

# Professionelle Informationen über deutsche Unternehmen im Internet

*Im Anschluss an die Studie von Willi Bredemeier, Sabine Graumann und Heike Hartmann (siehe Password Nr. 9 und 10/2000) sind die Qualitätskriterien für Internetangebote von Firmeninformationen verfeinert worden (siehe Password Nr. 10/2001). Die entwickelten Qualitätskriterien werden auf die im Internet vertriebenen Produkte der in Deutschland aktiven Firmeninformationsanbieter angewandt. Angepeilt wird eine mit objektiven Methoden operierende Messung rezeptiver Informationsqualität durch einen unabhängigen Informations-TÜV. Ziel ist eine Transparenz dieses Marktsegments, bei dem der Charakter der Information als Vertrauensgut wohl besonders deutlich zutage tritt: Kann man den Produkten und ihren Anbietern vertrauen? Die einzelnen Produkte werden anhand der Kriterien Datenbasis, Retrievalsystem und Website auf der Basis einer Fragebogenerhebung bei den Anbietern und umfangreichen eigenen empirischen Tests kritisch beschrieben. Die Ergebnisse der Vorgängeruntersuchung von Bredemeier, Graumann und Hartmann aus dem Jahr 2000 sowie die aus der Firmen-CD-ROM-Analyse von Hirsch & Gayer Consulting heranziehbareren Informationen gehen in die Ergebnisse mit ein.*

**G**egenstand der Studie sind die Internetdatenbanken folgender zwölf Informationsproduzenten, die wir in vier Gruppen einteilen:

**Internetdatenbanken mit Bonitätsinformationen:** ● Bürgel; ● Creditreform und ● Dun & Bradstreet

**Internetdatenbanken mit Unternehmenskurzdossiers:** ● ABC online; ● ALLECO; ● Hoppenstedt und ● Who is Who in Multimedia

**Internetdatenbanken mit Produktinformationen:** ● Kompass; ● Sachon Industriedatenbank und ● Wer liefert was?

**Internetdatenbanken mit Adressinformationen:** ● AZ Bertelsmann (künftig: bedirect) und ● Schober.

Insgesamt repräsentieren diese Informationsanbieter einen Jahresumsatz von über 1,1 Mrd. DM (2000).

Die Fragebogen wurden Anfang Juli 2001 an die zwölf Anbieter von Firmeninformationen in Deutschland verschickt (Rücklaufquote: 83 %). Die empirischen Tests führten wir bei allen Systemen zwischen Mitte Juli 2001 und Ende Oktober 2001 durch.

Die Richtigkeit und die Aktualität der Testdatenbanken wurden durch Abgleiche mit Handelsregistereintragungen anhand von Stichproben geprüft. Die nötigen Nachrecherchen im Bundesanzeiger wurden über die Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information (GBI) abgewickelt. Alle Unternehmen bekamen die jeweiligen Kapitel zur kritischen Durchsicht zugesandt.

## Internetdatenbanken mit Bonitätsinformationen

Die Datenbasis von **Bürgel** enthält rund 2,7 Mio. Dossiers über deutsche Firmen. Bürgel arbeitet mit einer Vielzahl von Quellen, u.a. Bundesanzeiger, Schuldnerregister usw. Bei einer Anfrage werden, falls die Informationen zur Firma nicht ausreichend oder nicht aktuell sind, "anfragebedingte" Informationsquellen wie Insolvenzgerichte, IHK oder Handwerkskammern zusätzlich in Anspruch genommen. Die Auswertungstiefe der Datensätze ist recht detailliert, hervorzuheben sind die Daten zur Bonität sowie zum Höchstkreditrahmen. Bürgel beschreibt die Wirtschaftsbranchen

anhand der SYPRO, einem ehemals beim Statistischen Bundesamt eingesetzten Klassifikationssystem, das dort seit 1993 abgelöst worden ist. Die Firmenaktivitäten werden kurz im Datensatz umgangssprachlich erwähnt, Produktinformationen fehlen. Die Aufnahme von Multimedia-Elementen (etwa Logos) ist in der Bürgel-Datenbasis nicht vorgesehen.

Das Retrievalsystem NetCheck steht dem Kunden sowohl online als auch offline (nach einem Download der Software) zur Verfügung. Die Recherche ist auf eine gezielte Firmensuche ausgerichtet. Das Angebot von nur sechs Suchfeldern (Firmenname, Straße, Postleitzahl, Ort, Staat, Bürgel-Nummer) ist als dürftig zu bewerten - reicht aber in der Regel für gezielte Suchen nach genau einer Firma aus. Zu betonen sind "eigenständige" Suchstrategien des Systems. So wird z.B. die zu suchende Zeichenfolge eines Suchfeldes "Unternehmensname" auch über andere Feldeinträge recherchiert. Dies hat den Vorteil, benachbarte Firmen in der Trefferliste zu finden. Beeindruckend ist die Sprachvielfalt der Datensätze mit fünf Sprachen, während die Oberfläche des Retrievalsystems nur in zwei Sprachen aufrufbar ist. Der Nutzer hat die Möglichkeit, unter mehreren Ausgabevarianten von der Vollauskunft über Finanz- und Rechtsformangaben bis zur Kurzauskunft zu wählen. Positiv zu erwähnen sind die sog. "Nachträge". Hier existiert ein Push-Service, der bei abgefragten Dossiers automatisch die relevanten Veränderungen (etwa Bonität oder Kreditrahmen) dem Kunden meldet. Das Retrievalsystem verfügt über eine direkte Druckerausgabe und über eine Exportschnittstelle.

Die Website hat nur den Auftrag, dem Nutzer eine Internetapplikation der Bürgel-Datenbank zur Verfügung zu stellen. Es ist bisher weder an die Verlinkung (z.B. zu den Homepages der Firmen) noch an Mailingaktionen via E-Mail gedacht worden. Aktionen zum Direktmarketing kön-

nen über NetCheck nicht eingeleitet werden, hierzu ist ein Auftrag an Bürgel nötig. Insbesondere die Website, aber auch das Retrievalsystem (mehr Suchfelder) und die Datenbasis (Ablösung der alten SYPRO) signalisieren gewisse Verbesserungspotenziale.

