

GBI - the contentmachine

# Wirtschaftsinformationen für Hochschulen, Unternehmen und Internetsurfer

von Mechtild Stock und Wolfgang G. Stock

*GBI - the contentmachine: Economical and business information für universities, companies and Internet users.*

**Abstract.** GBI is an aggregator supplying reference information in economics and business, full text and company data. The Web search engine consists of a version for the internet passing trade (SchnellSuche) and additionally a versatile version for information professionals (ProfiSuche). GBI offers push services both as customized information profiles (AboService) and theme oriented collective reviews (KnowledgeSummaries). A SWOT-analysis shows a positive future trend, if certain critical success factors (e.g. cooperations with publishing houses and with universities) continue being realized.

**Zusammenfassung.** GBI ist ein deutscher Wirtschaftshosts mit Stärken in der wirtschaftswissenschaftlichen Literaturinformation, bei Volltexten und bei Unternehmensdaten. Die Websuche umfasst eine Oberfläche für Gelegenheitsnutzer (SchnellSuche) und zusätzlich vielfältige Suchoptionen für Profis (ProfiSuche). An Pushdiensten werden personalisierte, maßgeschneiderte Angebote (AboService) genauso offeriert wie Sammelreferate zu vorgegebenen Wirtschaftsaspekten (KnowledgeSummaries). In einer SWOT-Analyse zeigen sich für die GBI positive Zukunftsperspektiven, wenn gewisse kritische Erfolgsfaktoren (z.B. Kooperationen mit Verlagen und mit Hochschulen) weiterhin greifen.

In Password 1/2003 stellten wir die theoretischen und methodischen Vorgaben zu unserem Projekt "Gegenwart und Zukunft der Online-Hosts in Deutschland" vor. Hiernach segmentieren wir den Gesamtmarkt der deutschen Online-Hosts in die drei Teilmärkte der Wirtschaftsinformationen, Rechtsinformationen und wissenschaftlich-technisch-medizinischen Informationen. Wir starten unsere Analyse mit der Untersuchung des Bereichs der Wirtschaftsinformationen. Sechs Online-Hosts stehen zur Verfügung: DataStar, DIALOG, Factiva, GBI, Genios und Profound. Angenehm überrascht waren wir über die prompte Kooperationsbereitschaft der Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information (GBI), als wir von Peter Müller-Bader bereits auf der Frankfurter Buchmesse

im Oktober 2002 den ausgefüllten Fragebogen und einen Testzugang erhielten. Anlass genug, um gleich mit diesem Informationsanbieter zu beginnen! Was ist GBI - "the contentmachine"? Eine Suchmaschine, die Informationsinhalt, also Content, bearbeitet? Oder eine Maschine, die (den Nutzer oder den Betreiber) zufrieden ("content") macht? Oder beides?

---

## 25 Jahre Erfahrung. Der Weg zur Silber-Partnerschaft

---

Wir erinnern an das Jahr 1977, wo zwei Studenten der Universität München ihre Dissertationen veröffentlichten: Christoff Aschoff mit dem Thema "Betriebliches Humanvermögen:

Grundlagen einer Humanvermögensrechnung" und Peter Müller-Bader mit "Konflikt und Leistung: Ein Beitrag zur Analyse der Leistungswirkung betrieblicher Konflikte". Der Stein kommt ins Rollen. Nur wenig später, am 5. Januar 1978 wird die Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information mbH gegründet. Mit ihr entsteht die erste deutsche betriebswirtschaftliche Literaturdatenbank BELIT (jetzt BLISS, ein Flaggschiff der GBI). Neuerungen und Erweiterungen folgen Schlag auf Schlag. Wir erwähnen in chronologischer Reihenfolge nur einige Highlights der GBI-Historie: Ab 1982 entfaltet sich der Datenproduzent zum Host. Die GBI startet ihren Hostbetrieb auf mittlerer Datentechnik, integriert werden daraufhin z.B. die Datenbanken BONMOT (Aphorismen und Sprüche), Hoppenstedt und Creditreform (jeweils mit Unternehmensprofilen und Bilanzen). Datenbankproduktionen werden Ende der 80er und Anfang der 90er in Angriff genommen, etwa FITT (Firmeninformation tagtäglich, Quellen der Wirtschaftspresse), MACQ (Mergers & Acquisitions) und KOBRA (Fach- und Branchenzeitschriften). 1993 werden die Süddeutsche Zeitung und F.A.Z. elektronisch im Volltext übernommen, ein Jahr später folgt die Neue Zürcher Zeitung, alle drei entwickeln sich zu weiteren Flaggschiffen der GBI. Es entstehen CD-ROM Editionen von WISO I, II und III, die zum Marktführer für wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Informationen in Deutschland werden. Ein Btx-Zugang wird geschaltet. Ermöglicht wird die Online-Übertra-

# Password eröffnet Push-Dienst für Abonnenten

PASSWORD hat einen E-Mail-Push-Dienst eröffnet.

Das unabhängige Newsletter für Information Professionals im deutschsprachigen Raum will seine Abonnenten noch besser informieren. Deshalb investiert PASSWORD in seine tagesaktuellen Nachrichten. Noch aktueller, ohne auf Kontext und Analyse zu verzichten, sowieso exklusiv. Wenn Sie morgens Ihr Büro betreten und Ihre Mail aufrufen, sind die wichtigsten Nachrichten da, im Regelfall drei, manchmal mehr, selten weniger. Auch am Wochenende wird die Berichterstattung fortgesetzt. Bei Breaking News, beispielsweise auf Messen, erfolgt die Berichterstattung mehrfach während des Tages.

PASSWORD als Printmedium bleibt unverzichtbar, aber PASSWORD als E-Mail-Dienst hebt ein Defizit des Printmediums weitgehend auf. Wie oft ist im Gespräch mit PASSWORD darüber geklagt worden, dass es Wochen und länger dauern kann, bis PASSWORD als Printmedium im Umlaufverfahren alle Mitarbeiter erreicht hat! Mit PASSWORD als E-Mail-Dienst haben alle Ihre Mitarbeiter jeden Morgen die neuesten Nachrichten aus Ihrer Branche in Ihrem Posteingang.

---

Heute kopieren und faxen: + 49 2324 67006

Jeden Morgen die tagesaktuellen Nachrichten der Branche in Ihrem Postfach!

Oder mailen Sie mir: [w.bredemeier@gmx.de](mailto:w.bredemeier@gmx.de)

- Ja, nehmen Sie mich sofort in den tagesaktuellen E-Mail-Dienst von PASSWORD auf. Wenn ich Ihnen bis zum 10. März nicht mitgeteilt habe, dass ich den E-Mail-Dienst nicht weiterbeziehen will, bin ich damit einverstanden, dass ich für 50 Euro im Jahr weiterbeliefert werde.
- Ja, nehmen Sie mich sofort in den tagesaktuellen E-Mail-Dienst von PASSWORD auf. Wenn ich Ihnen bis zum 10. März nicht mitgeteilt habe, dass wir den E-Mail-Dienst nicht weiterbeziehen wollen, bin ich damit einverstanden, dass wir für 100 Euro im Jahr an zwei bis neun E-Mail-Adressen weiterbeliefert werden.

Die entsprechende E-Mail-Liste geht Ihnen mit gesonderter Post zu.

---

Name

Einrichtung

E-Mail-Adresse

gung von Graphiken, Tabellen und Bildern. 1998 kommen mit dem Bundesanzeiger und der Börsen-Zeitung wichtige Quellen deutscher Wirtschaftsformationen hinzu. In der Folge der Internetanbindung - seit 1996 - sind schließlich ab 1998 alle GBI-Datenbanken im Internet zu finden. Ab 2000 geht die GBI den zukunftsweisenden Weg, an die bibliographischen Datensätze von Fachartikeln die Volltexte sowohl im ASCII- als auch teilweise im PDF-Format anzuhängen. Gibt es keine digitalen Varianten der Volltexte, bietet die GBI über Kooperationen mit Bibliotheken Kopienlieferungen oder (bei Büchern) Ausleihe an.

