

Wirtschaftshosts

# Dialog, Factiva, GBI und GENIOS im Qualitätsvergleich

**Online-Hosts für Wirtschaft und News auf dem deutschen Informationsmarkt. Eine komparative Analyse von Mechtild Stock und Wolfgang G. Stock.**

Online information providers for business/economy and news in the German information market. A comparative analysis.

*Abstract.* We compare the content aggregators DataStar, DIALOG, Factiva, GBI, GENIOS, NewsEdge and Profound concerning their place in the market of electronic information services in Germany, their offered databases, the power of their retrieval systems and the usability of their Web sites. Analysed topics are the competitive situation and the cooperations, the strengths and unique selling points of the information providers and the critical success factors of the market sector of business/economy hosts.

*Zusammenfassung.* Wir vergleichen die Content-Aggregatoren DataStar, DIALOG, Factiva, GBI, GENIOS, NewsEdge und Profound hinsichtlich ihrer Stellung auf dem Markt elektronischer Informationsdienste in Deutschland, ihrer Angebote an Datenbanken, der Mächtigkeit der Retrievalsysteme sowie der Bedienbarkeit ihrer Web-Oberflächen. Besprochen werden die Wettbewerbssituation sowie die Kooperationen, die Stärken bzw. Alleinstellungsmerkmale der Informationsanbieter und die kritischen Erfolgsfaktoren des Marktsegments der Wirtschaftshosts.

Mit GBI the contentmachine, Factiva, DIALOG, DataStar, Profound, NewsEdge und GENIOS haben wir aus dem Gesamtmarkt der deutschen Online-Hosts das Teilsegment der Wirtschaftsinformationen besprochen und abgeschlossen. Die Einordnung von DIALOG und DataStar in den Wirtschaftsbereich ist nur zum Teil korrekt, da diese Informationsanbieter neben Wirtschaftsinformationen auch zusätzlich wissenschaftlich-technisch-medizinische

Informationen offerieren. LEGIOS-Daten sind ebenfalls über GENIOS erreichbar; wir widmen uns jedoch diesem Host gesondert, wenn wir den Bereich der Rechtsinformationen testen.

## Wirtschaftshosts in Mikro-Markt-Nische

Welche Rolle spielen die Wirtschaftshosts auf dem deutschen Infor-

mationsmarkt? Um die Stellung der Hosts annähernd plausibel einschätzen zu können, benötigen wir Vergleichsaspekte. Als Anhaltspunkte wählen wir die Umsätze und Mitarbeiterzahlen der Firmeninformationsanbieter in Deutschland, einem Segment, was mit unserem doch nahe verwandt ist. Frappierende Unterschiede tun sich bei einer Gegenüberstellung der beiden Gruppen auf. Demnach erwirtschaften zwölf Anbieter von Firmeninformationen und verwandten Services im Jahre 2000 rund 750 Mio. EURO auf dem deutschen Informationsmarkt. Sie beschäftigen gut 7.000 Mitarbeiter (vgl. Stock/Stock 2001, S. 128). Hierbei sind allerdings bei Creditreform oder bei der Schober Information Group alle Umsätze und alle Beschäftigten mitgezählt worden. Wir wollen hiermit nur einen Vergleichswert setzen, inwieweit der betrachtete Teilmarkt den deutschen Informationsmarkt durchdringt.

Wie verhalten sich demgegenüber unsere Wirtschaftshosts? In Tabelle 1 sind die Umsätze der Hosts aufgelistet. Demzufolge entfallen nur insgesamt 25 Mio. EURO auf den deutschen Markt. Da DataStar und DIALOG zu geschätzten 50% WTM-Informationen vertreiben, sind in der Tabelle auch nur 50%

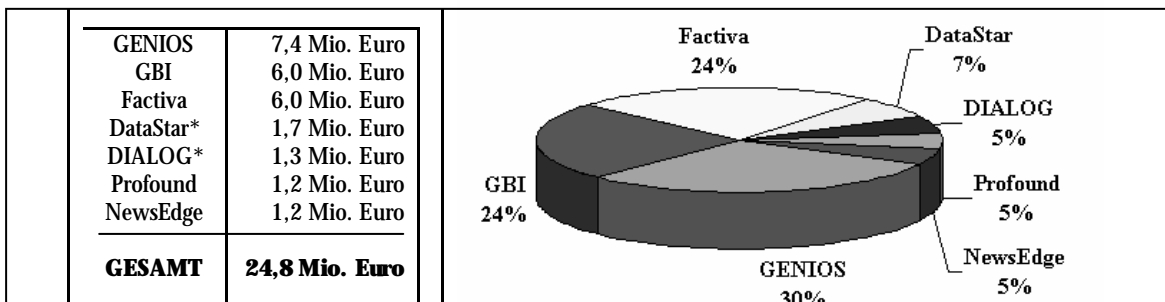


Tabelle 1: Umsätze der Wirtschaftshosts auf dem deutschen Markt (2001; Schätzungen)