Die Internetdatenbank von **Creditreform** ist auf die Bedürfnisse von Kunden zugeschnitten, die gezielt Angaben zu einem Unternehmen mit Einschluss von Bonitätsdaten benötigen. Über andere Vertriebswege spricht Creditreform mit Teilmengen der Gesamtdatenbasis - auch via Internet - sowohl den Bereich der Firmenkurzdossiers (ALLECO über das Tochterunternehmen ECOFIS) als auch Marketingapplikationen (MARKUS in Kooperation mit Bureau van Dijk) an.

Gegenstand der Datenbasis des Verbandes der Vereine Creditreform sind Wirtschaftsauskünfte zu rund 3,1 Mio. deutschen Unternehmen. Bei unserem empirischen Abgleich mit aktuellen Handelsregistereintragungen kommt diese Datenbasis auf eine Zuverlässigkeit von 93%. Für die Aktualisierung und die Kontrolle der Richtigkeit der Daten setzt Creditreform eine Reihe interner und exter-

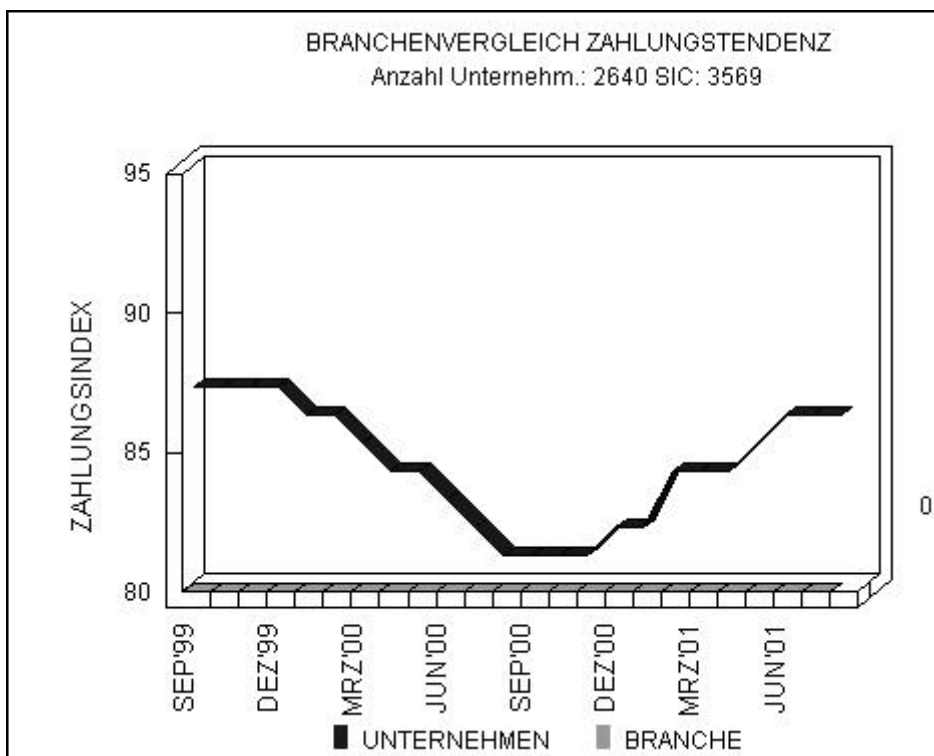
ner Quellen ein. Grobe Fehler konnten wir in keinem Datensatz entdecken. Im Zentrum der Auswertung steht der Bonitätsindex. Dieser setzt sich aus 15 unterschiedlich gewichteten Teilindikatoren zusammen, wobei die Beurteilung auch auf subjektive Urteile von Experten fundiert ist. Der Index umfasst ein Wertintervall zwischen 100 und 600. Denken wir uns nach der ersten Ziffer ein Komma, so ergeben sich Schulnoten mit zwei Stellen hinter dem Komma. Als Dokumentationsmethode setzt Creditreform ausschließlich die "Klassifikation der Wirtschaftszweige" WZ 93 ein, was zum Teil zu recht unscharfen Angaben führt. Informationen zu Produkten findet man kaum; ansonsten nähert sich Creditreform dem "Ideal" an Auswertungstiefe, was das benutzte Feldschema betrifft. Hervorzuheben ist die Qualität beschreibender Elemente im Firmendossier. Die Angaben im Unternehmens"abstract" enthalten häufig sehr ausführliche Informationen und gestatten damit einen interessanten ersten Einblick in die recherchierte Firma. Die Sprache der Datenbasis ist deutsch; Feldnamen sowie einige Feldinhalte - jedoch nicht die "Abstracts" - werden ins Englische

übersetzt. Die Datenbasis kennt weder Multimedia-Elemente noch Links zu Homepages bzw. zu E-Mail-Adressen.

Das Retrievalsystem erlaubt die Unternehmenssuche unter Einsatz von fünf Suchbildschirmen: nach dem Unternehmensnamen, nach der Crefonummer, nach der Telefonnummer, nach der Registernummer (aus Handels-, Genossenschafts- und Vereinsregister) sowie eine sehr interessant angelegte Fuzzy Suche. Die Fuzzy Suche ist für eine Recherche geeignet, bei der man die Schreibweise z.B. eines Unternehmensnamens nicht exakt kennt. Durch die "unscharfe Suche" findet unser System z.B. den Ortsnamen "Sindorf" auch bei der - falschen - Eingabe von "Sndorf" oder "Sindof". Der Kunde kann selbst Rechtstrunkierungen durchführen. Nach der achten Stelle eines jeden Eintrags trunkiert das System automatisch, was durchaus zu Problemen leiten kann: Das exakte Suchargument "Hüttenstr. 103" findet alle Firmen, die auf einer Hüttenstr. residieren. Aktualisierungen nachgefragter Dossiers stellt Crefo nach kurzer Bearbeitungszeit in die Mailbox des Kunden. Da das System ausschließlich auf einen konkreten Unternehmensnachweis abzielt, sind hier keinerlei Marketingfunktionen ausführbar.

Die Website gestattet einen einfachen Zugriff auf die Datenbasis. Spezifika des Internet (Linkstruktur) sind bislang noch nicht berücksichtigt worden.