Vorweg möchten wir Peter Müller-Bader zu Wort kommen lassen, der fest davon überzeugt ist, dass der klassische Host - und darunter ordnen wir ohne Zweifel die GBI - trotz der Errungenschaften des Internet überleben wird. Patrick Müller fasst einen Vortrag von Müller-Bader zusammen: "Der Host ist traditionell um die Qualität der Daten bemüht, sammelt Fachinformationen und stellt sie themenorientiert bzw. problemorientiert zusammen. Im Internet werden dagegen die meisten Daten quellenorientiert angeboten. Die Retrievalsprache der Hosts ist effizient: Boolesches Retrieval, Recherche in Feldern usw. gestalten die Suche zu einem technisch exakten, wenn auch manchmal schwierigen Verfahren. Beim Internet dagegen fehlt oft die inhaltliche Erschließung von Informationen, Felder wie Schlagworte und Abstract sind Mangelware, und Suchergebnisse mit

Relevance Ranking sind technisch nicht immer nachzuvollziehen. Im Gegensatz zum Internet, das auf hohe Aktualität und wenig Historie setzt, weist der 'klassische' Host große Datenbestände auch historisch nach" (Müller 1998, 282).

## Unternehmensstruktur: Als GmbH unabhängig von Staat und Mutterfirmen

Die GBI ist eine GmbH mit Sitz in München, Geschäftsführer und Gesellschafter sind Peter Müller-Bader und Christoff Aschoff. Sie arbeitet gewinnorientiert und benötigt zum Existieren nach eigenen Angaben weder eine staatliche Förderung noch den Einfluss irgendwelcher Großkonzerne. Durch das starke Engagement bei Forschungs- und Entwicklungsprojekten konnte die GBI allerdings auch von öffentlicher Projektförderung profitieren, so z.B. beim Aufbau der Branchendatenbank KOBRA, bei der Mitarbeit und Kreation des Standard-Thesaurus Wirtschaft oder bei der Volltextverknüpfung im Projekt EconDoc.

35 Mitarbeiter (gerechnet als Vollzeitäquivalente) sind Ende 2002 bei der GBI beschäftigt. Für das Rechnungsjahr 2001 wird - laut Fragebogen - für Datenbankproduktion und Hostbetrieb ein Umsatz von über 6 Mio. EUR erwirtschaftet, was gegenüber dem Vorjahr eine Wachstumsrate von 18 % ausmacht. Diese Zahlen spiegeln ein positives Geschäftsjahr wider.

Wie verhält es sich mit der Anzahl von GBI-Kunden? 25.000 unterschiedliche Verträge mit Vertragskunden kann der Host verzeichnen, wobei 45.000 Mitarbeiter dieser Vertragskunden einen Zugriff auf das System nutzen dürfen. Auch nicht registrierte Kunden haben die Chance, kostenpflichtige Dokumente anzufordern und diese per Kreditkarte zu bezahlen. Über 50.000 Laufkundenkontakte pro Jahr kommen auf diese Art zustande. Nicht jeder, der die Website von GBI the contentmachine besucht, möchte auch das vollständige Angebot nutzen, spricht: ein Teil der Besucher profitiert ausschließlich von der reinen und kostenlosen Recherchemöglichkeit. Vor diesem Hintergrund sind vielleicht die ca. 2,5 Mio. Zugriffe pro Monat auf die Website zu verstehen. Großunternehmen, Beratungsfirmen, Banken, Versicherungen und Verlage zählen zum Kundenkreis des Hosts. Auf der Website ausdrücklich erwähnt werden ca. 600.000 Studenten als Nutzer von WISO-Net.

## Retrieval: AOS als Basis für vielfältige Websuche

Wir fragten nach der Zugangsart und der Prozentzahl der dahinterstehenden Vertragskunden. Im Einzelnen ergeben sich folgende Verteilungen:

- X.25: 10 % der Vertragskunden
- Telnet: 10 %
- WWW: 80 %.

Die Websuche gilt als Kernangebot von GBI the contentmachine. In allen 330 Datenbanken kann von hier aus recherchiert werden. Der Nutzer hat - je nach Kenntnisstand und Interessensgebiet - die Wahl zwischen drei verschiedenen Suchoptionen: den beiden Pullservices SchnellSuche sowie ProfiSuche und dem Pushdienst namens AboService.

Die **SchnellSuche** ist schon durch ihre Bezeichnung passend charakterisiert, sie erfordert wenig Vorkenntnisse, sie besitzt nur ein Eingabefeld, ansonsten betätigt man die Auswahl nach einem der vorgegebenen Themen bzw. Zeiträume per Klick. Dennoch: Die gesamte Suchmaske und die Vielfalt der Auswahlmöglichkeiten sind für diese Art der Suche beeindruckend. Bewundernswert ist, dass die Webseite vollgepackt ist, aber dabei vollkommen über-

Presse	Unternehmen	Fachzeitschriften	Literaturnachweise
<input type="checkbox"/> Tages- und Wochenpresse	<input type="checkbox"/> alles über Unternehmen	<input type="checkbox"/> alle Fachzeitschriften	<input type="checkbox"/> alle Literaturnachweise
<input type="checkbox"/> - Politik	<input type="checkbox"/> Deutschland	<input type="checkbox"/> Wirtschaftswissenschaften	<input type="checkbox"/> Wirtschaftswissenschaften
<input type="checkbox"/> - Wirtschaft	<input type="checkbox"/> - Unternehmensprofile	<input type="checkbox"/> Bau und Handwerk	<input type="checkbox"/> - Betriebswirtschaft
<input type="checkbox"/> - Unternehmen	<input type="checkbox"/> - Handelsregister	<input type="checkbox"/> Industrie und Handel	<input type="checkbox"/> - Volkswirtschaft
<input type="checkbox"/> - Börse und Investment	<input type="checkbox"/> - Jahresabschlüsse	<input type="checkbox"/> - Automobil und Zulieferer	<input type="checkbox"/> Informationswissenschaften
<input type="checkbox"/> - Statistik und Tabellen	<input type="checkbox"/> - Gründungen und IPO	<input type="checkbox"/> - Chemie und Kunststoffe	<input type="checkbox"/> Sozialwissenschaften
<input type="checkbox"/> - Personen	<input type="checkbox"/> - Konkurse	<input type="checkbox"/> - Elektroindustrie	<input type="checkbox"/> Psychologie
<input type="checkbox"/> - Feuilleton	<input type="checkbox"/> - Österreich	<input type="checkbox"/> - Handel	<input type="checkbox"/> Politik
<input type="checkbox"/> - Reise	<input type="checkbox"/> - Unternehmensprofile	<input type="checkbox"/> - Lebensmittel	<input type="checkbox"/> Ökologie
<input type="checkbox"/> - Sport	<input type="checkbox"/> - Jahresabschlüsse	<input type="checkbox"/> - Maschinen- und Anlagenbau	<input type="checkbox"/> <b>Geschäfte und Märkte</b>
<input type="checkbox"/> englischsprachige Presse	<input type="checkbox"/> - Schweiz	<input type="checkbox"/> - Telekommunikation	<input type="checkbox"/> Ausschreibungen
	<input type="checkbox"/> - Unternehmensprofile	<input type="checkbox"/> - Textil und Bekleidung	<input type="checkbox"/> Länderprofile
<input type="checkbox"/> F.A.Z.	<input type="checkbox"/> - Handelsregister	<input type="checkbox"/> - Transport und Logistik	<input type="checkbox"/> Förderprogramme
<input type="checkbox"/> Börsen-Zeitung	<input type="checkbox"/> - Jahresabschlüsse	<input type="checkbox"/> Ökologie	<input type="checkbox"/> Märkte
<input type="checkbox"/> Financial Times Deutschland	<input type="checkbox"/> weitere europäische Länder	<input type="checkbox"/> Energie und Rohstoffe	<input type="checkbox"/> regionale Strukturdaten
<input type="checkbox"/> SZ	<input type="checkbox"/> - Unternehmensprofile	<input type="checkbox"/> EDV und Computer	<input type="checkbox"/> <b>Bonnets</b>
<input type="checkbox"/> Die Welt / Welt am Sonntag	<input type="checkbox"/> <b>Personen</b>	<input type="checkbox"/> Management und Planung	<input type="checkbox"/> Bonnets, Aphonismen und Zitate
<input type="checkbox"/> NZZ / NZZ am Sonntag	<input type="checkbox"/> alles über Personen	<input type="checkbox"/> Marketing und Werbung	
<input type="checkbox"/> Frankfurter Rundschau	<input type="checkbox"/> Biographien	<input type="checkbox"/> Bank- und Finanzwesen	
<input type="checkbox"/> TAZ	<input type="checkbox"/> Manager	<input type="checkbox"/> Versicherungen	
<input type="checkbox"/> Der Spiegel		<input type="checkbox"/> Recht und Steuern	
<input type="checkbox"/> FOCUS		<input type="checkbox"/> Hotellerie und Gastronomie	