\*: bei DataStar und DIALOG: 50% des Gesamtumsatzes (die anderen 50% entfallen auf WTM-Informationen)

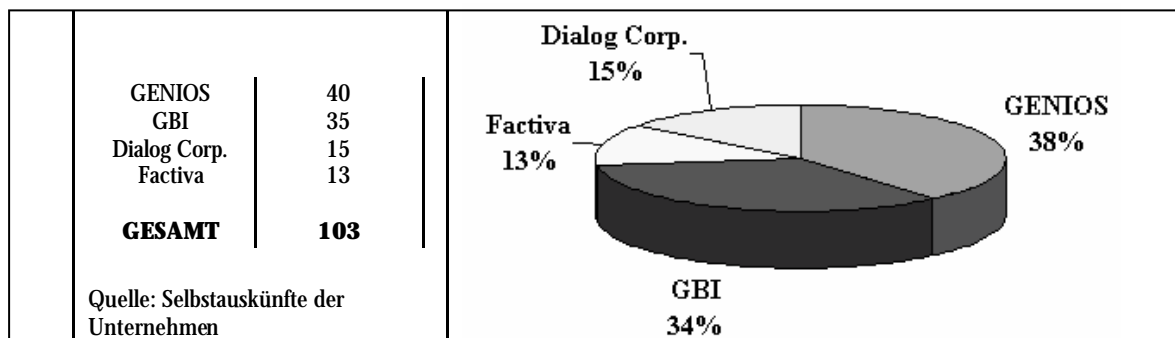


Tabelle 2: Mitarbeiter der Wirtschaftshost in Deutschland (Stand 2001)

des Gesamtumsatzes der Produkte für den Wirtschaftsbereich einbezogen. Unsere sieben Wirtschaftshosts haben summa summarum bloß ein Dreißigstel des Umsatzes der zwölf Firmeninformationsanbieter aufzuwarten. Angesichts dieses enormen Unterschiedes müssen wir feststellen, dass die Hosts allenfalls eine Nischenposition auf dem Gesamtmarkt der Wirtschafts- bzw. Firmeninformationen einnehmen. Wenn man bedenkt, dass sich die Datenbanken der beiden Teilmärkte doch weit überschneiden (man beachte u.a. Creditreform, Kompass, Wer liefert was?) fragt man sich, warum so wenige Nutzer den Weg über die Hosts zu diesen Datenbanken wählen. Zum Teil erklärt sich dieser Umstand damit, dass nur Teilmengen der Firmendatenbanken (etwa weniger Felder oder weniger Datensätze) bei den Hosts aufliegen. Teilweise kommen auch auf die jeweiligen Datenbanken zugeschnittene Dokumentationsmethoden und Retrievalsysteme bei den Wirtschaftshosts nicht zur Geltung. Diese Defizite führen den Nutzer anscheinend direkt zum Informationsproduzenten - am Host vorbei. Online-Hosts setzen sich einen breiteren Informationsvermittlungsanspruch gegenüber den einzelnen selbst vermarktenden Informationsanbietern, indem sie zu bestimmten Informationsgebieten möglichst viele verschiedenartige Contents offerieren und eine Zusammenfügung der Daten unter einem Retrievalsystem und einer Oberfläche anstreben. Ist bei dem Nutzer etwa eher Informationstiefe als Informationsbreite gefragt?

Die Wirtschaftshosts beschäftigen auch deutlich weniger **Mitarbeiter** in Deutschland, als dies die vergleichenden Firmeninformationsanbieter machen (vgl. Tabelle 2). Die geringe Mitarbeiterzahl bei Factiva und der Dialog Corp. resultiert darin, dass diese Hosts neben den

deutschen Vertretungen viele Mitarbeiter in ihren ausländischen Hauptsitzen haben.

## Wirtschaftshost in Wettbewerb und Kooperation

Unsere Wirtschaftshosts stehen selbstverständlich nicht konkurrenzlos nebeneinander, vielmehr blickt jeder von ihnen auf bestimmte **Wettbewerber**. Welcher Host nach Selbsteinschätzung den anderen als Konkurrenten einordnet, veranschaulicht Abbildung 1. Hiernach sieht GBI nur GENIOS als zentralen Wettbewerber an, notiert jedoch zusätzlich Factiva (vor allem wegen der Überschneidung mit der F.A.Z.) sowie Lexis-Nexis (wegen der Börsenzeitung) als mögliche Wettbewerber. GENIOS hingegen nennt neben GBI auch Factiva und - was einmalig und äußerst interessant ist - das Internet. Wie kein anderer Wirtschafts-

host wirbt GENIOS um Gelegenheitsnutzer im Web. Die verschiedenen angebotenen Bezahlmethoden für diese Art Kundschaft belegen diese Intentionen. Gelegenheitsnutzer werden sich im Unterschied zu den Professionals im verstärkten Maße zunächst auch um "billige" Informationen aus dem Internet kümmern. Dies macht die (ungewöhnliche) Einstufung des kostenlosen WWW als Konkurrenten für GENIOS verständlich. Factiva sieht sich im Wettstreit mit allen Wirtschaftshosts und zusätzlich noch mit Lexis-Nexis, der neben Rechtsinformationen über ein großes Angebot an Wirtschaftsinformationen verfügt. Die Dialog Corp. letztendlich konkurriert mit Factiva und Lexis-Nexis, mit jenen Hosts, die genauso wie sie selbst vorwiegend englischsprachigen Content besitzen.