Gegenstand der Datenbank von **Dun & Bradstreet** sind alle Unternehmen bzw. unternehmerisch tätige Einzelpersonen weltweit; für Deutschland sind dies gut 3,9 Mio. Dossiers. Standardsetzend ist die D-U-N-S-Number (Data Universal Numbering System), die international jedes Unternehmen eindeutig identifiziert und auch außerhalb von D & B Anerkennung findet. Die Nachweise zu Firmenverflechtungen werden über die D-U-N-S Nummern zusammengehalten. Von den weltweit erfassten 65 Mio. Firmen kennt Dun & Bradstreet 5,3 Mio. Eigentumsverhältnisse (mit Besitzanteilen von über 50%). Die Datenbasis enthält Risikoinformation in vier Aspekten (Rating, Kreditrahmen, Score und Zahlungsindex). Der Score ist ein Indikator auf die Insolvenzwahrscheinlichkeit eines Unternehmens innerhalb des nächsten Jahres, der mittels Modellberechnungen automatisch vom System errechnet wird. Score und Zahlungsindex werden als Zeit-



**Abbildung 1:** Dun & Bradstreet bringt für jedes Unternehmen, über das Zahlungserfahrungen vorliegen, eine graphische Darstellung. Diese zeigt eine Zeitreihe der Zahlungsindices des Unternehmens im Vergleich zum durchschnittlichen Zahlungsindex der Branche, in der die Firma die meisten Umsätze generiert. Hieraus (und aus anderen Kriterien) leitet Dun & Bradstreet eine Prognose der Insolvenzwahrscheinlichkeit des Unternehmens für die nächsten zwölf Monate ab.

reihe graphisch abgebildet (siehe Abbildung 1). Zusätzlich errechnet das System als Vergleichswerte Score und Zahlungsindex der jeweiligen Branchen. Das Schema aller möglichen Erfassungsfelder ist reichhaltig; es fehlen lediglich Produktinformationen sowie Angaben zum mittleren Management. Verantwortlich für die Richtigkeit und die Aktualität der Angaben sind die nationalen Gesellschaften von D & B. Dun & Bradstreet Deutschland arbeitet mit diversen Quellen, u.a. mit einem eigenen Call Center. Derzeit operiert D & B bei der Beschreibung der Branchen mit dem (4-stelligen) SIC-Code. Erstellt ist bereits eine Ausweitung hinunter auf Produktebene in einem 8-stelligen Codesystem, das in Zukunft eine Produktsuche gestatten soll.

Wir testeten die Produkte Access for Internet und WorldBase. Die Gesamtmenge gesammelter Informationen wird in Access for Internet vorgehalten, WorldBase dient vor allem Marketingzwecken und beschneidet das Feldschema erheblich.

Das Retrievalsystem WorldBase ist in Subsysteme aufgesplittet: Company Lookup (gezielte Suche nach genau einem Unternehmen), Global Family Linkage (Recherche nach Verflechtungen) und Global Marketing Lists (Kreation von Listen zum Zwecke des Marketing). Bei den Global Marketing Lists liegt das elaborierteste Retrievalsystem der D & B-Palette vor: vielfältige Recherchemöglichkeiten, Suche in feldspezifischen Indices und stetige Anzeige der Suchhistorie. Leider sind keinerlei Bonitätsaspekte suchbar. Es bestehen Ausgabeschnittstellen zum Bildschirm, zum Drucker und zu gängigen Office-Anwendungen für beliebige Mailingaktionen.

Access for Internet leitet die Suche nach Bonitätsinformationen zu Unternehmen ein. Die Suchoberfläche arbeitet mit nur neun Suchfeldern und gestattet damit diverse Suchoptionen nicht. Man kann u.a. nicht nach Namen von Führungskräften, nach SIC-Codes oder nach der Rechtsform suchen. Bei nicht eindeutigen Nutzereingaben führt das System eine Homonymkontrolle durch und bietet eine Auswahlliste an, die auch ähnliche Terme als Resultat einer "Fuzzy" Suche vorstellt. Nicht aktuelle Datensätze werden auf Anfrage umgehend geändert und das Ergebnis per E-Mail zugesandt. Über den Überwachungsservice werden dem Kunden relevante Ände-

rungen am Datensatz im Rahmen eines Pushdienstes mitgeteilt. Herausragend ist die Strukturierung der Vollberichte mit übersichtlicher Kapitelgliederung und farbigen Graphiken.

Als Zusatzprodukt wollen wir die Country Reports bzw. Country RiskLine Reports erwähnen, in denen die Zahlungsgewohnheiten der Unternehmen auf die Länderebene hochaggregiert sind und ein allgemeines "Durchschnittsverhalten" eines Landes widerspiegeln.

Bei der Website sehen wir noch größeres Ausbaupotential. Es ist unverständlich, dass Dun & Bradstreet vom Medium World Wide Web mit seiner Linkstruktur keinen Gebrauch macht. Kein einziger Link ist vorhanden, keine einzige E-Mail-Adresse!

Die Datenbasis wird in Zukunft noch besser werden, wenn die Produktklassifikation eingeführt worden ist.

---

## Internetdatenbanken mit Unternehmenskurzdossiers

---

Gegenstand der Datenbank von **ABCOnline** sind deutsche Industrieunternehmen, d.h. Hersteller und das produzierende Handwerk. Mit einer Datenbasis von 69.832 Datensätzen kann - etwa im Vergleich zu Hoppenstedt mit 117.000 Datensätzen zu Industrieunternehmen - nicht von einer vollständigen Abdeckung des Gegenstandsbereiches ausgegangen werden. Die Auswertungstiefe ist beeindruckend und dürfte für Firmenkurzdossiers nahezu ideal sein; nicht vorhanden sind lediglich Bonitäts- und Bilanzdaten. Die Menge der Felder, die auch mit Inhalt gefüllt sind, ist jedoch deutlich geringer. Für die direkte Kontaktaufnahme zu den Unternehmen sind E-Mail-Adressen eine notwendige Voraussetzung. Leider ist genau das Feld E-Mail nur spärlich ausgefüllt (weil mit Kosten verbunden). So liegen nur ca. 15.000 E-Mail- und 13.000 WWW-Adressen vor. (ABCOnline bietet als Ersatz einen kostenlosen Versand als E-Mail-to-Fax an.) Dies stellt u.E. ein gravierendes Manko für das gesamte System dar. Hier stellt sich die Frage, ob der Weg der Bepreisung von E-Mail-Adressen eine sinnvolle Unternehmensstrategie ist. Die Aktualität ist nicht nachprüfbar, da keinerlei Datumsangaben vorhanden sind. Gravierende Fehler fanden wir keine,

