

2.4 ABC online

ABC der Deutschen Wirtschaft elektronische Medien GmbH	
Berliner Allee 8	
64295 Darmstadt	
http://www.abconline.de	
Tel.: (06151) 3892-90	Fax: (06151) 33164

ABC der Deutschen Wirtschaft elektronische Medien GmbH ist die Vertriebsgesellschaft elektronischer Medien der *Unternehmensgruppe ABC-Verlagshaus*, zu der *ABC der Deutschen Wirtschaft Verlagsgesellschaft mbH*, *Industrieschau-Verlagsgesellschaft mbH* und *Europ Export Edition GmbH* gehören. Sitz des Unternehmens ist Darmstadt. *ABC der Deutschen Wirtschaft elektronische Medien GmbH* hat einen Jahresumsatz von rund 18 Mio. DM und beschäftigt ca. 100 Mitarbeiter. Für den Internetauftritt liegt die ABCOnline Firmendatenbank kostenlos und frei zugänglich vor. Die ABC-Verlagsgruppe bietet auf CD-ROM (Datenbanken und elektronische Bücher) und Print an:

- ABC der Deutschen Wirtschaft
- Europ Production - EURO PEX
- Jahresschau der Deutschen Industrie.

Haben Sie schon ABCcontact getestet?





E-Mail Firmen- / Produktsuche Suche global ABCcontact Info


Informationen zur Verlagsgruppe

Firmenname/ID: PLZ: Beschäftigte: < >

Produkte: Ort: Export:

Industriezweig:

 ABC der Deutschen Wirtschaft
 Europ Production-EUROPEX®
 Jahresschau der Deutschen Industrie
 Neuaufnahme / Korrektur

 Business to Business Company Database
 - Free of Charge -
 Business

Document: Done

Abbildung 2.4-1: ABCOnline. Eingangsbildschirm; auch: Firmen- / Produktsuche

Die ABCOnline Firmendatenbank im Internet enthält die Firmenporträts der ABC INFO-CDs (1-4) und die zugehörigen Stichworte aus dem ABC Quellenwerk. Die ABC INFO-CDs und das ABC Quellenwerk für Einkauf-Verkauf erscheinen in der Reihe *ABC der Deutschen Wirtschaft*. Neben dem kostenlosen Internetzugang kann auch über die kommerziellen Online-Archive FIZ Technik (Frankfurt) oder STN (FIZ Karlsruhe) recherchiert werden. Bezüglich der Umsatzanteile spielen das Internet mit 1% und die Online-Hosts mit 5% eine untergeordnete Rolle, wohingegen 94% des Umsatzes auf den CD-ROM-Bereich verteilt sind.

Datenbasis

Gegenstand von ABCOnline sind alle deutschen Hersteller, d.h. Industrieunternehmen und das produzierende Handwerk; die Datenbasis umfasst 69.832 Datensätze im Juli 2001. Die Vollständigkeit der Datenbank relativ zur Grundgesamtheit wird von der Geschäftsleitung mit 97% geschätzt. Im Vergleich zur Datenbasis bei Hoppenstedt, die 117.000 Datensätze zu Industrieunternehmen mit über fünf Millionen Umsatz beinhaltet, erscheint diese Selbsteinschätzung der Vollständigkeit zur Grundgesamtheit stark überhöht.

ABCOnline finanziert sich durch geschaltete Insertionen und kostenpflichtige Dienstleistungen:

- Link
- Firmenlogo
- E-Mail Kontaktseite
- Grafik (mit und ohne Text)
- Katalog-Link / Katalog PDF
- Thumbnail
- Sortierbevorzugung
- Full-Banner
- Half-Banner
- Grafik-/Logo-Nachbearbeitung

Per Vordruck oder E-Mail können Unternehmen ihre Daten übermitteln, die daraufhin vom Firmeninformationsanbieter in den Datenbestand "eingepflegt" werden. Für Aufnahme und Überarbeitung der Daten werden keine Gebühren erhoben. Dem Unternehmen stehen für die Neuaufnahme bzw. Korrektur ihres Firmenporträts 62 Felder zur Verfügung. Neueintragen oder Änderungen im Unternehmen werden täglich bearbeitet.

Der Nutzer erkennt nicht die Aktualität der Datensätze; bei der Angabe der Beschäftigtenanzahl fehlt grundsätzlich die Jahreszahl. Als Quellen für die Richtigkeit der Unternehmensinformationen benutzt ABC der Deutschen Wirtschaft den Bundesanzeiger, Geschäftsberichte und Selbstauskünfte der Unternehmen, Pressemitteilungen sowie Aussendienstkenntnisse. Gravierende Fehler bzgl. der Richtigkeit der Angaben entdeckten wir nicht. Aktualität, Vollständigkeit und Auswertungstiefe der Firmeninformationen scheinen in großem Maße von der Mitarbeit der Unternehmen abzuhängen.