Auf welche **Kooperationspartner** legen die Hosts großen Wert? Zunächst nennen alle die gute Beziehung zu ihren jeweiligen Datenbankproduzenten als

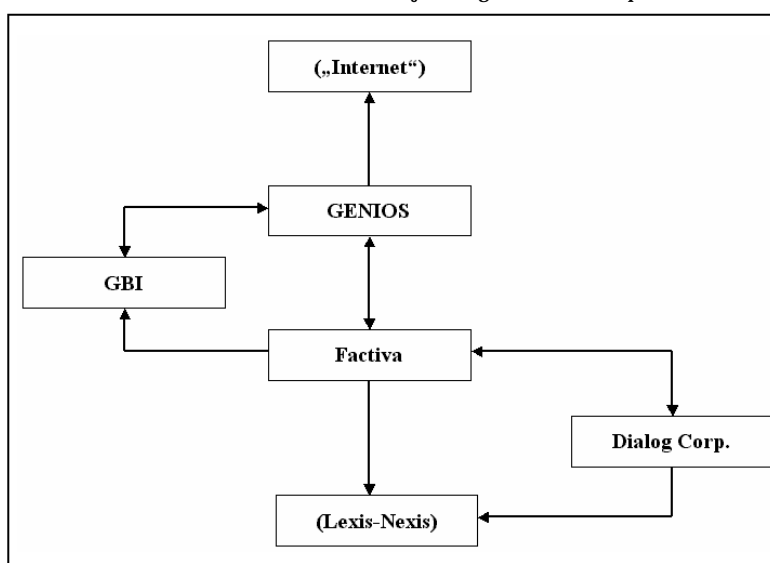


Abbildung 1: Wahrnehmung der Wettbewerber in der Einschätzung der Hosts (die Pfeilspitze zeigt auf den genannten Wettbewerber; der Doppelpfeil meint entsprechend, dass beide Unternehmen sich wechselseitig als Wettbewerber einstufen; in Klammern: Nennungen außerhalb des Bereichs Wirtschaft). Quelle: Selbstauskünfte der Unternehmen

wichtige Zusammenarbeit (vgl. Abbildung 2). Weiter erkennen wir, dass Konkurrenz eine Kooperation keineswegs ausschließt. GBI und Factiva arbeiten jeder für sich mit GENIOS zusammen. Die Dialog Corp. geht im Vergleich zu den anderen Wirtschaftshosts ihren eigenen Weg, indem sie das Augenmerk vornehmlich auf Unternehmen der Thomson Corp. richtet. Als äußerst kooperativ erweist sich GENIOS, das acht wichtige Partner nennt, mit denen es Verbindungen pflegt. Über die Gale-Group, ihrerseits Teil von Thomson, ist GENIOS zumindest mit Dialog "verschwägert", ist dies doch auch ein Thomson-Unternehmen. Diese vielfältige Partnerschaft kennzeichnet ein Alleinstellungsmerkmal von GENIOS.

## Stärken und Alleinstellungsmerkmale

Ohne eine besondere Stärke, die andere nicht vorweisen können, wird es ein Unternehmen schwer haben zu überleben. Ohne irgendwelche herausragenden Charakteristika kann sich der einzelne Host nicht von den anderen Mitstreitern langfristig auf dem deutschen Markt durchsetzen. **Alleinstellungsmerkmale** tragen dazu bei, die Existenz des Unternehmens auf die Dauer zu sichern. Wenden wir uns dementsprechend den Stärken eines jeden Studienteilnehmers zu! Verallgemeinernd kann bereits hervorgehoben werden, dass der spezifische Content bei jedem Host eine zentrale Bedeutung einnimmt.