wohl aber unkorrekte Details. Offenbar wird zu langsam auf Veränderungen reagiert. Zur Beschreibung der Branchen wird ein Klassifikationssystem mit rund 70 Klassen eingesetzt, das im Vergleich zu anderen Branchencodes viel kleiner ist und nur eine Grobverortung eines Unternehmens vornimmt. Die Produkte sind durch 8.900 normierte Schlagworte und - zusätzlich als Stichworte - Einträge von Unternehmen (im Feld Produktionsprogramm) abgebildet.

Das Retrievalsystem bietet mit der "Firmen-/ Produktsuche" und der "globalen Suche" zwei Rechercheeinstiege an. Erstere initiiert eine gezielte Suche über acht Felder, letztere über ein Suchfeld eine Recherche über alle Einträge. Betont werden müssen an dieser Stelle die Trunkierung (rechts, links und Mitte), der Einsatz algebraischer Operatoren sowie der Einsatz des Booleschen UND-Operators innerhalb eines Suchfeldes. Besonders gelungen ist der Namenszusatz bei der Trefferliste, so dass bei gleichlautenden Unternehmensnamen über die Zusätze wie "Zweigniederlassung" wertvolle Informationen gewonnen werden. Die Markierung bzw. Demarkierung von Treffern für den Warenkorb ist umständlich. Das Retrievalsystem bedient eine Druckerschnittstelle; Exportoptionen in eigene Anwendungen existieren nicht. ABCOnline stellt weder ein Handbuch noch eine kontextsensitive Hilfe bereit.

Der Aufbau der Website wird durch Navigations- und Werbebanner dominiert. Bei der Anzeige der Treffer reduziert sich der einsehbare Bildschirm dadurch auf ein Minimum. Ein Stöbern in der Trefferliste wird so für den Nutzer anstrengend.

Via ABCContact hat der Kunde die Möglichkeit, mit einer einzigen E-Mail Kontakt zu gefundenen Unternehmen aufzunehmen, sofern ein Link vorhanden ist.

Verallgemeinernd kann man sagen, dass diverse Aspekte der Datenbank für den Nutzer nicht durchschaubar sind. Im Sinne eines Vertrauensmanagement wird dem Kunden keinerlei Hilfe und Information gegeben, so dass dieser "blind" vertrauen muss. Dieses Problem hatten auch wir bei unseren Testläufen, so dass die Bewertung z.T. sehr schwierig war.

ABCOnline hat u.E. sehr gute Ideen, die praktische Umsetzung dieser Ideen macht aber teilweise durchaus Probleme:

**Abbildung 2:** Jede der vier Hoppenstedt Firmendatenbanken hat die gleiche Suchstruktur - jeweils dieselben Suchfelder und jeweils (mit Ausnahme der Teildatenbank Ostdeutschland) dieselben kostenlosen Felder. Die Suchfelder auf der linken Bildschirmseite bleiben stets erhalten, so dass sehr leicht Modifikationen am Suchargument durchgeführt werden können. Zudem überzeugt der klare und übersichtliche Internetauftritt durch seine Schnelligkeit. Zu acht Suchfeldern (Ostdeutschland: sieben) ist bei den Firmendatenbanken jeweils der Index hinterlegt.

So sind etwa Links zu Katalogen oder zu PDF-Dokumenten vorgesehen, da jedoch für die eintragenden Firmen mit Kosten verbunden, wird dieses Angebot nur schwach genutzt, und die Idee "verpufft". So sind Angaben zu Filialen, Fabrikationsbetrieben im In- und Ausland in vielen Datensätzen vorhanden; man kann sie bloß nicht gezielt suchen!

Obwohl es sich in unserem Test ausschließlich um einen Qualitätstest der Firmeninformationen handelt, in dem die Betrachtung der Kosten-Nutzen-Relation bewusst ausgeklammert wird, möchten wir hier ausdrücklich darauf hinweisen, dass die Recherche und die Datenausgabe für den Nutzer kostenfrei sind.

**ALLECO** ist ein Produkt der Creditreform Tochter Ecofis und der Deutschen Telekom. Die Abrechnung erfolgt für den Kunden besonders einfach über seine Telefonrechnung.

Gegenstand der Datenbasis sind rund 1,1 Mio. deutsche Unternehmen, die sowohl im Handelsregister verzeichnet sind als auch als wirtschaftlich aktiv eingeschätzt werden. Es handelt sich um eine Teildatenbasis von Creditreform und dies in zwei Aspekten. Erstens werden von den 3,1 Mio. Datensätzen von Creditreform nur 1,1 Mio. für ALLECO selektiert, zweitens werden diverse Felder (vor allem mit den Bonitäts- und Bilanzdaten) ausgeblendet. Im Gegensatz werden - dem Konzept nach - die

Datensätze angereichert. In Kooperation mit der Frankfurter Allgemeinen Zeitung sind bei den einzelnen Datensätzen Links zu einschlägigen F.A.Z.-Artikeln zum Unternehmen hinterlegt. Leider sind diese Links nur sporadisch vorhanden, und - wenn ja - recht alt. Wir fanden keinen einzigen Beitrag aus dem Jahre 2001.

Die Suchmöglichkeiten bei ALLECO sind - auch und gerade im Vergleich zum Internetauftritt von Creditreform - ausgesprochen vielfältig und mit umfangreichen Hilfestellungen flankiert. Der Rechercheassistent "IntelliScout" bietet Suchoberflächen nach Personen, Außenwirtschaftsdaten, Firmen, Zielgruppen, Orten, Branchen und Unternehmensgröße. Zusätzlich arbeitet der Profi-Nutzer mit dem Expertenmodus, der alle Suchfelder vereinigt. Nach der kostenlosen Suche klärt die Preisinformation den Kunden detailliert über den Kostenrahmen auf. Auf ein Problem sei hingewiesen: Wenn man ein und dasselbe Dossier mehrfach selektiert hat, muss man auch mehrfach zahlen. Hier wäre ein kurzer Hinweis auf die Dublette angebracht. Neben Druckschnittstellen gibt es diverse Ausgabeoptionen, u.a. zu Office-Anwendungen und zur Vorbereitung von Marketingaktionen.