Länderbezeichnung:
Bundesrepublik Deutschland

Firmenname:
Boll & Kirch Filterbau-GmbH

ID:
00874100

Strasse:
Siemensstr. 10-14

PLZ:
50170

Ort:
Kerpen, Rheinkl

Postfach:
Postfach 1420

PLZ Postfach:
50143

Ort Postfach:
Kerpen, Rheinkl

Telefon:
(02273) 5620

Telex/Fernschreiber:
888061

Telefax:
(02273) 562223

e-mail:

Internet:

Export nach:
Europe and overseas
Europa und Übersee

Industriegruppen:
(Ee) Eisen, Blech und Metall verarbeitende Industrie
(G-) Maschinen- und Apparatebau, Industrieanlagen

Produktbezeichnung:
Filteranlagen
Filter
Filterapparate

Produktionsprogramm:
Filter für alle Flüssigkeiten, vollautomatische Rückspülfilter, Filteranlagen

Rechtsform:
Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

Kapital:
20000000

Gründungsjahr:
1950

Beschäftigtenzahl:
290

Bankverbindungen:
Dresdner Bk. u. Deutsche Bk. Kerpen, Krsspk. Sindorf, Combk. Köln

Deutsche Vertretungen:
Hamburg, Wolframs-Eschenbach (bei Nürnberg), Düsseldorf, Gera

Ausländische Vertretungen:
Australien, Österreich, Belgien, Finnland, Frankreich, Griechenland, Indien, Italien, Niederlande, Skandinavien, Spanien, Schweiz, Großbritannien, Irland, USA, Canada, Jugoslawien, Korea, Singapur, Brasilien, Hongkong, Kroatien, Polen, Rußland; Lizenzen: Japan, China

Handelsregistereintrag:
Amtsgericht Kerpen, HRB 1294

Korrespondenzsprachen:
Englisch
English
Französisch
French

Gesellschafter:
Ges: Marga und Walter Boll Stiftung, BGB-Gesellschaft Erben Josef Kirch, Dipl.-Kfm. Heinz Lux

Geschäftsführung:
Dipl.-Kfm. Heinz Lux, Dipl.-Ing. Wilfried Klein

Prokuristen:
Dipl.-Ing. Rüdiger Lennartz

Marketingleiter:
Dipl.-Ing. W. Klein

Techn. Leiter:
Dipl.-Ing. Rüdiger Lennartz

Einkaufsleiter:
Wilfried Hünseler

Verkaufsleiter:
Dipl.-Ing. Rüdiger Lennartz

E-Mail Adressen:
- keine weiteren E-Mail Adressen vorhanden

Links:
- keine weiteren Links vorhanden

Abbildung 2.4-2: ABCOnline. Datensatzbeispiel Boll & Kirch

Die Angabe zum Stammkapital im Datensatz zu Boll & Kirch ist veraltet. Im Juni 2001 setzte unser Unternehmen sein Stammkapital auf 25 Mio. € hoch.

Die Menge der möglichen Erfassungsfelder bzw. die Auswertungstiefe der Datensätze in der Optimalvariante ist hoch. Als eine Besonderheit der Datenbank ist das Feld der Korrespondenzsprache hervorzuheben. In unserem Musterunternehmen Boll & Kirch sind englisch und französisch erwähnt (vgl. Abbildung 2.4-2). Unsere Bewertung erzielt 145 Punkte. Die Menge der mit Inhalt gefüllten Felder ist allerdings z.T. deutlich geringer:

- 15.000 E-Mail-Adressen (21%)
- 13.000 WWW-Adressen (knapp 19%)
- 41.186 Firmenberichte mit Mitarbeiterzahl (knapp 60%).

Internet- und E-Mail-Adressen fehlen demnach häufig, obwohl die beschriebenen Unternehmen eigentlich darüber verfügen. Dies resultiert offenbar aus der Geschäftspolitik des Anbieters, solcherart Einträge für die Unternehmen zu bepreisen. Die Existenz von E-Mail-Adressen spielt für die weitere Bearbeitung der Treffernachweise eine wesentliche Rolle, da man ansonsten die gesammelten Firmen beim Serien E-Mail Service nicht erreichen kann. ABContakt, der kostenlose E-Mail-Service von ABConline, leitet jedoch Anfragen von E-Mail zu E-Mail bzw. zu E-Mail-zu-Fax weiter.