Bei der **GBI** ist dies der Inhalt wirtschaftswissenschaftlicher Fachliteratur sowie der Nachbardisziplinen. Weit ausgebaut ist die Volltextanbindung im PDF-Format. Selbst wenn kein Volltext vorhanden ist, kann der Text über Document Delivery für alle wichtigen Datenbanken bestellt und beschafft werden. Fest eingebettet im GBI-Retrieval ist der Standard-Thesaurus Wirtschaft. GBI profitiert von der langjährigen und erfolgreichen Zusammenarbeit mit dem HWWA, der Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften, dem IZ Sozialwissenschaften, dem Sondersammelgebiet BWL der Universitäts- und Stadtbibliothek Köln und dem ifo Institut für Wirtschaftsforschung. Derjenige Nutzer, der die F.A.Z. vollständig anzutreffen wünscht, findet sie ausschließlich bei der GBI vor. Kombiniert wird das Literaturangebot mit einer breiten Palette von Firmeninformationen, darunter (jüngst wieder) die Hoppenstedt Firmendatenbank. Als ein Pushdienst außergewöhnlicher Art sind die GBI Knowledge Summaries anzusehen. Hier handelt es sich um Sammelreferate, die von einem Autorenteam intel-

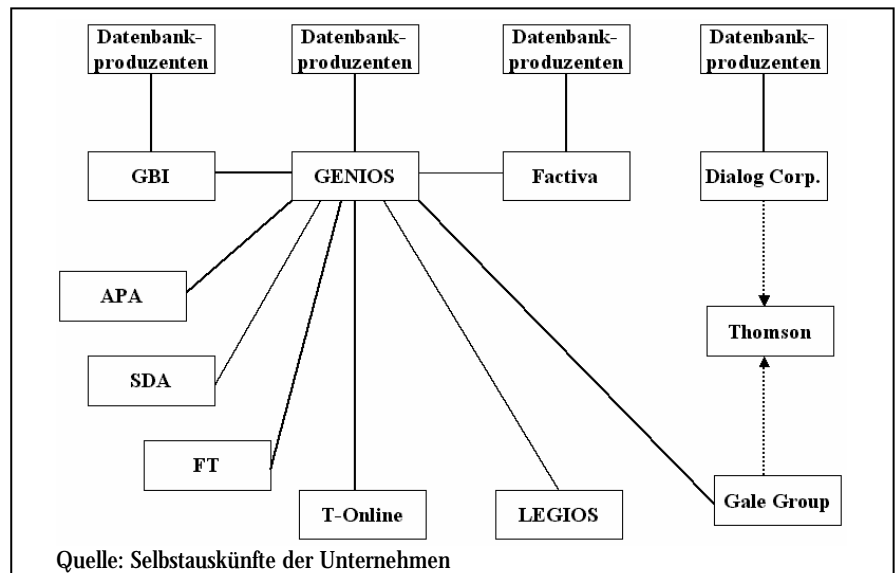


Abbildung 2: Kooperationspartner der Wirtschaftshosts

lektuell erstellt werden und die auf Trends aus betriebswirtschaftlichen Themenbereichen aufmerksam machen. Der Nutzer hat (bereits seit 1998) die Möglichkeit, kostenlos in den Datenbanken zu suchen. Die Preispolitik erscheint uns seit Jahren als ausgesprochen nutzerfreundlich. GBI-Content ist im Sinne des Knowledge Management in Intranets bzw. Portale einbettbar.

Der Fokus von **GENIOS** sind Tages- und Wirtschaftszeitungen sowie Informationen von Nachrichtenagenturen für die deutschsprachigen Länder sowie diverse einschlägige Firmendatenbanken. Wirtschaftsrelevante Zeitungen sind von den Lokalausgaben der Regionalzeitungen bis zu den internationalen Top-Wirtschaftszeitungen vertreten. Wie bereits erwähnt, hat GENIOS besonders in jüngster Zeit seine Fühler weit ausgestreckt und Kooperationen mit diversen Unternehmen der Informationswirtschaft initiiert. Als Exklusivangebot liegen die Quellen von Handelsblatt, Wirtschaftswoche, Die Zeit, Tagesspiegel (abgesehen von einem rollenden Zwei-Jahres-Intervall bei Factiva) komplett als Archivlösung und in aktueller Ausgabe vor. Manche Zeitungen (darunter neuerdings auch das Handelsblatt) werden im PDF-Format geliefert. Erinnerung sei an die spezielle Graphikdatenbank ChartLib. GENIOS verfügt über eine eigene Standardindexierung, mit der die wichtigsten Datenbanken erschlossen werden. Inhalte aus der Gale Group, der Financial Times Group sowie von Factiva werden partiell in die Standardindexierung übersetzt. Auch bei GENIOS besteht eine kostenlose Suche. Unser Content Sales Center verfügt über Lösungen für Content-Syndication, Medienarchive sowie Knowledge Management für Intranets, Extranets oder auch Internetportale.

**Factiva** bietet Agenturmeldungen und Tageszeitungen internationaler Provenienz an. Besonders aufgrund der Kooperation mit GENIOS kann Factiva auch mit deutschsprachigen Inhalten aufwarten. So wird deutscher Content am aktuellen Rand geliefert. Ab Juni 2003 wird das deutsche Angebot zudem um die F.A.Z. erweitert, allerdings nicht komplett, sondern nur jeweils im rollenden Zwei-Jahres-Rhythmus. Factivas System ist eine einzige einheitlich erschlossene Datenbank. Das Indexierungsvokabular ist für alle Quellen dasselbe. Wir haben es mit einem vorbildlichen Retrievalsystem zu tun, das über eine eigene Taxonomie verfügt. Hervorzuheben ist die Option, eine individuelle Nachrichtenseite zusammenzubasteln und zu gestalten. In die Bereiche des Content Management und Knowledge Management dringt unser Host mit dem Produkt Factiva Fusion ein. Interne wie externe Quellen werden von Factiva indexiert, bzw. die Taxonomie wird auf die spezifischen Unternehmensinhalte maßgeschneidert und für die Suche bereitgestellt.