Der Webauftritt erfüllt kaum professionelle Kriterien. Der Eingangsbildschirm ist gespickt mit Werbebannern; das Wesentliche - nämlich der System Einstieg - ist oben rechts versteckt.

Auch während der Recherche stören die Werbungen. Web-spezifische Applikationen wie Links auf Homepages und E-Mail-Adressen fehlen dagegen, da sie in der Creditreform-Datenbasis nicht vorhanden sind.

Gegenstand der **Hoppenstedt Firmendatenbank** sind deutsche Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über fünf Mio. DM, das sind rund 152.000 Firmen. Die Datenbasis scheint zu über 99% vollständig zu sein. Aus der Gesamtdatenbasis leitet die Hoppenstedt Firmeninformationen GmbH sowohl Teilbestände der Menge der Datensätze (Großunternehmen; mittelständische Unternehmen; Unternehmen in Ostdeutschland) als auch Teilbestände der einzelnen Datensätze (**Hoppenstedt bizbook** - ein schnelles und einfaches "Business-Telefonbuch" - mit Zugriff auf rund 440.000 Personennamen des Top und Middle Management) ab. Die ebenfalls aus der Gesamtdatenbasis heraus produzierten CD-ROM-Editionen übertreffen die Internetversionen hinsichtlich ihrer Funktionalität beträchtlich. Ein anderes Hoppenstedt-Unternehmen - die Hoppenstedt Financial Information GmbH - bietet im Rahmen des Internetproduktes fastX u.a. Bilanzinformationen und finanzanalytische Kennzahlen an, ohne dass diese Daten mit den jeweils passenden Dossiers der Firmendatenbank verlinkt wären.

Der derzeitige Internetauftritt der Hoppenstedt Firmeninformationen beschränkt sich bewusst auf sog. Auskunftsprüfung. Produkte für das Marketing sind momentan im WWW nicht vorgesehen.

Eingeschränkte Suchen sowie stark gekürzte Firmendossiers werden bei der Firmendatenbank, den Großunternehmen, den Mittelunternehmen und der bizbook kostenlos angeboten.

Die Aktualität der Datenbasis ist befriedigend, recht neue Daten sind genauso zu finden wie zwei bis drei Jahre alte Umsatz- oder Beschäftigtenzahlen. Hoppenstedt versucht, die Richtigkeit der Einträge durch Bundesanzeiger, Geschäftsberichte, Presseartikel und - als zentrale Quelle - die Selbstauskünfte der Firmen zu gewährleisten. So findet man in der Datenbasis wohl Detailfehler, grobe Fehler sind uns nicht untergekommen. Die Auswertungstiefe ist mit über 70 Feldern beeindruckend. Noch besser wäre sie, wenn die (bei Hoppenstedt vorliegenden) Bilanzinformationen eingearbeitet würden. Nicht bei allen Dossiers sind alle Felder ausgefüllt. Bei denjenigen (großen) Unternehmen, bei denen die Dossiers recht komplett vorliegen, dürfte die Hoppenstedt-Datenbasis derzeit kaum von einem Wettbewerber übertroffen werden. Hoppenstedt setzt die beiden Branchenklassifikationen SIC und WZ 93 ein, suchbar ist in der Internetversion jedoch nur nach WZ 93. In diversen Feldern (vom Produktionsprogramm und Geschäftstätigkeit über Angaben zu Kunden, Auszeichnungen bis hin zu Biersorten) findet der Nutzer umgangssprachliche Beschreibungen von Unternehmensaktivitäten. Datenbasis wie auch Webauftritt liegen derzeit nur in deutsch vor; an der englischen Version wird gearbeitet.

Das Retrievalsystem im Web arbeitet sehr schnell. Da die Suchfelder stets auf den Bildschirmen vorhanden sind, sind Suchen leicht zu variieren. Via WZ 93 ist ein Suchen nach und ein Stöbern in den Branchennotationen möglich. Die recht kleine Auswahl von Suchfeldern, auf zwei Datenbanken (Firmendatenbank und bizbook) verteilt, ist als minimalistische Variante einer Abfrage zu kennzeichnen. Dies hat den Vorteil, dass die Suchmaske mit ihren Funktionen ausgesprochen übersichtlich ist und leicht bedient werden kann. Nachteil ist das beschränkte Angebot an Suchmöglichkeiten.

Das System ist noch sehr jung und hat seine Anfängerfehler noch nicht korrigiert. Wir fanden fehlerhaftes Umgehen mit Sonderzeichen, unsinnige automatische Trunkierungen und den falschen Einsatz des ODER-Operators.

Trefferlisten lassen sich nach Firmennamen und Orten alphabetisch sortieren. Einzige Ausgabeoption ist die Druckerausgabe eines singulären Datensatzes; es existieren keine Exportschnittstellen, so dass auch keine Mailings möglich werden.

Die Gestaltung der Website kann als gelungen betrachtet werden (siehe Abbildung 2). Dem zentralen Moment des Webs, der Linkstruktur, wird Beachtung geschenkt: Links führen zu Firmenhomepages (allerdings nur dann, wenn das eintragende Unternehmen dafür gezahlt hat) sowie zu den Benennungen der WZ 93-Notationen. Vermisst werden Links zu den Dossiers der Tochter- und Mutterunternehmen und zu Bilanzen. Vordrucke zur Kontaktaufnahme mit den Firmen einer Treffermenge gibt es nicht, wohl aber (in bizbook) das gezielte Ansprechen einer Person über E-Mail.