Wir beurteilen den Ist-Zustand der Auswertungstiefe mit befriedigend.

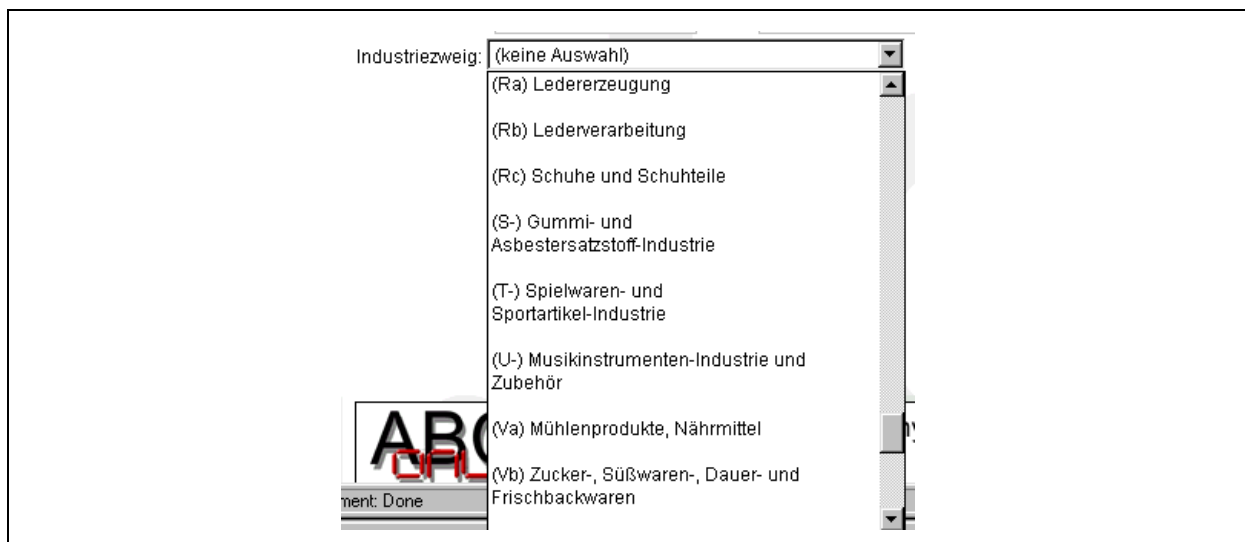


Abbildung 2.4-3: ABConline. Industriezweige (Auszug)

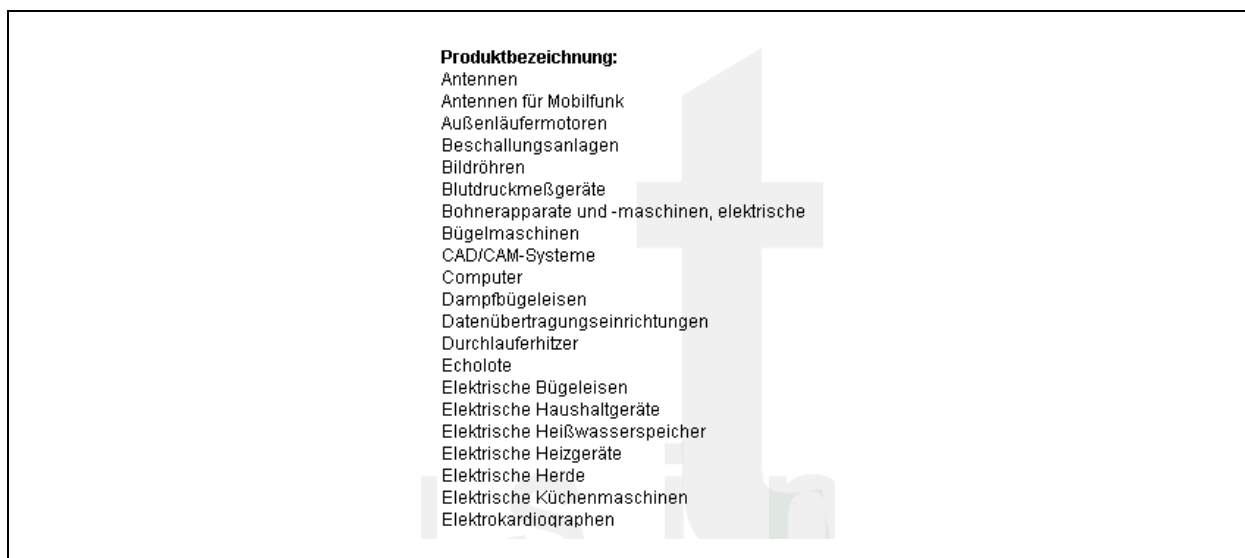
Für die Branchensuche existiert eine nicht hierarchische Unterteilung der Bereiche nach 25 Industriegruppen und 54 Fachbereichen (vgl. dazu Kapitel 3.2). Abbildung 2.4-3 zeigt einen Auszug aus der Auswahl der Industriezweige, die eine Grobrecherche nach Industriebranchen erlaubt. Während andere Informationsanbieter (z.B. Sachon, Kompass) mit elaborierten Klassifikationssystemen aufwarten, kommt ABC der Deutschen Wirtschaft mit dieser Minimalordnung aus. Erreicht wird damit die Grobverortung eines Unternehmens in eine Branche. Sinnvoll wird der Einsatz des Systems vor allem in Kombination mit Schlag- oder