Abb. 1: GBI SchnellSuche. Auswahl der Datenbanken aus 77 Themenpools

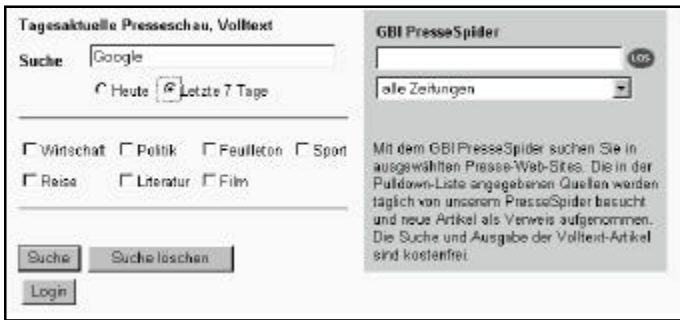


Abb. 2.: "Aktuelles": Tagesaktuelle Presseschau aus 30 Zeitungen und GBI PresseSpider, der Suche in 19 Presse Websites



Abb. 3: Maske zur datenbankübergreifende Suche in der GBI ProfiSuche. Beispiel eines kleinsten gemeinsamen Nenners von Suchfeldern mehrerer Datenbanken

sichtlich bleibt (siehe Abbildung 1). Die SchnellSuche offeriert dem Nutzer das gesamte Informationsangebot geordnet nach 77 Themenpools, hinter denen sich die entsprechenden Datenbanken verbergen. Diese Themenpools betreffen die Bereiche:

- Presse (allgemeine Bereiche und spezielle Zeitungen/Zeitschriften)
- Unternehmen
- Personen
- Fachzeitschriften
- Literaturnachweise
- Geschäfte und Märkte
- Bonmots.

Gefordert werden drei Pflichteingaben: die Eingabe von einem oder mehreren Suchbegriff(en), die Auswahl jeweils nur eines einzelnen Themenpools sowie die Festlegung des Suchzeitraums für die gesamte Zeit, den letzten Monat oder die letzte Woche. Welche Datenbanken den einzelnen Themenpools zugeordnet sind, kann dem Hilfetext der SchnellSuche entnommen werden. Das Eingabefeld der SchnellSuche kann wesentlich intensiver genutzt werden, als dies im Hilfetext angegeben wird. Sie erlaubt auch feldspezifische Suchargumente sowie das Verwenden Boolescher Operatoren. So funktioniert z.B. die Suche nach Begriffen, die im Titel vorkommen, oder nach Autorennamen, indem entsprechend dem Suchbegriff ".ti." oder dem Namen ".au." - gemäß AOS - angehängt wird. Mit der SchnellSuche wird - laut Auskunft der GBI - eine Zielgruppe angesprochen, die über AOS-Kenntnisse nicht verfügen muss. Wir fragen uns jedoch, ob der "Laie" mit dieser erwei-

terten Suchmöglichkeit bereits überlastet, oder anders ausgedrückt, ob er vielleicht von der GBI unterfordert wird. Der Profinutzer dürfte über diese Optionen hinreichend informiert sein, denn die GBI führt regelmäßig Trainings durch, in denen auch diese Sachverhalte angesprochen werden.

Die SchnellSuche nimmt dem Nutzer zwar eine Menge Arbeit ab, sie gestattet ihm jedoch keine eigenständige Kombinationsmöglichkeiten der Themenpools. Leider können nicht beliebig viele Themenpools koordiniert werden.

Für diejenigen, die an aktuellen Themen aus verschiedenen Zeitungen interessiert sind, bietet die Option **Aktuelles** die tagesaktuelle Presseschau im Volltext an. GBI hat dafür 30 namhafte Zeitungen zusammengestellt, auf die der Nutzer größtenteils schon ab 7 Uhr morgens zurückgreifen kann. Wir testeten die Aktualität und konnten dabei kaum Verzögerungen entdecken. Etwas erstaunt waren wir zunächst über die verspätete Präsenz unserer "Hauszeitung", dem Kölner Stadtanzeiger. Die Ereignisse der letzten zwei Tage ließen sich nicht recherchieren. Den Grund dafür fanden wir in der Datenbankbeschreibung, nämlich dass die Aktualisierung zwar täglich, allerdings 48 Stunden nach der Drucklegung vorgenommen wird. Im Kölner Stadtanzeiger sind keine Unterausgaben vertreten. Im Unterschied dazu bringt die

Allgemeine Zeitung Mainz ausführlich lokale Informationen über Adressen der Bereitschaftsdienste, Gratulationen an Geburtstagskinder oder die Lebensmittelangebote auf dem Wochenmarkt. Die Suche funktioniert ähnlich wie bei der SchnellSuche, nur in eingeschränkter Form. Während die Ausgabe der Volltext-Artikel bei der Presseschau mit Kosten verbunden ist, liefert der GBI **PresseSpider** einen kostenlosen Service (siehe zur Presseschau und zum PresseSpider Abbildung 2). Gesucht werden kann in 19 ausgewählten Presse-Websites, aktivierte Links in der Trefferliste leiten direkt zur entsprechenden Quelle weiter.

Die **ProfiSuche** lässt im Unterschied zur SchnellSuche wesentlich feinere und andersartige Suchen zu. Drei Suchwege können hier eingeschlagen werden. Wenn der Nutzer in genau einer Datenbank oder genau einem Datenbankpool recherchieren möchte, kann er dies unter **Direkt zur Datenbank** durchführen, und zwar entweder durch Auswahl aus der Pulldown-Liste (durch Scrollen bzw. Eintippen des Anfangsbuchstabens) oder durch Eingabe der Datenbank-Kurzform (ein Link führt zu den verwendeten Kürzeln). Falls sich

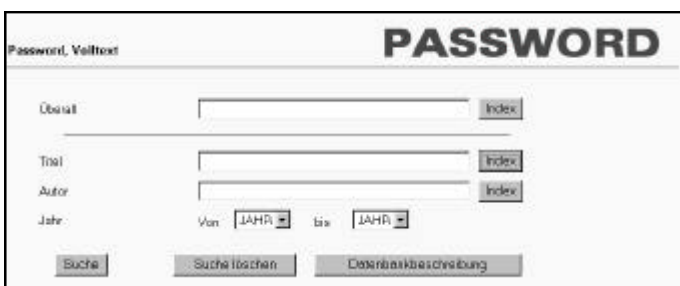


Abb. 4: Suchmaske einer Volltextdatenbank  
PASSWORD 02/2003

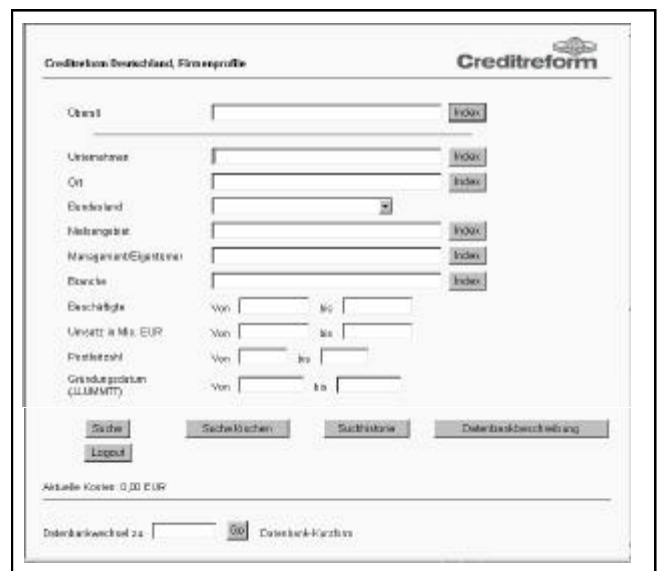


Abb. 5: Suchmaske einer Firmendatenbank

der Profikunde eine persönliche Datenbank eingerichtet hat, kann diese aufgerufen werden. Jede Datenbank bzw. jeder Datenbankpool hat seine eigene Suchmaske mit verschiedenen Suchfeldern, was sowohl die Anzahl als auch den Inhalt betrifft. Auf der rechten Seite der Maske schafft das jeweilige Logo einen Erinnerungseffekt. Bei datenbankübergreifenden Suchen ist die Angabe von Suchfeldern äußerst begrenzt und repräsentiert den kleinsten gemeinsamen Nenner der jeweiligen Datenbankdesigns (siehe Abbildung 3). Auch hier ist die AOS-Syntax einsetzbar.