Die Online-Produktpalette der **Dialog Corp.** umfasst vier Hosts mit unterschiedlichen Oberflächen. Breitschichtig ist der Inhalt der Datenbanken von **DIALOG**. Hier werden internationale Quellen aus dem wissenschaftlich-technisch-medizinischen Bereich, Wirtschaftsinformationen und News gleichermaßen zur Verfügung gestellt. Das Retrievalsystem lässt kaum Wünsche offen. Selbst informetrische Recherchen sind machbar. Volltexte sind entweder via Document Delivery oder online (etwa beim DIALOG NewsRoom) beziehbar.

**DataStar** bietet Wirtschafts- und WTM-Informationen mit dem Schwerpunkt auf die Bereiche Pharma und Chemie an. Ebenfalls wie bei DIALOG kann man ein mächtiges Retrie-

valsystem nutzen und Volltexte ordern. Zudem lässt sich eine Privatdatenbank aufbauen und verwalten, auf die nur das entsprechende Unternehmen Zugriff hat. DataStar Suchergebnisse sowie unternehmensinterne Datensätze gehen in PrivateStar zusammen. **Profounds** Kernstück ist das Informationsprodukt WorldSearch für sekundäre Marktforschung. Einige Marktforschungsberichte sind exklusiv bei Profound digital vorhanden. Verschiedene Metadatenbanken werden mit einem eigenen Thesaurus automatisch indexiert. Die Volltexte liegen nahezu alle im PDF-Format vor. Das Angebot von **NewsEdge** beinhaltet News aus Technologie orientierten Branchen, Wissenschaft sowie Wirtschaft. Persönlich gestaltete Seiten lassen sich den Informationswünschen der Kunden anpassen, entwickeln und abfragen. Einmalig eingerichtet, liefert der themenspezifische Pushdienst von News-Edge die zutreffenden Informationen. Im Archiv fließen NewsEdge- und DIALOG NewsRoom-Content zusammen. Auch NewsEdge hat ein eigenes Indexier- und Suchsystem entwickelt.

## Ein Vergleich

Soweit zu den Stärken, die jeder einzelne Host vorzuweisen hat. Wie sieht es aber aus, wenn wir uns bestimmte Merkmale herauspicken, die uns als

Funktionen eines Hosts wesentlich erscheinen? Wer von uns erwartet, den Host zu benennen, der der beste ist und mit dem ein Exklusivvertrag abgeschlossen werden kann, wird enttäuscht sein. Eine pauschale Antwort gibt es derzeit nämlich nicht; jeder Host hat gewisse Stärken, die die anderen nicht haben. Wer Wirtschaftsnews aus Deutschland und dem Ausland benötigt, wer seinen theoretischen Hintergrund durch Wirtschaftswissenschaft fundieren möchte, wer profunde Marktforschungsinformationen sucht und auch an Wissenschafts- und Technologie-News interessiert ist und wer zudem den Übergang in den WTM-Bereich schätzt, der braucht alle hier besprochenen Informationsanbieter. Wir sollten an dieser Stelle noch einmal betonen, dass die Bewertung aus der Sicht des deutschen Marktes erfolgt.

In Tabelle 3 stellen wir zwölf Dimensionen heraus, schauen nach, wie jeder Teilnehmer diese in seinem Produkt verwirklicht hat und bewerten anschließend die entsprechende Ausführung mit einer Skala von "sehr zufriedenstellend" (++) bis "überhaupt nicht zufriedenstellend" (-). Der Leser sollte sich allerdings davor hüten, die einzelnen Bewertungen in den Spalten miteinander zu addieren und zu einem Gesamtergebnis zu verallgemeinern, da jede Dimension unterschiedlich wichtig ist und damit nicht mit anderen gleichgestellt werden kann.