Die Existenz von mehreren Produktlinien dürfte die Gestaltung der Internet-Produkte - als reine "Auskunftsmittel" - beeinflusst haben. Bei den Marketing-CD-ROM hat Hoppenstedt ja vorgeführt, dass es in der Lage ist, sehr gute Retrievalsysteme zu erstellen. Misst man den Internetauftritt an den Optimalvarianten der CD-ROM, so ist der Webauftritt (außer bei der identischen Datenbasis) in allen Belangen unterlegen. Bei dieser Produktpolitik kommt ein Profi-Nutzer nicht um den Erwerb der CD-ROM herum.

Kann eine kleine, mit wenig Aufwand hergestellte spezialisierte Internetdatenbank den Anforderungen an professionelle Firmeninformationen genügen? Unser Beispiel betrifft **Who is Who in Multimedia**. Gegenstand der Datenbank sind deutsche Multimedia-Institutionen, darunter auch die in dieser Branche arbeitenden Wirtschaftsunternehmen. Die Datenbank ist nicht vollständig, die Datensätze sind wenig aktuell. Basis der Einträge sind Selbstauskünfte der Firmen. Stichproben zeigen diverse nicht-korrekte Angaben. Die Auswertung geht nicht in die Tiefe, eine Einordnung der Unternehmen in systematischer Hinsicht fehlt gänzlich. Als einzige Datenbank im

Test setzt Whois keine Dokumentationsmethoden zur Beschreibung von Branchen und Produkten ein.

Das Retrievalsystem hat eine ähnliche schwache Qualität, die derzeit kleinere Internet-Suchmaschinen und -Portale bieten. Bei Operatoren werden gerademal UND und ODER in gewissen Kontexten unterstützt, sonst geht nichts. Downloads sind nicht möglich und damit auch keine Mailings. Ein personalisierter Push-Dienst kann nicht angeboten werden, da sich Nutzer nicht anmelden. Trunkierung (rechts wie links) geschieht automatisch und kann nicht umgangen werden.

Die Website ist ansprechend gestaltet, einziges Highlight ist (je nach Geschmack) die Verwendung von Piktogrammen bei der "Bereichs"-Suche. Entgegen der Ankündigung auf der Homepage liegt die Website nur in deutsch vor. Links zur Homepage der Unternehmen sind nur dann vorhanden, wenn der Eintragende dafür gezahlt hat. Eine E-Mail-Adresse ist stets angegeben.

Vorteil der Datenbank: Sie ist kostenlos. Da die nachgewiesenen Firmeninformationen aber - wenn sie denn bei der kleinen Datenbasis überhaupt vorkommen - teilweise veraltet und unrichtig sind, kann Whois allenfalls als erster Einstieg bei einer professionellen Unternehmensrecherche gelten.

Unsere eingangs gestellte Frage war: Kann ein kleines Unternehmen mit relativ wenig Aufwand auf einem kleinen Teilmarkt eine anspruchsvolle Datenbank aufbauen? Die Antwort ist eindeutig: nein. Bedingt durch handwerkliche Fehler und suboptimale Datenpflege wird ein solches Unternehmen zum Laienspiel, das im B-to-B-Bereich letztendlich nicht brauchbar ist.

---

## Internetdatenbanken mit Produktinformationen

---

Gegenstand der Datenbank von **Kompass-Deutschland** sind rund 100.000 überregional bzw. international tätige deutsche B-to-B-Firmen, zu denen ausführliche Dossiers angelegt sind. Die Stärken der Datenbasis liegen bei den detaillierten Produktinformationen sowie bei der Auflistung von Marken- und Handelsnamen. Zu betonen ist die herausragende Qualität des eingesetzten Branchen- und Produktklassifikationssystems

1-5 von 68 Branchen		Seite		1	2	3	4	5		
<input type="checkbox"/>	<b>35560</b>	Filter und Siebe aus Metall	<b>156 Firmen</b>						I	E
<input type="checkbox"/>	3556003	Filter, Eisenmetall	<b>2 Firmen</b>						P	D
<input type="checkbox"/>	3556004	Filter, Ne-Metalle	<b>Keine Firmen</b>						S	
<input type="checkbox"/>	3556006	Filter, Drahtgeflecht und -gaze	<b>42 Firmen</b>							
<input type="checkbox"/>	3556015	Filter, Metall, für Haushaltspumpen	<b>Keine Firmen</b>							
<input type="checkbox"/>	3556016	Filter, Metall, für Haushaltsentlüfter	<b>1 Firma</b>							
<input type="checkbox"/>	3556017	Filter, Metall, für Kaffeemaschinen	<b>Keine Firmen</b>							
<input type="checkbox"/>	3556020	Filter, Metall, für Schmier- und Kühlmittel aus Industriemaschinen	<b>2 Firmen</b>							
<input type="checkbox"/>	3556053	Filter, Metall, für Kochfett	<b>Keine Firmen</b>							
<input type="checkbox"/>	3556055	Filter, mechanisch, perforiertes Metall, Gitter oder Gaze, nach Kundenwunsch	<b>5 Firmen</b>							
<input type="checkbox"/>	<b>38130</b>	Elektronische Mess-, Prüf- und Regelgeräte für Schwingungen und die Elektroakustik. Filter, Signalgeneratoren	<b>239 Firmen</b>						I	E
<input type="checkbox"/>	3813036	Filter, Quarz oder piezoelektrische Keramik	<b>13 Firmen</b>						P	D
<input type="checkbox"/>	3813037	Filter für akustische Oberflächenwellen	<b>2 Firmen</b>						S	

**Abbildung 3:** Kompass arbeitet mit der umfangreichen Branchen- und Produktklassifikation WF.3. Bei einer Suche im Klassifikationssystem wird jeweils relativ zu den bisher eingegebenen Suchargumenten die Anzahl der Firmen notiert. Die Branchennotationen (hier etwa 35560) gestatten die zusätzlichen Suchkriterien nach Importeuren (I) und Exporteuren (E), die Produktnotationen (hier etwa 3556003) lassen eine Recherche nach produzierenden Unternehmen (P), Distribution und Handel (D) sowie Dienstleistern (S) zu.