Die Unterschiedlichkeit der Gestaltung demonstrieren die Password- und die Creditreform-Datenbank in den Abbildungen 4 und 5. Hier sind auch spezifische Recherchewünsche realisierbar. Eine einheitliche Suchmaske für alle Datenbanken würde wenig Sinn machen. Ab jetzt erfordert jeder weitere Schritt das Login. Zu fast jedem Feld der vielen datenbankspezifischen Suchmasken existiert ein Index; eine eventuelle Übernahme eines Indexeintrags oder auch mehrerer Einträge in die Suche geht problemlos. Anhand der Indexauszüge erkennt man leicht, ob der gesuchte Begriff in der Datenbank vorkommt oder nicht. Manchmal weist die Aufbereitung der Indices Mängel auf, wenn z.B. eine Phrase zerrissen wird. Bei Infodata suchten wir im Autorenfeld nach "Kaiser, Katrin", im Index vertreten waren nur 69 Treffer zu "Kaiser, Katrin". Bei einigen Datenbanken ist leider nur ein Wort- und kein eigentlich erforderlicher Phrasenindex vorhanden.

Angaben zur Datenbank erhält man durch Betätigung des Buttons "Datenbankbeschreibung". Datenbankbe-

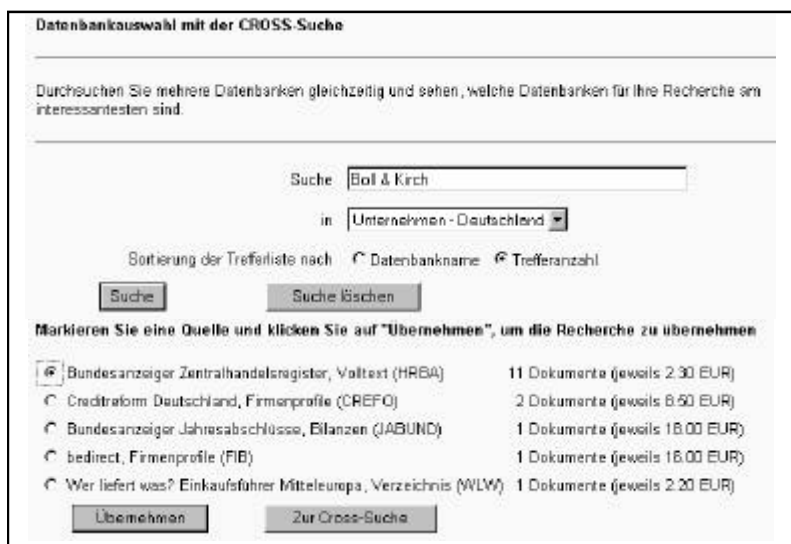


Abb. 7: Datenbankauswahl nach Suchargumenten mit der Cross-Suche

schreibungen lassen sich auch einsehen, wenn man in der Profisuchmaske dem Link "Informationen über die Inhalte der Datenbanken" folgt.

Was tun, wenn man nicht weiß, in welcher Datenbank man suchen soll? Die GBI hilft mit dem Explorer und der Cross Recherche. Der **GBI-Explorer** unterteilt die Datenbanken in die thematischen Bereiche Presse, Unternehmen, Branchen und Märkte, Literaturnachweise und Personen. Durch Öffnen der Ordner und deren Unterordner gelangt man zu den dazugehörigen Datenbanken. Öffnen wir z.B. den Ordner "Unternehmen", dann finden wir darunter die vier weiteren Ordner "Bilanzen", "Lieferanten und Produkte", "Unternehmen Europa" und "Unternehmen Deutschland". Abbildung 6 zeigt einen Ausschnitt derjenigen Datenbanken, die Informationen zu Unternehmen in Deutschland beinhalten. Wollen wir z.B. Recherchen zu Firmenprofilen durchführen, gelangen wir von hier aus direkt u.a. zur Datenbank Creditreform. Vergleichen wir die Suchmaske der SchnellSuche mit dem Suchverzeichnisbaum des GBI-Explorers, so erkennt man deren verschiedenartige Zuordnung.

Mit der **Cross-Suche** können mehrere Datenbanken gleichzeitig mittels Suchargumenten durchforstet werden. Wie überall beim GBI-Retrieval existieren auch bei dieser Option festgelegte Bereiche, und zwar: Presse, Unternehmen - Deutschland, Unternehmen - Europa, Geschäfte / Märkte und Wissenschaft. Nach der Eingabe eines Suchbegriffs (oder mehrerer Suchbegriffe) und der Auswahl eines Themenbereiches wird eine Liste

mit all denjenigen Datenbanken kreiert, in denen Trefferdokumente vorliegen (vgl. Abbildung 7). Der Nutzer muss sich für eine Datenbank entscheiden, er übernimmt die Suchanfrage und gelangt zur Suchmaske der ausgewählten Datenbank. Gerade bei einer datenbankübergreifenden Suche könnte man eigentlich erwarten, dass wir im Anschluss auch mehrere Datenbanken gleichzeitig öffnen können.

Ist man sich nicht sicher, welche Informationen in bestimmten Datenbanken gesammelt werden, in welchem Ort die Datenbank produziert wird, welche Sprache angeboten wird usw., so werden diese Auskünfte durch die Suche über die **Inhalte der Datenbanken** erzielt. Alle Datenbanknamen sind in einer Pull-down-Liste zu finden. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, irgendwelche Suchbegriffe in das Feld "Datenbankinhalt" einzugeben. Das System zeigt alle Datenbanken an, die die Suchanfrage betreffen. Anschließend kann der Nutzer auswählen, in welche Datenbankbeschreibungen er Einsicht nehmen möchte.

GBI the contentmachine bietet einen **AboService** an, der vom Nutzer ausgewählte Datenbanken in einem festzulegenden Suchlauf-Rhythmus (nach jeder Aktualisierung, an bestimmten Wochentagen oder monatlich) durchläuft. Der Nutzer bestimmt Suchbegriffe, die gewünschten Datenbanken, die maximale Anzahl der auszugebenden Dokumente und die Form des Ausgabeformats. Der Pushdienst wird über E-Mail abgewickelt. Ein AboService kann entweder gezielt über die Such-



Abb. 6: Der GBI-Explorer als Verzeichnisbaum

<input type="checkbox"/>	05.02 <b>Wirtschaftsförderung</b>	88%
	Deutsche Standorte der Informations- und Kommunikationswirtschaft BLISS Betriebswirtschaftliche Literatur, Referenz; 86 Worte; 1.20 EUR Volltext vorhanden: Sparkasse, Volltext: 2.00 EUR 	
<input checked="" type="checkbox"/>	04.02 <b>"Der Druck hilft der Branche"</b>	88%
	BLISS Betriebswirtschaftliche Literatur, Referenz; 43 Worte; 1.20 EUR Volltext vorhanden: WirtschaftsWoche, Volltext: 3.00 EUR 	
<input type="checkbox"/>	10.01 <b>Die Potsdamer Antwort -</b> "Qualifikationsengpässe in der Informationswirtschaft"	88%
	BLISS Betriebswirtschaftliche Literatur, Referenz; 65 Worte; 1.20 EUR Volltext vorhanden: Password, Volltext: 2.25 EUR 	
<input type="checkbox"/>	05.01 <b>Informationswirtschaft:</b> Know how ist der größte langfristige Engpass	88%
	BLISS Betriebswirtschaftliche Literatur, Referenz; 55 Worte; 1.20 EUR	

Abb. 8: Trefferliste der Dokumente mit Preisangaben und Hinweis auf Volltext

maske oder infolge einer Suchanfrage eingerichtet werden. Entdeckt etwa der Nutzer bei der Suche in einer einzelnen Datenbank (nicht jedoch bei datenbankübergreifenden Recherchen), dass eine abgewinkelte Suchanfrage sein persönliches Suchprofil für einen Abo-Service werden soll, kann er dies durch Anklicken des Buttons unterhalb der Suchergebnisse übernehmen. Das Suchprofil für mehrere Datenbanken muss "per Hand" zusammengestellt werden und geschieht nicht automatisch.