Stichworten. Geben wir z.B. "Chip" ein, so können wir mit der Industriegruppennotation diesen homonymen Begriff spezifizieren. In Kombination mit (Ka) Elektroindustrie erhält man Treffer wie Chipkarten oder Elektronikchips, in Kombination mit (Vb) Zucker-, Süßwaren-, Dauer- und Frischbackwaren eine bekannte Kartoffelspezialität.

Ein Klassifikationsschema für die Ordnung der Produktbezeichnungen wird nicht angeboten. Vielmehr werden die Produkte mit Schlagworten gekennzeichnet, die von Indexern bei ABC der Deutschen Wirtschaft aus einer Liste von 8.900 normierten Einträgen ausgesucht werden.

Die Unternehmen tragen in die Felder für das Produktionsprogramm, Importprodukte und Vertriebsprogramm (Fremdprodukte) eigene Produktbezeichnungen ein. Diese Stichworte sind ebenfalls suchbar.

Es wäre sinnvoll zur Orientierung des Datenbankbenutzers, die Schlagwort- und die Stichwortliste der benutzten Bezeichnungen zum Stöbern bereitzustellen. In Abbildung 2.4-4 sehen wir einen Auszug aus den Produktbezeichnungen der Hauptverwaltung der Siemens Aktiengesellschaft.



**Abbildung 2.4-4: ABCOnline. Produktbezeichnungen (genormte Schlagworte)
 (Bsp. Siemens AG; Auszug)**

Das Angebot der Datensätze erfolgt in deutscher und englischer Sprache.

Als Multimedia-Elemente werden Logos, Bildmarken, Fotos und Charts eingesetzt. Sie sind jedoch äußerst selten vertreten. Immerhin müssen die Unternehmen dafür zahlen.

Das Ausgabefeld Produktionsprogramm liefert Kurzbeschreibungen zu den Aktivitäten der einzelnen Firmen. Hier erhalten wir u.a. unsere Informationen zum Unternehmens"abstract". Die Einrichtung dieses Feldes ist erfreulich, und es ist zudem immer ausgefüllt. Einige Firmenporträts präsentieren ein reichhaltiges Produktionsprogramm. In Abbildung 2.4-5 bekommen wir auf diese Art einen Einblick in das Unternehmenstätigkeiten der OSRAM GmbH in München.

<p>Produktionsprogramm: Licht für Innen und Außen - Allgebrauchslampen, Kompakt-Leuchtstoff-Lampen Dulux®, Leuchtstofflampen, Entladungslampen und Halogen-Glühlampen, Glühlampen für gehobene Ansprüche, Spezialstrahler, Weihnachtskerzen. Lichtideen - Halogenleuchten und Pflanzenleuchten, Leuchten für Leuchtstoff-Lampen und für spezielle Einsatzgebiete, LUMILUX® und Kompakt-Leuchtstofflampen. Lampen für Anzeige- und Signalzwecke - MINIWATT®-Lampen, Fernmeldeleuchten, Glimmlampen und Zwerglampen, Energiesparlampen, Kompaktleuchtstofflampen, Halogenleuchten für Batterieleuchten und LCD-Beleuchtung. Licht für Fahrzeuge - Autolampen, Motorradlampen, Mopedlampen, Mofalampen und Fahrradlampen, Autolampen-Boxen. Lampen für Lichtzeichenanlagen, Licht für Foto, Film, TV und Bühne, SUPERHOT®- und NITRAPHOT®-Aufnahmelampen, XENOPHOT® HLX Halogen-Projektorlampen, BELLAPHOT®-Lampen für Dia- und Schmalfilmprojektion, Projektorlampen, Kinolampen, Episkoplampen und Dunkelkammerlampen, Lampen für Bildvergrößerung, Filmstudios, Fernsehstudios und Fotostudios, für Bühnenbeleuchtung und Scheinwerfer, Halogen-Glühlampen für Schreib- und Werbeprojektoren, Mikrofilmlesegeräte und Mikroskopbeleuchtung, Halogen-Metaldampflampen HELOS® HCl für Schreibprojektoren, HALOMET® HTI und Reflektor, METALLOGEN® HMI. Licht für Kinoprojektion, Technik und Wissenschaft - Quecksilberdampf-Kurzbogenlampen HBO, XENON-Kurzbogenlampen XBO für Lichtwurfzwecke, XENON-Hochdrucklampen mit Wasserkühlung XBF, Krypton-Hochdrucklampen mit Wasserkühlung KBF, Spektral- und Halogen-Infrarot-Reflektorlampen, Halogen-Glühlampen für Flugplatzbefeuerung, Lampen für wissenschaftliche Zwecke, Lampen für Flugplatzbefeuerung, Halogen-Infrarot-Reflektoranlagen</p>