WF.3 (siehe Abbildung 3). Die Richtigkeit der Daten wird neben den Selbstauskünften der Firmen durch Nachrecherchen in diversen Quellen soweit wie möglich sichergestellt. Die Aktualität ist noch im grünen Bereich; Angaben, die ein Jahr und älter sind, sind aber vorhanden. Die Mehrsprachigkeit der Kompass-Datenbank ist vorbildlich. Noch mehr aufgenommen werden sollten Firmenlogos und Bildmarken (warum eigentlich nicht für alle Firmen?). Ein ausdrucksreiches Benutzerhandbuch, ausführlich genug auch für Anfänger, wird vermisst.

Das Retrievalsystem ist derzeit im Aufbau. Der im September 2001 erreichte Stand kann sich - bei einigen Schwachpunkten - bereits sehen lassen. Retrievaltechnische Highlights sind u.a. die Rechts- und Linkstrunkierung, die automatische Grundformbildung für deutschsprachige Endungen sowie die vielfältigen Feldsuchen insbesondere bei der erweiterten Suche. Nützlich ist das Aufzeigen der aktuellen Suchkriterien. Sortierungen nach Unternehmensnamen,

nach geographischen Kriterien und (wenn im Datensatz Angaben vorhanden sind) nach Mitarbeiterzahlen sind ausführbar. Beim Druck ist das Ausgabeformat PDF hervorzuheben.

Bei langen Trefferlisten vermisst man Hinweise auf Unternehmensverflechtungen. Hat man in der Liste mehrere Firmen ein und desselben Konzerns, so bleibt dies unerkannt. Derzeit sind keine Downloadfunktionen implementiert, damit ist keine Schnittstelle zu Mailings gegeben. Nach Auskunft von Kompass Deutschland wird an der Realisierung dieser Funktion bereits gearbeitet. Ein großes Problem ist das Fehlen einer UND-Verknüpfung von mehreren Notationen des Klassifikationssystems, kann man doch nicht Firmen selektieren, die mehrere gesuchte Produkte herstellen oder verteilen.

Die Website liegt genau wie die Datenbasis in derzeit 13 Sprachen vor. Die Maskengestaltung erscheint uns ansprechend. Zentral im World Wide Web sind die Links. Kompass trägt dem Rechnung durch Verlinkung zu den

Homepages, leider noch zu wenig. Zielgenaue Links zu den Produktbeschreibungen innerhalb der Homepages sollten bei einer Produktdatenbank zumindest in der mittelfristigen Planung angepeilt werden. Die Kontaktaufnahme zu gefundenen Firmen geschieht mittels Vordruck und E-Mail.

Im Vergleich zu anderen Produktdatenbanken wie Kompass und Wer liefert was? ist die Anzahl der Datensätze bei der **Sachon Industriedatenbank** (mit 30.000 bei der Exportdatenbank und 5.268 bei der ZVEI-Datenbank) recht gering. Die Qualität hinsichtlich Aktualität und Richtigkeit ist allenfalls befriedigend; wir fanden sowohl recht alte als auch falsche Daten. Das Datenbankdesign, gemessen an der Anzahl der Felder, lässt kaum Wünsche offen, wohl aber die Quote des Ausfüllens der Felder. Ein großer Teil der Datenbank erfüllt gerade einmal Minimalanforderungen (Adresse und Produktklasse - mehr nicht). Als Dokumentationsmethode wird die Sachon-Nomenklatur eingesetzt, ein Klassifikationssystem für Industriebranchen und -produkte. Neben der Kompass-WF.3-Klassifikation und der D&B-SIC steht hier eines der besten Produktklassifikationssysteme - für industrielle Produktion wahrscheinlich das beste - zur Verfügung. Teilweise sind sehr informative Firmen "abstracts" vorhanden.

Beim Retrievalsystem ist besonders als positiv hervorzuheben, dass in der Expertensuche alle Booleschen Operatoren sowie algebraische Operatoren unterstützt werden. An sich sind die unterschiedlichen Vorgehensweisen mit der Trunkierung bei der Standardsuche (automatisch) und innerhalb der Expertensuche (mit "\*") durchaus sinnvoll. Ob ein Nutzer dies an jeder Stelle jeweils richtig realisiert, darf bezweifelt werden. U.E. gehören hier weitere Hinweise sowie Fehlermeldungen bei falschen Nutzereingaben eingebaut. Gut gefallen hat uns die Exportschnittstelle zu Office-Anwendungen, etwa zur Serienbrieffunktion.

Die Gestaltung der Website kann als gelungen betrachtet werden. Beachtenswert ist das Angebot von Sachon, Kontaktaufnahmen via E-Mail und, wenn dies nicht klappt, via Fax weiterzuleiten.

Sachon legt bereits jetzt ein gutes System vor. Unser Informationsproduzent hat angekündigt, in Kürze mit einer neuen Oberfläche herauszukommen.

Gegenstand der Produktdatenbank **Wer liefert was?** sind Industrieunternehmen und -dienstleister. Eingebettet in ein internationales Angebot, liegen für Deutschland rund 138.000 Datensätze vor. Im Vergleich zu Kompass Deutschland und Sachon haben wir mit WLW die größte Produktdatenbank für deutsche Firmen vor uns. Die Auswertungstiefe (Anzahl der Felder) ist bei WLW vergleichsweise sehr gering. Auch die eingesetzte Dokumentationsmethode (Schlagwortliste mit 48.000 Rubriken) kommt an die Qualität der Klassifikationssysteme von Sachon und Kompass nicht heran. Wer liefert was? bietet seine Datensätze in neun verschiedenen Sprachen an.

Das eingesetzte Retrievalsystem gleicht in seiner Qualität einer Berg- und Talfahrt. Ansprechend gelöst sind Download- und Weiterverarbeitungsmöglichkeiten (etwa zu Mailings). Die Retrievalschnittstelle lässt sich einfach bedienen. Es liegen allerdings nur sehr wenige Suchfelder vor; man kann nicht einmal nach Personennamen recherchieren, obgleich diese in der Datenbasis (nahezu) immer vorhanden sind. Eine UND-Verknüpfung mehrerer Produktrubriken kann nicht ausgeführt werden. Die Trunkierung arbeitet fehlerhaft. Dokumente können nicht sortiert oder markiert werden. Das Retrievalsystem stellt somit die schlechteste Teilkomponente von WLW dar.