Je nach Wunsch lässt sich die Trefferliste der Dokumente entweder nach Relevanz oder nach Datum sortieren. Der Nutzer wird bei der GBI nie im Dunkeln gelassen, wie viele Kosten die Ausgabe eines einzelnen Dokumentes betragen würde. Die Gestaltung der Trefferliste beinhaltet einige wichtige Informationen, die der Nutzer für seine weitere Auswahl benötigt. Neben Datum, Titel des Dokuments und manchmal Autorennamen wird der Treffer gekennzeichnet durch Preis und Anzahl der Worte der bibliographischen Nachweise (Referenzen), durch Datenbankherkunft und des Relevanz Rankings. Bei den Datenbanken der Partner im EconDoc-Projekt (GBI, HWWA, ifo, USB Köln, ZBW) gibt es Hinweise auf digitale Volltexte sowie die Option des Document Delivery. Diese letztere Möglichkeit vermisst der Nutzer bei fremden Datenbanken wie "Infodata" oder "Betriebsführung und -organisation".

Uns ist anhand der Suchfrage und dem Rechercheergebnis der Trefferliste nicht ganz klar geworden, wie die Prozentzahl des Relevanzranking zustande kommt. Laut GBI werden Inhalterschließungsfelder (z.B. .co. oder .ct.) höher bewertet als etwa das Textfeld. Hinzu kommt die Häufigkeit, inwieweit das Suchwort in den entsprechenden Feldern vorkommt. Wir suchten "Internetportale" im Titel und erhielten einen Treffer mit einem Relevanzranking von 88 %. Danach recherchierten wir wie gehabt nach dem Titel und

zusätzlich im Autorenfeld nach "Rösch". Derselbe Treffer konnte ein Ranking von 55 % belegen. In der dritten Anfrage gaben wir nur "Rösch" in das Autorenfeld ein. Nun erhielt derselbe Treffer nur noch ein Ranking von 22 %. Intellektuell betrachtet würden wir behaupten, dass es in diesem Artikel hundertprozentig um Internetportale geht und Hermann Rösch der Al-leinautor ist. Kann der Nutzer intuitiv mit dem Ranking etwas anfangen? Die GBI kündigt an, dass sie an einer neuen Relevanzberechnung arbeitet, die leider erst kurz nach der Drucklegung dieses Artikels realisiert wird. Eine Bereinigung der formalen Elemente der Relevanz wird angestrebt. Positiv muss man allerdings anmerken, dass die GBI mit ihrer Variante des Relevance Ranking im Hostbereich recht früh am Markt war.

Abbildung 8 zeigt Artikel, die sowohl in der Referenzdatenbank BLISS nachgewiesen werden als auch den Standort derjenigen Datenbank, die den entsprechenden Volltext besitzt. Genios gilt als Wettbewerber der GBI. Dass Wettbewerb nicht ausschließlich Konkurrenz, sondern auch Partnerschaft bedeuten kann, erkennen wir ebenfalls aus diesem Beispiel. Der Volltext von "Der Druck hilft der Branche" liegt in der Wirtschaftswoche auf, dessen Datenbankversion Genios vertreibt.

Bei bibliographischen Datenbanken muss grundsätzlich zunächst der Referenznachweis und danach (falls erwünscht) der Volltext bezahlt werden. Ist bei einer Referenzdatenbank nicht zusätzlich ein Volltext vorhanden, so hat der Nutzer trotzdem die Chance, an den Text zu gelangen. Unterhalb des Referenznachweises klickt er auf "Kopienbestellung" und gelangt somit zum Bestellauftrag. Die Bibliotheken des HWWA (Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv), die ZBW (Deutsche Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften), das Informationszentrum des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung und die Universitäts- und Stadtbibliothek Köln führen die Bestellungen per Postweg oder Fax aus. Ebenfalls möglich sind Buchausleihen.

Es kommt nicht selten vor, dass der Forscher seine Suchschritte im Überblick zurückverfolgen möchte, um eventuell eine erneute Suchanfrage - aber diesmal mit veränderten Kombinationen - zu versuchen. Hierzu kann er sich die Suchhistorie anzeigen lassen und ausgewählte Suchschritte mittels Boolescher Operatoren verknüpft neu starten (vgl. Abbildung 9).

Fassen wir noch einmal stichpunktartig die GBI-Suchpalette zusammen!

#### ● SchnellSuche

- SchnellSuche: Eingabe von Suchbegriff(en), Auswahl des Themenpools bzw. Zeitraumes ↓ Trefferliste ↓ Login ↓ kostenpflichtige Dokumentanzeige

- Aktuelles: wie bei SchnellSuche

- GBI PresseSpider: Eingabe von Suchbegriff(en), Auswahl der Website(s) ↓ Trefferliste mit Links ↓ kostenlose Dokumentanzeige

#### ● ProfiSuche

- Datenbankinhalte: Wahl des Datenbanknamens und / oder Eingabe von Suchbegriff(en) ↓ Trefferliste der Datenbanken ↓ Datenbankbeschreibungen

- Direkt zur Datenbank: Auswahl aus Pulldown-Liste oder Eingabe von Datenbankkurzform ↓ Datenbankspezifische Such-

**Rechercheschritte**

Lfd. Nr.	Recherche	Treffer
[ 1 ]	("CONTOURS Femreisen GmbH".CO)	?
[ 2 ]	GBI.CO: %%	0
[ 3 ]	("GBI Gesellschaft fuer betriebswirtschaftliche Informationen".CO)	?

Bitte Suchschritte mit Nummern [ ] eingeben und mit den Operatoren AND, OR oder NOT (z.B. 1 OR 2) verknüpfen.

Abb. 9: Anzeige der Suchgeschichte mit gleichzeitiger Möglichkeit, die Suchschritte in einer neuen Recherche mittels Boolescher Operatoren zu übernehmen

maske ↴ Login ↴ Eingabe in Suchfelder und eventuell Suche im Index ↴ kostenpflichtige Dokumentanzeige

- GBI-Explorer: Aufblättern des thematisch geordneten Verzeichnisbaumes ↴ Auswahl einer Datenbank ↴ Datenbankspezifische Suchmaske ↴ Login ↴ Eingabe in Suchfelder und eventuelle Suche im Index ↴ kostenpflichtige Dokumentanzeige

- Eingabe von Suchbegriff(en) und Auswahl eines Bereiches ↴ Quellenliste der Datenbanken mit Anzahl der Trefferdokumente und Preisangabe der Anzeige ↴ Auswahl und Übernahme genau einer Quelle ↴ Anzeige der Trefferliste ↴ Login ↴ kostenpflichtige Dokumentanzeige

- **AboService:** Pushdienst eines persönlichen Suchprofiles.

Wenn man die Suchfunktionalitäten und deren Sinn erst einmal verstanden hat, kommt man auch sehr gut damit zurecht.

Für das Retrieval bietet GBI den Kunden (neben der Websuche) zusätzlich via Telnet oder X.25 die direkte Nutzung des eigens entwickelten Retrievalsystems **AOS** (Advanced Online Search) an. Bei der Websuche werden die Suchargumente des Kunden in die Sprache von AOS übersetzt, der eigentliche Retrievalvorgang wird stets in AOS bearbeitet.