Der Umsatz in Deutschland ist - gemessen an den Möglichkeiten und im Vergleich zu den Firmeninformationen - bei allen Informationsanbietern allenfalls befriedigend. Bei der Mächtigkeit des Retrievalsystems gibt es zwei eindeutige Gewinner: DIALOG und DataStar, bei Factiva, GBI und GENIOS (mit TRIP) ist das Repertoire an Befehlen schon deutlich geringer; es fehlt z.B. das gesamte Repertoire an informetrischer Funktionalität. Der deutsche Content ist konzentriert bei GENIOS und GBI, wobei Factiva nicht zuletzt dank seiner Kooperationen aufholt. Beim internationalen Content liegen erwartungsgemäß die großen ausländischen Anbieter vorne, so DIALOG, DataStar, Factiva, Profound und NewsEdge. Durch Zusammenarbeit mit diversen Partnern ist jedoch GENIOS dicht am Angebot der genannten Hosts dran. Die einheitliche Indexierung des Content durch eine eigene Dokumentationsmethode ist gut gelöst bei Factiva, NewsEdge und Profound, zumindest für Teile des Angebots auch bei GENIOS. Der Einsatz des Standard-Thesaurus Wirtschaft bei der GBI umfasst leider nur einige wenige Datenbanken (die des WISO-Verbundes). Von der eingesetzten Taxonomie ist die konkrete Indexierungsqualität zu unterscheiden. Unsere Bewertung spiegelt ein "mittleres Bild" über alle jeweils angebotenen Datenbanken wider. Demnach erfüllen vor allem GENIOS, DIALOG

	<b>DataStar</b>	<b>DIALOG</b>	<b>Factiva</b>	<b>GBI</b>	<b>GENIOS</b>	<b>NewsEdge</b>	<b>Profound</b>
<b>Umsatz in Deutschland</b>	0	0	0	0	0	-	-
<b>Mächtigkeit des Retrievalsystems</b>	++	++	+	+	+	-	0
<b>Deutscher Content</b>	-	--	+	++	++	-	0
<b>Internationaler Content</b>	++	++	++	-	+	++	++
<b>Einheitliche Indexierung</b>	--	--	++	0	+	++	++
<b>Indexierungsqualität</b>	++	++	0	+	++	0	0
<b>Web-Oberfläche Laie</b>	0	0	--	++	++	--	--
<b>Web-Oberfläche Endnutzer (Vertrag)</b>	+	+	++	++	++	++	++
<b>Web-Oberfläche Information Professional</b>	++	++	++	+	+	+	+
<b>Relevance Ranking</b>	--	+	+	0	--	--	--
<b>Knowledge Management im Intranet</b>	+	0	++	+	+	++	0
<b>Preise, Preismodelle</b>	0	0	-	++	+	-	-

Tabelle 3: Bewertung der Wirtschaftshosts

(++: sehr zufriedenstellend; --: überhaupt nicht zufriedenstellend oder Funktion nicht vorhanden).

und DataStar die Kriterien professionell ausgewerteter Dokumente. Die Systeme mit automatischer Indexierung (Factiva, NewsEdge und Profound) liefern zwar konsistente Indexierungsergebnisse, warten aber auch mit falschen Zuschreibungen sowie übersehenen Inhaltskomponenten auf. Die Web-Oberflächen bewerten wir aus drei Sichten: einmal aus der Sicht des "gemeinen Internetnutzers", zum andern aus der Warte des Endnutzers in einem Unternehmen mit Nutzungsvertrag und letztlich aus Sicht des Information Professional. Außer GENIOS und GBI ist kein Unternehmen derzeit so richtig am deutschen Internetsurfer interessiert. GENIOS punktet vor allem wegen der vielfältigen Abrechnungsmöglichkeiten, GBI wegen der komfortablen und gleichzeitig einfachen SchnellSuche. Für Factiva wird sich dies wohl ändern, wenn deren Kooperation mit Microsoft zum tragen kommt (und ein Factiva-Feld in der Menüleiste von Microsoft-Produkten aufscheint). Ein Endnutzer im Unternehmen, optimalerweise betreut von einem System- und Content-Administrator, fährt eigentlich mit allen Hosts sehr gut, insofern - bei Varianten - eine "leichte" Version gewählt wird, also z.B. nicht mit den Befehlssprachen bei Dialog Classic gearbeitet wird. Diese Optionen, zusätzlich die eines Administrators, benötigt der Information Professional. Auch hier ist die Qualität unserer Wirtschaftshosts als hoch einzustufen, wobei DIALOG und DataStar vor allem wegen der

klassischen, befehlsorientierten Oberflächen und Factiva wegen der Administrator-Funktionen besonders gut abschneiden. Bei GENIOS und der GBI kann der Professional durchaus die klassischen Retrievalsysteme AOS und TRIP ansprechen, wird aber in der Web-Oberfläche überhaupt nicht unterstützt. Relevance Ranking, bei Suchmaschinen selbstverständlich (allerdings auch weit von optimalem Funktionieren entfernt), findet derzeit nur bei DIALOG (bei TARGET) und Factiva (unter Nutzung der AltaVista-Software) Einsatz. GBI bietet (seit 1998) einen (einfachen) Algorithmus zum Relevance Ranking an. In der Dimension "Knowledge Management" fassen wir das Bereitstellen externen Inhalts in einer Kundenapplikation, das Vorhalten einer dort nutzbaren Taxonomie sowie die Integration firmeninternen Content zusammen. Auf dem Wege zum Knowledge Management sind alle betrachteten Produkte, sie sind allerdings unterschiedlich weit fortgeschritten. Besonders gute Lösungen haben wir bei NewsEdge und bei Factiva vorgefunden. Die letzte Dimension betrifft die angebotenen Preismodelle und das jeweilige Preisniveau. Dabei sind die beiden deutschen Hosts durchaus positiv hervorzuheben, insgesamt ist aber festzustellen, dass die Preise weitaus zu hoch liegen und u.E. einen schwerwiegenden Hinderungsgrund darstellen, weitere Kundenkreise - auch im B to B-Bereich - zu erschließen.