Höhepunkt von WLW ist sicherlich die Gestaltung der Website. Hier wird den Gegebenheiten des World Wide Web Rechnung getragen: Es liegen Links auf die Homepages und - und dies ist einmalig - auf Produktbeschreibungen innerhalb der Firmenauftritte im Web. Die Mehrsprachigkeit wird durch eine Übersetzungsfunktion für alle Produktschlagwörter für neun Sprachen unterstützt. Die Interaktivität zwischen WLW und seinen Kunden kann man im Gästebuch verfolgen. Kontaktaufnahme zu den Firmen geschieht via Vordruck, demnächst auch über individuelle Mails - leider nur an solche Unternehmen, die am (kostenpflichtigen) WLW-MARKET teilnehmen. Die Option MyWLW erlaubt Personalisierung.

WLW hat derzeit eine zufriedenstellende Datenbasis, ein Retrievalsystem, an dem noch gearbeitet werden sollte, und eine schon sehr ansprechende und nutzerfreundliche Website, die das "klassische" Suchen und Finden in einer Datenbank im Sinne des Kaufens und Verkaufens erweitert.

Besonders erfreulich ist aus Nutzersicht, dass das gesamte WLW-Internetangebot kostenlos verfügbar ist.

## Internetdatenbanken mit Adressinformationen

Gegenstand der **AZ Business World** sind alle deutschen Unternehmen, Organisationen, Institutionen und - und dies ist besonders zu betonen - alle Selbständigen. AZ Business World ist eine Adressdatenbank mit rund 4 Mio. Anschriften, darin enthalten etwa 3,2 Mio. Namen von Entscheidern. Im Vergleich zum Wettbewerber Schober.com kommt AZ Bertelsmann auf rund 90% des Umfangs der Schober-Datenbasis. Quellen sind eigene Recherchen, der Bundesanzeiger sowie die deutsche Wirtschaftspresse. Die Felder mit den Adressdaten sind stets vollständig ausgefüllt, ansonsten sind große Lücken - auch bei den Ansprechpartnern - zu vermelden. Es gibt keinerlei Angaben zu Produkten. Als Methode der Branchenbeschreibung verwendet unser Informationsanbieter eine (von ihm selbst) verbesserte Variante der WZ 93. Sowohl die Datenbasis als auch der Webaufttritt liegen in deutscher und englischer Sprache vor.

Das im Web eingesetzte Retrievalsystem ist von der Funktionalität her betrachtet überzeugend und auf die Bedürfnisse von Kunden ausgerichtet, die Direktmarketingaktionen via Post planen. Über intuitiv bedienbare Vordrucke auf diversen Bildschirmen selektieren die Nutzer das Adressmaterial nach Branchen, Regionen, Unternehmensdaten, Kommunikation oder Entscheider. Zusätzlich ist ein (regionaler) Querschnitt wählbar. Die jeweils eingesetzten Operatoren erfüllen ihre Aufgaben - mit einer Ausnahme: Man kann nicht zwei oder mehrere Branchennotationen mit UND verknüpfen. Überzeugend erscheint uns die differenzierte Suche nach Entscheidern nach ihrer Funktion bzw. hierarchischen Stellung gelöst zu sein. Der gesamte Retrievalprozess läuft für den Kunden kostenlos ab, erst nach der Bestellung und ausführlichen Preisinformationen wechselt man in den kostenpflichtigen Teil. Da der Selektionsprozess einige Zeit benötigt, wird der Nutzer via E-Mail verständigt, wenn sein Ergebnis vorliegt. Dieser Umweg erscheint uns bei einer Internetdatenbank als nicht angemessen. Die Ergebnisse liegen im personalisierten Bereich My AZ Online zum Download bereit. Das Download wird problemlos in Office-Anwen-

dungen eingebunden. Die persönliche Anrede der Personen ist optimal vorbereitet.

Die Gestaltung der Webseiten ist durchaus gelungen; die zentralen Elemente des WWW - die Links - werden jedoch sträflich vernachlässigt. Die gesamte Datenbank ist zu sehr auf das Adressdownload konzentriert, als dass Aspekte etwa der Ansprache der Entscheider via E-Mail angedacht wären.

In Pflegekooperation mit Creditreform wird **bedirect** die bei AZ Bertelsmann vorhandene Datensubstanz inhaltlich und qualitativ weiter ausbauen.

Gegenstand der hier betrachteten Datenbanken von **Schober.com** sind alle deutschen Unternehmen und Organisationen. Mit 4,4 Millionen Datensätze liegt die größte einschlägige Datenbasis zur deutschen Wirtschaft vor. Den Hauptaspekt von Schober.com haben wir in der Bereitstellung von Firmenadressen gesehen. Mittels diverser Quellen, darunter die Korrektur der Daten über die Retouren, versucht Schober, die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit seiner Daten zu gewährleisten. Dies geschieht bei den Adressdaten erfolgreich, so dass eine Quote von 98% postalischer Richtigkeit geschätzt wird. Alle über die Adresse hinausgehenden Informationen sind nicht frei von Problemen, fanden wir doch stark veraltete bzw. falsche Daten. Neben SIC und WZ 93 arbeitet Schober mit dem eigenen System EBC (European Business Classification), das insbesondere aus Marketinggesichtspunkten günstig zur Recherche nach Branchen eingesetzt werden kann und u.a. als Schlagwörter Namen von Messen enthält.

Wir testeten die beiden Retrievalsysteme i-Select (Firmenadressen-Download) und i-Search (gezielte Firmenrecherche). Ausgesprochen positiv schneidet die Gestaltung der Selektionsbildschirme bei i-Select ab. Die Vielfalt der Auswahl- und Verbindungsmöglichkeiten ist beeindruckend. So ist z.B. bei der Eingabe der Branchen - für jede ausgewählte Branche einzeln - eine maximale Adressenanzahl definierbar. Als Ausgabeschnittstelle werden gängige Office-Anwendungen bedient. Obgleich E-Mail-Adressen in der Datenbasis verzeichnet sind, verzichtet Schober.com auf eine direkte Ausgabeschnittstelle zur E-Mail. Highlight ist auch die Potenzialanalyse, die für eine gesuchte Branche eine Verteilung der Firmenadressen nach Regionen errechnet - und das kostenlos (siehe Abbildung 4).