Bei der Übertragung der Login-Informationen fiel uns auf, dass die Daten nicht



Abb. 10: Das Flaggschiff der selbstproduzierten Datenbanken der GBI: BLISS

verschlüsselt über die Leitung gehen. Besteht hier kein Bedarf an SSL?

## Content: Stärken bei Wirtschaftswissenschaft, Unternehmensdossiers und Presse

330 Datenbanken stehen derzeit zur Verfügung, wobei sich die Anzahl der verschiedenen Datenbanken auf folgende Informationsinhalte bezieht:

- (Wirtschafts-) News (40)
- Firmeninformationen (50)
- weitere Wirtschaftsinformationen (200)
- Rechtsinformationen (20)
- weitere Informationen (20).

Neben Volltextdatenbanken verfügt GBI über Referenzdatenbanken mit bibliographischen Angaben, Hinweisen zum Standort der Literatur sowie der Möglichkeit zur Kopienbestellung und über Faktendatenbanken, die Fakten, Statistiken und Tabellen enthalten. Insgesamt werden über 40 Mio. Presse-, Unternehmens- und Handelsregisterdaten angeboten, dies entspricht mehr als 1,5 Terabyte Daten.

Besonders erwähnenswert ist das Produkt **wiso-net.de**, eine Bündelung wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher bibliographischer Datenbanken mit Volltextanschluss über **wiso-plus**. Das Produkt spricht vor allem Hochschulbibliotheken an. Studierende wie Forscher und Lehrende recherchieren gezielt nach bibliographischen Datensätzen oder nach Termen in Volltexten und erhalten direkt danach die gefundenen Dokumente.

Die **Datenbankproduktion** spielt bei der GBI eine wesentliche Rolle, immerhin entfallen 25 % des Umsatzes auf unternehmenseigene Datenbanken. Die bibliographischen Datenbanken **BLISS** (siehe Abbildung 10) und **FITT** erheben die formalbibliographischen Angaben der Quelle und bieten eine Inhaltserschließung durch Deskriptoren des Standard-Thesaurus Wirtschaft sowie durch Notationen der NACE und der (allerdings veralteten) SIC. Ergänzt wird die Sacherschließung durch so etwas wie "Abstracts", in der Regel kurze und wenig informationsreiche Annotationen.

Auf eine außergewöhnliche, insbesondere Information Professionals ansprechende Funktion sei hingewiesen. Der **Standard-Thesaurus Wirt-**

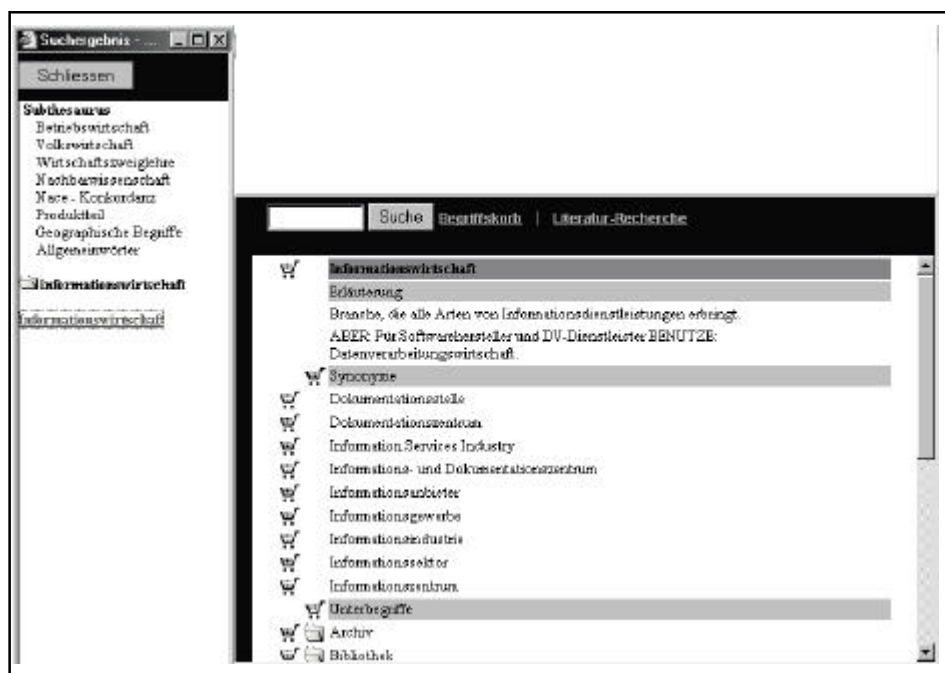


Abb. 11: Deskriptoren "einkaufen": Warenkorb der Suchargumente aus dem Standard-Thesaurus Wirtschaft



Abb. 12: Anzeige eines Volltextes (Beispielauszug)

**schaft** ist in der GBI-Suche fest verankert, und dies mittels anschaulicher Präsentation. Nach der Eingangsmaske mit dem Avatar "Thesaurier" navigiert der Nutzer durch die Hierarchien bzw. Assoziationsrelationen oder sucht konkret nach Deskriptoren. Der Deskriptorsatz (siehe Abbildung 11) zeigt nicht nur alle Nicht-Deskriptoren, Ober- bzw. Unterbegriffe und verwandte Begriffe, sondern lässt diese Begriffe in einen Warenkorb einsammeln. Klickt man z.B. auf "Unterbegriffe", werden alle Unterbegriffe mit in die Suche übernommen. Dies ist besonders nützlich bei Deskriptoren mit vielen Unterbegriffen (man denke z.B. an "EU-Staaten" mit ihren 15 Mitgliedsländern). Natürlich kann man auch jeden Begriff einzeln mitnehmen.

Etwas ungewöhnlich und entgegen den Regeln eines Thesaurus ist das Einsammeln von Synonymen (Nicht-Deskriptoren) in den Warenkorb. Im Feld CT haben Nicht-Deskriptoren nichts zu suchen. GBI kopiert die Terme jedoch ins "Überall"-Feld, und hier können Synonyme durchaus vertreten sein, da außer dem Deskriptorfeld auch andere Felder

wie Titel oder Abstract angesprochen werden.

Die Datensätze werden stets im HTML-Format angezeigt (siehe Abbildung 12), für die Weiterverarbeitung in Office-Umgebungen steht eine RTF-Schnittstelle zur Verfügung. Möchte man das Originallayout einsehen (und ist dieses vorhanden), nutzt man den Link zum Original (PDF). Ist in einem Fließtext eine Graphik abgebildet, so wird diese in einem eigenen Datensatz gespeichert und per Link ("zeige Graphik") erreicht (Abbildung 13).

Neben dem

AboService verfügt die GBI über einen zweiten Pushdienst. **GBI KnowledgeSummaries** bezeichnet jenen Service, der die Trends aus den betriebswirtschaftlichen Themenbereichen zusammenfasst und den Kunden jeweils über den neuesten Stand seines Interessengebietes informiert. Abonnenten erhalten kontinuierlich den spezifisch ausgewählten Informationszuwachs per E-Mail zugesandt. Inhalt der KnowledgeSummaries sind Sammelreferate, die von einem Autorenteam intellektuell erstellt werden. Es handelt sich dabei nicht nur um "vorgefertigte" Recherchen, die in einen Kontext gebracht werden, sondern um eine inhaltliche Aufbereitung dieser Informationen zu Trendausagen. Diese sicherlich aufwendige Arbeit komprimiert Informationen auf nicht rein maschineller Basis und erweitert das Informationsangebot eines Hosts auf extravagante Weise. Der Nutzer wird aufgrund empirischer Vorüberlegungen und Analysen auf mögliche aktuelle Entwicklungen aufmerksam gemacht. GBI zeigt, wie man Informationen eines Informationsanbieters weiterverarbeiten kann. Wie geschieht dies?

