,6</b>		
	4,3	3,4	3,2	14
<b>3. Produkte und Firmen</b>				
Kompass		<b>2,5</b>		
	2,5	3,0	2,0	1
Sachon		<b>2,5</b>		
	2,7	2,5	2,3	1
Wer liefert was?		<b>2,5</b>		
	2,7	3,1	1,7	1
<b>4. Adressen</b>				
AZ Bertelsmann		<b>3,0</b>		
	3,2	2,0	3,8	9
Schober i-Select		<b>2,7</b>		
	3,0	2,1	3,0	5
Schober i-Search		<b>3,3</b>		
	3,0	3,8	3,0	13

Tabelle 3: Gesamtbewertung der Internetsysteme der Anbieter von Firmeninformationen

Systeme (1,7), einer Datenbasis von 2,7 und einem Retrievalsystem von 3,1

- Kompass mit einer überzeugenden Website (2,0), einer guten Datenbasis (2,5) und einem Retrievalsystem von 3,0
- Sachon mit ausgeglichen guten Werten für Website (2,3), Retrievalsystem (2,5) und Datenbasis (2,7).

Den Rangplatz 5 mit einer Note von 2,7 teilen sich D&B's Access for Internet (vor allem auf Grund der schon bei der WorldBase erwähnten Spitzendatenbasis) und i-Select von Schober.com (mit einem Retrievalsystem von 2,1).

Rang 7 geht an ALLECO und Hoppenstedt. ALLECOs Stärken liegen im Retrievalsystem, seine große Schwäche ist der Webauftritt. Hoppenstedt verfügt demgegenüber über eine starke Daten-

basis, wobei Retrievalsystem und Website noch ausbaufähig sind.

Den neunten Platz teilen sich Creditreform OnLine (Highlight: gute Datenbasis) und AZ Bertelsmann (mit dem besten Retrievalsystem von 2,0).

Weiter geht es mit Rang 11 und Bürgel (mit gleich gut bewerteter Datenbasis wie Creditreform) sowie ABC der Deutschen Wirtschaft (mit recht konstanten Bewertungen um die Note 3 herum).

Schober.com's i-Search hat noch gewisse Mängel, vor allem im Retrievalsystem. Who is Who scheitert nicht zuletzt wegen seiner nicht zufriedenstellenden Datenbasis.

## Fazit

*Wir kommen zur abschließenden Bewertung der Informationssysteme zu deutschen Unternehmen im World Wide Web! Alle hier genannten Noten sind arithmetische Mittelwerte der Einzelnoten. Es ist zu betonen, dass der Mittelwert zwar einen Trend widerspiegelt, dass es aber auf nahezu allen Qualitätsdimensionen große positive wie negative - Abweichungen bei den individuellen Informationsunternehmen gibt. (Details entnehmen man Stock/Stock 2001a.) Die Webauftritte unserer Informationsproduzenten sind allesamt neu und in steter Weiterentwicklung. Der*

erreichte Stand ist über alle Systeme hinweg betrachtet noch nicht zufriedenstellend: lediglich die interaktive Kommunikation mit dem Anbieter (1,8) sowie Informationsdesign und Layout (1,9) überzeugen bereits, Mehrsprachigkeit (3,2), Links (3,2), Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme zu gefundenen Firmen via E-Mail (3,5 im Mittel; bei den Produktinformationsanbietern jedoch: 1,0) und Data Mining (4,9) signalisieren erhebliche Verbesserungspotentiale. Im Sinne einer Ampel stehen hier die Zeichen auf rot: akuter Handlungsbedarf. Vergleicht man die Web-Retrievalsysteme mit denen der Online-Hosts oder elaborierter CD-ROM-Systeme, so schneiden diese auf der ganzen Linie schlechter ab. Recht gut gelöst sind die Usability (2,0) sowie die Druck- und Exportschnittstellen (2,4); im befriedigenden Bereich liegen der Umfang der Operatoren (2,7), die Feldsuche (2,8), das Vorhandensein einer kontextsensitiven Hilfe (3,1), Markierung / Sortierung (3,2) sowie die Schnittstelle zu Mailings (Seriensbriefe o.ä.) (3,4); insgesamt unzufrieden sind wir mit der Homonymkontrolle (4,0) und dem Angebot eines Push-Dienstes (4,1). Unsere Ampel schaltet auf gelb. Zentral für die Informationsqualität von Firmeninformationen ist die jeweilige Datenbasis. Mit ansprechenden Durchschnittsnoten für Vollständigkeit (2,2) und Richtigkeit (2,4), mittleren Noten für Beschreibungen der Firmen (2,6), Aktualität (2,7), Auswertungstiefe (2,8), Einsatz von Dokumentationsmethoden (2,8) und Mehrsprachigkeit der Datenbasis (3,1) sowie dem nicht zufriedenstellenden Einsatz von Multimedia (3,8) sind wir insgesamt (gerade noch) im grünen Bereich.

Mechtild Stock &  
Wolfgang G. Stock

## Literatur

**Stock, Mechtild; Stock, Wolfgang G.:** Qualität professioneller Firmeninformationen im World Wide Web. - In: Willi Bredemeier; Mechtild Stock; Wolfgang G. Stock: Die Branche Elektronischer Geschäftsinformation in Deutschland 2000 / 2001. - Hattingen; Kerpen; Köln 2001a, S. 97-101.