## Kritische Erfolgsfaktoren

Wir fragen nach den kritischen Erfolgsfaktoren, die nach Einschätzung der Studienteilnehmer die zukünftige Unternehmensentwicklung sichern können. Es geht hier nicht darum, ob ein Host bei den jeweiligen Dimensionen "gut abschneidet", sondern darum, was er selbst als zentrales Moment wirtschaftlichen Überlebens einschätzt. Votiert wird mittels einer Notenskala von 1 bis 6 (1: besonders relevant; 6: völlig irrelevant). Wenn ein Unternehmen auf einer Ebene eine 5 abgibt (wie z.B. DIALOG bei der kostengünstigeren Inputorganisation), so heißt dies, dass eine noch bessere Inputorganisation für das Unternehmen nicht zu gesteigertem Markterfolg führt (und nicht etwa, dass die entsprechende Organisation schlecht sei).

Wenn wir Tabelle 4 und die Benotung der einzelnen Erfolgsfaktoren betrachten, müssen wir im Auge behalten, warum der jeweilige Informationsanbieter eventuell eine gute oder schlechte Bewertung vergeben hat. So ist es z.B. für GENIOS - im Unterschied zu den anderen Hosts - im Moment wahrscheinlich nicht vorrangig, das Angebot an Datenbanken noch wesentlich zu vergrößern, da dieser Host gerade in den letzten drei Jahren mit der Erweiterung des Inhaltes zielstrebig vorangeschritten ist. Oder etwa: Die Dialog Corp. verfügt bereits mit DIALOG und DataStar über ausgeklügelte Retrievalsysteme. Hier wäre eine Verbesserung

<b>Erfolgsfaktor</b>	<b>GBI</b>	<b>GENIOS</b>	<b>Factiva</b>	<b>Dialog</b>
Ausweitung des B to C-Marktes	2	2	2	5
Ausweitung des B to B-Marktes	3	1	1	1
strategische Allianzen mit anderen Unternehmen der eigenen Branche	2	2	1	3
strategische Allianzen mit Unternehmen der New Economy	5	2	-	5
strategische Allianzen mit Bibliotheken	2	3	4	1
strategische Allianzen mit Verlagen	1	1	1	1
noch mächtigere Boolesche Retrievalsysteme	6	2	2	3
noch mächtigere Systeme automatischer Indexierung	4	1	1	3
größeres Angebot an Datenbanken	2	3	1	1
einheitliche Indexierung über alle Datenbanken	2	1	1	1
Volltexte ausschließlich im Originallayout	5	1	4	2
kostengünstigere Inputorganisation (weniger intellektuelle Indexierung)	2	-	-	5
Branchenmarketing	4	2	3	2
Kooperation mit Hochschulen	1	2	2	1

Tabelle 4: Kritische Erfolgsfaktoren in der Wahrnehmung der Wirtschaftshosts.

Skala: 1 (besonders relevant) bis 6 (völlig irrelevant); die Selbsteinschätzung ist auf den (vermuteten) Markterfolg der Hosts ausgerichtet. Mit der Qualität der entsprechenden Dimension hat die Bewertung überhaupt nichts zu tun.

fast schon Luxus. Andererseits kann eine "schlechte" Benotung auch einfach bedeuten, dass der entsprechende kritische Erfolgsfaktor im Moment nicht brisant ist, weil man mit dem derzeitigen Zustand zufrieden ist oder Zeit und Geld für die Entwicklung anderer Faktoren verwendet werden sollen. Es fällt auf, dass verhältnismäßig viele Erfolgsfaktoren für die Zukunft der Unternehmen als relevant eingestuft werden.