150 managementrelevante Fachzeitschriften und Zeitungen werden nach aktuellen Kernthemen durchsucht, ihre Inhalte identifiziert und in einen Zusammenhang gestellt, ihre Kernaussagen auf zwei bis drei Seiten dargestellt sowie letztendlich als eigenständige Referate 25 ausgewählten betriebswirtschaftlichen Themenbereichen zugeordnet. Ein und derselbe Artikel kann durchaus eine mehrfache Zuordnung haben: "Usability-Test" von 07/2002 ist sowohl unter dem Bereich Information & Kommunikation als auch unter Marktforschung zu finden. Abbildung 14 zeigt einen

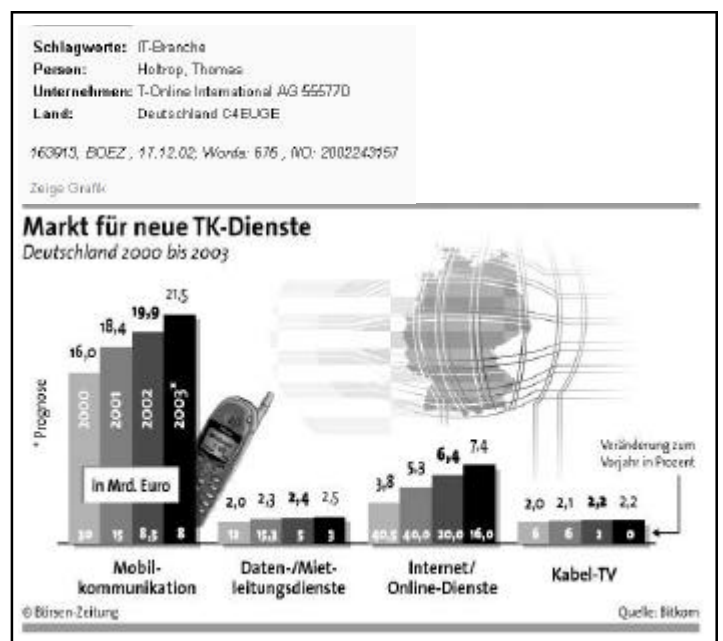


Abb. 13: Link zu einem Grafikdatensatz



Auszug zur Bedeutung von Usability-Tests, hintangestellte Fußnoten beziehen sich auf die Quellen des Textes.

Die Lieferungen der Beiträge sind teilweise unregelmäßig und richten sich nach den Fachgebieten, durchschnittlich erscheinen derzeit zwei Summaries pro Monat und Fachgebiet. Links führen zu den Volltexten der verwendeten Quellen hin.

Unter dem Service **Content Integration** bietet GBI seinen Vertragskunden verschiedene maßgeschneiderte Lösungsmöglichkeiten zur Betreuung kontinuierlich wiederkehrender Kundenwünsche und damit zur Befriedigung des speziellen Informationsbedarfs. Die Einbindung von Datenbankleistungen in das eigene Intranet nutzen Unternehmen wie z.B. Siemens, Daimler-Crysler oder McKinsey. Handelt es sich um einen geschlossenen Personenkreis, kann die zielgruppengerechte Inhaltsauswahl durch Private Files gestaltet werden; genannt wird die IKOM Presesdatenbank. Oder Unternehmen integrieren auf dem Wege des Content-Syndication GBI Hostangebote in ihr Portal, wie es bei Soldan oder Valuenet vorzufinden ist.

Wie wird die Qualität der Datensätze und Indices bei der GBI garantiert? Hierzu müssen wir unterscheiden zwischen selbstproduzierten und fremden Datenbanken. Bei eigenen Datenbanken sind einige Prozeduren zur Fehlervermeidung implementiert, etwa die Verwendung von Listen bei der Eingabe und dem Korrekturlesen der Dokumente. Eine **Qualitätskontrolle** zugedieferter Datenbanken findet nicht statt. Eventuell vorhandene Fehler werden blind übernommen. Dieses Vorgehen

erscheint uns doch recht bedenklich. Ein Industrieunternehmen, das analog vorgehen würde, wäre sicher bald vom Markt verschwunden. Gerade im Unterschied zu den ungeprüften Internetinformationen setzt die Branche elektronischer Informationsdienste auf Qualitätsinformation. Dann müsste eigentlich die Qualität zugedieferter Informationen überprüft werden. Andererseits ist uns natürlich klar, dass diesen Preis der Informationsprodukte weiter in die Höhe treiben dürfte. Gibt es hier etwa auch Probleme mit dem Urheberrecht? Bestehen die Informationsproduzenten auf die Integrität ihrer Daten - einschließlich der falschen Angaben? Ein Dilemma?

## Die GBI in Markt und Wettbewerb

Betrachten wir die Stellung der GBI innerhalb des Teilmarkts der Wirtschaftsinformationen! Als größter Konkurrent auf dem deutschen Markt wird der Host Genios eingestuft. Was hat die GBI, das ihre Wettbewerber in dieser Stärke nicht haben? Die GBI sieht ihre Alleinstellungsmerkmale in dem Angebot der wirtschaftswissenschaftlichen Fachliteratur und den Unternehmensdaten. Die wichtigsten Kooperationspartner sind Frankfurter Allgemeine Zeitung, Bundesanzeiger, Neue Zürcher Zeitung, Börsen-Zeitung und Creditreform. Österreich und Schweiz zählen zu den Hauptexport und -importländern der GBI. 15 % der in Deutschland produzierten Informationen werden im Ausland und umgekehrt 10 % der im Ausland produzierten Informationen wer-

den in Deutschland verkauft.

Bepreist werden ausschließlich Datensätze. GBI bietet diverse Preismodelle für ihre Kunden an: Abonnements (mit Pauschalpreisen) sind genauso möglich wie u.a. Rabatte, Konsortialpreise und Pay per Use. Die Pauschalpreise beziehen sich auch auf Volltextdatenbanken wie etwa wiso-plus. Die reine Recherchetätigkeit im Web und - seit Januar 2003 auch mittels der Kommando-Retrievalsprache AOS, die bislang noch eine Verbindungs- bzw. Zeitgebühr verlangte - ist kostenlos. Erst der Dokumentenabruf und dessen Weiterverarbeitung werden berechnet.

Die Handelsregister-Datenbank (HRBA) bietet am Ende der Trefferliste die Sonderfunktion "Alles zur Firma (9,20 EUR)" an. Auf diese Weise lassen sich einfach per Click alle zum Unternehmen passenden Dokumente zu einem Pauschalpreis anzeigen. Nur bei einer Ausgabe von weniger als vier Dokumenten wird der (billigere) Preis nach Preisliste errechnet.

Im Durchschnitt der letzten fünf Jahre erzielte die GBI eine jährliche Umsatzsteigerung von rund 15 %. Erwartet werden trotz der derzeit wenig erfreulichen Wirtschaftslage in Deutschland dennoch eine Steigerungsrate von 5 % pro Jahr für die nächsten fünf Jahre.

Wie sieht es mit der Entwicklung der Anzahl der Vertragskunden aus? Konnten in den letzten fünf Jahren durchschnittlich 20 % jährliche Zuwachsraten verzeichnet werden, so rechnet GBI für den kommenden Fünf-Jahres-Intervall mit einem abgeschwächten Wachstum von nur 10 %. Die Steigerungsrate der Laufkundschaft wird sich relativ konstant auf einem Level von 20 % Zuwachs pro Jahr halten.

An zentralen Innovationen der letzten fünf Jahre nennt GBI:

- Websuche
- Schnellsuche
- Intranetlösungen
- KnowledgeSummaries
- Aggregation von Unternehmensdaten.

Für die künftige Entwicklung des Hosts werden folgende Forschungs- und Entwicklungsarbeiten ins Auge gefasst:

- compressed data
- enriched data.