**Stock, Mechtild; Stock, Wolfgang G.:** Professionelle Informationen über deutsche Unternehmen im Internet. - In: Password Nr. 11 (2001b), S. 26-33.

**Stock, Wolfgang G.:** Qualitätskriterien für Firmeninformationen im Internet. - In: Password Nr. 10 (2001), S. 23-28.

## Werbemüll

### Schutzbriefe, die nicht helfen

Der Deutsche Direktmarketingverband (DDV), der Deutsche Multimediaverband (dmmv) und der Verband der deutschen Internetwirtschaft (eco Electronic Commerce Forum) haben vor sogenannten "Schutzbriefen auf Gegenseitigkeit" gewarnt, wie sie der Interessenverband Deutsches Internet herausgibt. Für einen Betrag zwischen 20 und 120 Euro trägt der Interessenverband das zahlende Unternehmen in sogenannte "eRobinson-Listen" ein, was einen Schutz gegen unerwünschte Werbesendungen bringen soll. Dazu die Verbände: Jeder könne sich kostenfrei in eRobinson-Listen eintragen. Das Gros der Online-Werbeversender sitze im Ausland und halte sich nicht an Listen, die in Deutschland gesammelt werden. Viele schwarze Schafe scheuten sich nicht, Werbe-Mails gezielt an die in den eRobinson-Listen verzeichneten Adressen zu senden.

## Unterhaltungselektronik

### Megatrend Home-Cinema

Nach der Marktstudie des Magazins Focus (München) "Der Markt der Unterhaltungselektronik" ist der gegenwärtige Megatrend Home-Cinema, das heißt Fernsehen im Kinoformat und auf Flachbildschirm. Für das Jahresende werden 2,7 Millionen DVD-Player in deutschen Haushalten erwartet. In diesem Jahr wird für diesen Teilmarkt ein Umsatzwachstum von knapp 60% auf 774 Millionen DM prognostiziert (2000: 333 Millionen DM). Der Durchbruch bei DVD beeinträchtigt den Absatz von Videorekordern. 24,5% der Männer, aber nur 10,8% der Frauen sind ganz besonders an Informationen über HiFi-Geräte und Stereoanlagen interessiert. Die Entscheidungskompetenz bei Anschaffungen in diesem Bereich liegt in der Regel beim (männlichen) Haupteinkommensbezieher. 98% der Haushalte verfügen über ein Farbfernsehgerät, mehr als 50% sogar über mehrere Geräte. Insgesamt wurde 2000 ein Umsatzvolumen von 16,7 Milliarden DM erzielt, das sind 0,3 Milliarden DM mehr als im Vorjahr.

Kostenfrei herunterladen unter  
[www.medialine.de/marktanalysen](http://www.medialine.de/marktanalysen)

## E-Commerce

### Vertrauen in Seriösität der Händler steigt

Zwei Drittel der Kunden haben noch nie, weitere 20% nur selten schlechte Erfahrungen beim Online-Shopping gemacht. Demnach ist das Vertrauen in die Seriösität der Händler deutlich gewachsen, auch wenn die Bedenken zum Datenschutz und Zahlungsverkehr noch immer die schwerwiegendsten Hindernisse sind. Das ist ein zentrales Ergebnis einer Umfrage unter 1.250 Internet-Nutzern der Deutschen Post World Net (Bonn) in Zusammenarbeit mit den Marktforschungsinstituten ComCult Research und rheingold. Die Studie eCommerce Facts 3.0 kann für 130 Euro unter [www.evita.de/eccommerce-facts](http://www.evita.de/eccommerce-facts) bestellt werden. Zusätzlich ist auch eine Bestellung von 20 Produktgruppenanalysen (jeweils auch einzeln) möglich.

Derzeit kaufen 14 der 24 Millionen Internet-Nutzer online ein, die meisten in mehreren Shops und vor allem Unterhaltungsmedien wie Bücher, CDs und Videos. Bei der Grundversorgung steht die Bequemlichkeit im Vordergrund, also einfache und schnelle Bestellung mit Lieferung an der Haustür. Auf der Suche nach günstigen Angeboten zählen vor allem "Tools" wie Preisfinder, Suchmaschinen und Auktionen. Die Lieferung soll zuverlässig und möglichst kostenfrei sein. Eine Haftung für verlorene und beschädigte Sendungen wird von den Nutzern ebenso gewünscht wie die bequeme Rückgabemöglichkeit mit "Geld-zurück"-Garantie. 51,7% der Befragten bevorzugen eine Zustellung durch die Deutsche Post und nennen als Vorteile die Zuverlässigkeit, das seriöse Image und die Abholmöglichkeit.

## New Economy

### Zahlenzauber der Illusionsmaschine

"Bis zum Einbruch des Neuen Marktes glaubten alle an den Zahlenzauber und an die Illusionsmaschinerie."

Marek Wojcicki,  
Vorstandsvorsitzender von heaven 21  
im Online-Dienst Competence Site

# INTERNET