Als äußerst relevant für die Sicherung der weiteren Unternehmensentwicklung nennen alle Informationsanbieter einstimmig die Zusammenarbeit mit **Verlagen**. Wie wir bereits bei den Alleinstellungsmerkmalen gesehen haben, wird überall auf den Content besonderer Wert gelegt. Die Verlage spielen dabei eine wesentliche Rolle. Ein (noch) größeres Angebot von Datenbanken nennen demnach alle Hosts (abgesehen von einer etwas schwächeren Note von GENIOS, was nicht verwundert, hat dieser Host doch gerade sein Datenbankangebot durch Kooperationen massiv erhöht). Fast genauso zielstrebig wird die **einheitliche Indexierung** über alle Datenbanken angestrebt. Abgesehen von einer leichten Abweichung bei der GBI steht bei den Hosts die **Ausweitung des B to B-Marktes** mit an vorderster Stelle. Allerdings als irrelevant bezeichnet Dialog eine Ausweitung des B to C-Marktes, wohingegen die anderen drei Unternehmen auch hier eine gewisse Relevanz sehen. An einer **Kooperation mit Hochschulen** sind alle interessiert. Bei den weiteren genannten kritischen Erfolgsfaktoren gibt es unterschiedliche Votierungen. Betrachten wir die Beurteilung, ob strategische Allianzen mit Unternehmen der New Economy als wichtig erscheinen. An dieser Stelle meldet sich nur GENIOS positiv zu Wort, GBI und Dialog vergeben eine 5, und Factiva enthält sich der Stimme. Man bedenke, dass GENIOS mit Economy.one eng verbunden ist und diese Verbindung wohl auch in Zukunft beibehalten möchte. GENIOS und Factiva bemühen sich moderat um noch mächtigere Retrievalsysteme, Dialog noch etwas weniger. Hier scheinen die Booleschen Retrievalsysteme für den Markterfolg offenbar ausgereizt. Für die GBI ist dieser Aspekt sogar völlig irrelevant. Ein Grund dafür kann auch daran liegen, dass die Endnutzer keine komplizierten Booleschen Befehle können oder wollen. Die automatische Indexierung ist für Factiva

und für GENIOS ein zentraler kritischer Erfolgsfaktor. Factiva setzt ja jetzt schon auf automatische Indexierung, GENIOS ("MrCat") spielt mit dem Gedanken, derzeit nicht indexierte Quellen automatisch inhaltlich auszuwerten. Ein gemeinsames Branchenmarketing wird von Dialog und von GENIOS positiv gesehen, von Factiva und GBI eher nicht als Erfolgsfaktor eingeschätzt. Dialog und GBI stufen die strategischen Allianzen mit Bibliotheken als positiv ein, GENIOS und Factiva sind da weitaus skeptischer.

## Fazit

*Das Marktsegment der Wirtschaftshosts ist - was Umsätze und Arbeitsmarkt betrifft - mit rund 25 Mio. EURO im Jahr und gut 100 Arbeitsplätzen mikroskopisch klein. Die Wahrnehmung der Wettbewerber untereinander zeigt zwei Konkurrenznetze: einmal die eher an deutschem Content orientierten Unternehmen GBI, GENIOS und Factiva, zum andern die internationalen Player Dialog Corp., LexisNexis und wiederum Factiva. Wettbewerber können auch Kooperationspartner sein. Vor allem GENIOS zeichnet sich durch weit geflochtene Netzwerke aus. Alle von uns betrachteten Wirtschaftshosts am deutschen Informationsmarkt haben spezifische Stärken und Alleinstellungsmerkmale, so dass alle ihre Nische gefunden haben und keiner irgendwie "überflüssig" wäre. Die zentrale Qualitätsdimension ist dabei der Informationsinhalt und weniger das Retrievalsystem oder die Website. Bei den kritischen Erfolgsfaktoren für unser Marktsegment kristallisieren sich die Aspekte Allianzen mit Verlagen (bzw. insgesamt: Ausweitung des Contentangebots), eine einheitliche Indexierung über weite Bereiche der angebotenen Datenbanken, die Kooperation mit Hochschulen sowie die Ausweitung des B to B-Marktes heraus.*

*Mechtild Stock  
(MechtildStock@aol.com)  
Wolfgang G. Stock  
(Stock@phil-fak.uni-duesseldorf.de)*

---

## Literatur

---

**Willi Bredemeier, Mechtild Stock; Wolfgang G. Stock:** Online-Archive. Gegenwart und Zukunft der Online-Hosts in Deutschland: Ein Projektplan. - In: Password Nr. 1 (2003), 24-27.

**Mechtild Stock; Wolfgang G. Stock:** GBI - the contentmachine: Wirtschaftsinformationen für Hochschulen, Unternehmen und Internetsurfer. - In: Password Nr. 2 (2003), 8-17.

**Mechtild Stock; Wolfgang G. Stock:** Von Factiva.com zu Factiva Fusion: Globalität und Einheitlichkeit mit Integrationslösungen - auf dem Wege zum Wissensmanagement. - In: Password Nr. 3 (2003), 19-28.

**Mechtild Stock; Wolfgang G. Stock:** Dialog / DataStar: One-Stop-Shops internationaler Fachinformationen. - In: Password Nr. 4 (2003), 22-29.

**Mechtild Stock; Wolfgang G. Stock:** Dialog Profound / NewsEdge: Dialogs Spezialmärkte für Marktforschung und News. - In: Password Nr. 5 (2003), 42-49.

**Mechtild Stock; Wolfgang G. Stock:** GENIOS Wirtschaftsdatenbanken: Bündelung deutscher und internationaler Informationen als Wettbewerbsvorteil. - In: Password Nr. 6 (2003), 14-22.

**Mechtild Stock; Wolfgang G. Stock:** 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, 2001, 97-101.