Insgesamt schätzt die GBI das Internet als Innovation ein, die dem Unternehmen nicht geschadet, sondern genutzt hat. Den Innovationen entsprechend setzt

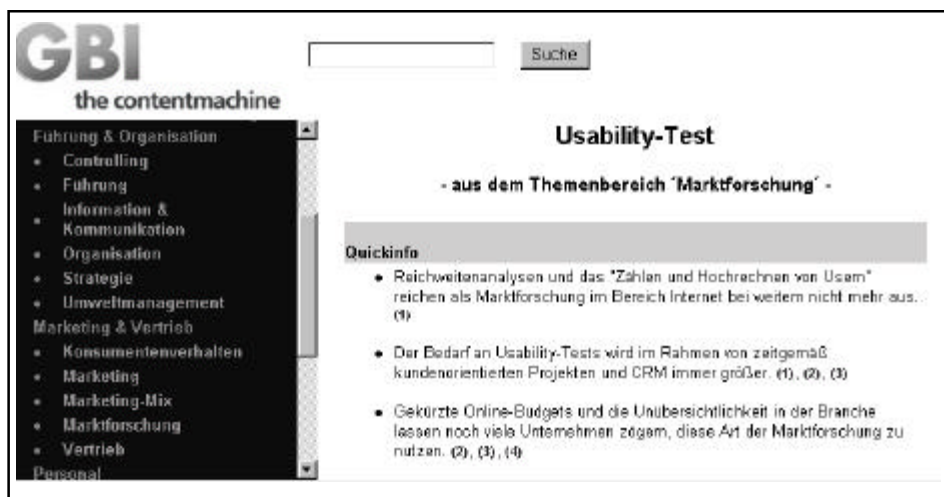


Abb. 14: KnowledgeSummaries: Redaktionelles Sammelreferat

die GBI auf qualifiziertes Personal, das konzeptionelle Kreativität, Kenntnisse in Projektmanagement sowie Verständnis für EDV in sich vereinigt. An kritischen Erfolgsfaktoren für die Zukunft der GBI nennt unser Unternehmen (1: besonders relevant; 6: völlig irrelevant):

- strategische Allianzen mit Verlagen (1)
- Kooperation mit Hochschulen (1)
- Produktinnovationen (1)
- Innovationen bei Diensten (1)
- Ausweitung des B-to-C-Marktes (2)
- Strategische Allianzen mit Unternehmen der eigenen Branche (2)
- Strategische Allianzen mit Bibliotheken (2)
- Größeres Angebot an Datenbanken (2)
- Einheitliche Indexierung über alle Datenbanken (2)
- Kostengünstigere Inputorganisation (2)
- Qualitätsverbesserungen (2).

Am wenigsten erfolgsrelevant sind für die GBI strategische Allianzen mit Unternehmen der New Economy (5), Volltexte ausschließlich im Originallayout (5) und der Aufbau noch mächtigerer Booleschen Retrievalsysteme (6).

---

## Fazit

---

Wir wollen ein vorläufiges Fazit ziehen; vorläufig deshalb, weil wir nach Abschluss der Besprechung aller Wirtschaftshosts noch einmal - dann jedoch vergleichend - auf die einzelnen Anbieter zurückkommen werden. Die **Stärken** des derzeitigen GBI-Angebots liegen beim umfassenden Content der Wirtschaftswissenschaften und deren Nachbardisziplinen und in der bereits weit ausgebauten Volltextanbindung an bibliographische Datenbanken mit dem Volltext im (suchbaren) ASCII-Format, in der Anzeige des Originallayouts im PDF-Format sowie eventuell als Fotokopie. Beim Pushdienst der Knowledge-Summaries führt GBI vor, wie Sammelreferate gut geschrieben werden und was man aus vorhandenen Datenbankinhalten machen kann. Mit der SchnellSuche hat die GBI einen Weg gefunden, den Gelegenheitskunden im Web anzusprechen: eine Eingabe in genau ein Fenster und zusätzlich zwei Kreuzchen - das schafft jeder Google-Nutzer. Eine Stärke ist sicherlich auch die Vielfältigkeit des Angebots mit einem Mix aus zentralen Newsquellen (Börsen-Zeitung, FAZ usw.), Firmenprofilen, Handelsregistereinträgen und wirtschaftswissenschaftlicher Fachliteratur. Besonders auffällige **Schwächen** identifizierten wir bei der Qualitätskontrolle beim Input, weniger bei eigenen Datenbankprodukten (obgleich auch da nicht alles 100% stimmt), aber bei den

zugelieferten "Vorprodukten", wo keinerlei Kontrolle stattfindet. Das Relevance Ranking umfasst derzeit auch formale Kriterien - was theoretisch einfach falsch ist. Die Rangordnungen sind intellektuell nicht nachvollziehbar. Wir freuen uns schon jetzt auf die angekündigte neue Fassung. GBI steht in einem dynamischen Marktumfeld. Was tut der Wettbewerb? **Risiken** sehen wir vor allem bei neuen Wettbewerbsprodukten, die etablierte GBI-Datenbanken angreifen. Da immerhin ein Viertel des gesamten GBI-Umsatzes auf eigene Erzeugnisse fällt, ist Vorsicht angebracht. Die BLISS - vormals konkurrenzloses Monopolprodukt - steht nicht alleine, da die HWWA-Datenbank sich zunehmend dem betriebswirtschaftlichen Literaturbereich öffnet. Die FITT ist bedroht durch die EconPress der Partner HWWA und ZBW. Abgeschwächt wird das Risiko durch die gute Partnerschaft der Münchner mit den beiden Informationsproduzenten aus dem hohen Norden; eine noch engere Kooperation zwischen GBI und HWWA / ZBW ist ohnehin schon angedacht. Genios ist der stärkste Wettbewerber der GBI; trotzdem sehen wir hier kein Risiko, da beide Wettbewerber ihre spezifischen Stärken und Kunden behaupten können. Die **Chancen** der GBI liegen u.E. im Ausbau der Kooperationen mit den Verlagen im Wirtschaftsbereich und in der Bündelung der vielfältigen Informationsarten (bibliographische Informationen, Fakteninformationen und Volltexte) zu einem Suchthema. Auf dem Gebiet der wirtschaftswissenschaftlichen Informationen dürften sich die deutschen Hochschulbibliotheken in einer Lock-In-Situation befinden. Für die GBI bedeutet dies einen recht sicheren Absatzbereich auch für die Zukunft.

Die **Bonmot**-Datenbank mit Sprüchen und Aphorismen ist eine erfrischende Ergänzung zu den restlichen GBI-Datenbanken. Die Zitate beleben die Sprache eines jeden Redners und Autors. Und so enden wir mit einem chinesischen Sprichwort - natürlich aus Bonmot. Die Maxime eines Hosts sei: "Bewirte deine Gäste, doch halte sie nicht auf." Hinzuzufügen ist, "... und mache sie zufrieden (content)".

*Mechtild Stock (MechtildStock@aol.com)*

*Wolfgang G. Stock  
(Stock@phil-fak.uni-duesseldorf.de)*

---

## Kontakt

---

### **GBI the contentmachine**

Gesellschaft für  
Betriebswirtschaftliche Information mbH

Gesellschafter, Geschäftsführer:  
Dr. Christoff Aschoff  
Dr. Peter Müller-Bader

Freischützstr. 96  
81927 München

Homepage: [www.gbi.de](http://www.gbi.de)  
Tel.: 089/992879-0  
Fax: 089/992879-99  
E-Mail: [infogbi@gbi.de](mailto:infogbi@gbi.de)

---

## Literatur (Auswahl)

---

Ruth Göbel: Qualitätsverbesserung beim Wirtschaftshost durch retrievalunterstützende elektronische Serviceleistungen. - In: Deutscher Dokumentartag 1993. - Frankfurt: DGD, 1994, 197-209.

Ruth Göbel: German language newspapers as online sources for business information. - In: Online Information 94. - Oxford: Learned Information, 1994, 637-648.

Katrin Kaiser: WISO: Von der Referenzdatenbank zum Volltextarchiv. - Bibliotheksforum Bayern 30 (2002), 39-45.

Patrick Müller: Der klassische Host wird trotz Internet überleben. - In: Nachrichten für Dokumentation 49 (1998), 282.

Peter Müller-Bader: Sicherung der Qualität von Wirtschaftsdatenbanken. - In: Password Nr. 9 (1993), 21-22.

Thomas Sänger: Die Erschließung der Datenbank Bliss in der Online- und in der CD-ROM-Version. - Köln: Greven, 1994. - (Kölner Arbeiten zum Bibliotheks- und Dokumentationswesen; 20).