Abbildung 2.4-5: ABCOnline. Produktionsprogramm (Freitext-Selbstausskunft)
(Beispiel: OSRAM GmbH)

Manche Datensätze enthalten ausführliche Informationen zu den Produktionsstätten, zu deutschen (5.700 Einträge) oder ausländischen Fabrikationsbetrieben (2.300 Einträge), zu Filialen (2.800 Einträge) und weltweiten Vertretungen (2.900 Einträge). Dies betrachten wir als sehr gelungen.

Als ein großes Defizit empfanden wir das gänzliche Fehlen eines Benutzerhandbuchs. Da ABC der Deutschen Wirtschaft einige Informationen zu den Produkten der Unternehmen übermitteln, ist es für den Nutzer unverständlich, wenn er nicht erfährt, nach welchen Kriterien diese Produktbezeichnungen dokumentiert wurden und anschließend auch effizient gesucht werden können.

Die Gesamtnote der Datenbasis liegt bei einer zufriedenstellenden 2,9.

	Messwert	Note
1. Vollständigkeit 1: Anzahl Datensätze	69.832	-----
Vollständigkeit 2: Anteil an Grundges.	97% (Selbsteinschätzung) 60% (relativ zu Hoppenstedt)	3
2. Aktualität 1: Fragebogen	täglich	-----
Aktualität 2: Stichproben	Beschäftigtenanzahl grundsätzlich ohne Jahresangabe	3
3. Richtigkeit 1: Anzahl Quellen	Bundesanzeiger, Geschäftsberichte, Presse, Selbstauskünfte der Unternehmen, Aussendienst	-----

Richtigkeit 2: Stichproben	keine gravierenden Fehler	2
4. Auswertungstiefe 1: Anzahl / Gewichtung	145	-----
Auswertungstiefe 2: rel. Häufigkeit ausgefüllt	Produkte/Produktionsprogramm immer ausgefüllt; E-Mail-Adressen fehlen z.T.; ohne Mitarbeiter: 28.646	2
5. Dokumentationsmethoden	25 Industriezweige, 54 Fachbereiche keine Klassifikation; 8.900 normierte Schlagworte, zusätzlich Stichworte (im Produktions-programm)	4
6.1 Unternehmens„abstract“	u.a. Produktionsprogramm	Teilnote: 2
6.2 Mehrsprachigkeit	deutsch, englisch	Teilnote: 4
6.3 Multimedia	Logo, Bildmarken, Fotos, Charts (äußerst selten)	Teilnote: 3
6.4 Benutzerhandbuch	überhaupt nicht	Teilnote: 5 Gesamt 6: 3,5
Gesamtnote Datenbasis		2,9

Tabelle 2.4-1: ABCOnline. Bewertung der Datenbasis

Retrievalsystem

Der Eingangsbildschirm (Abbildung 2.4-1) offeriert Verzweigungen zu den Angeboten der ABC Verlagsgruppe, zur Aufnahme bzw. Änderung von Firmenporträts in die ABC Medien, zum Serien E-Mail Service ABCcontact sowie zu den beiden Suchmöglichkeiten innerhalb der Datenbank, der Firmen-/ Produktsuche und der Suche global. Hinter Info finden wir die allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Die Firmen-/ Produktsuche besteht aus den acht Eingabefeldern:

- Firmenname oder ID
- Postleitzahl
- Beschäftigte mit einer Anzahl unter/gleich ...
- Beschäftigte mit einer Anzahl über/gleich ...
- Produkte
- Name des Ortes
- Export
- Industriezweig: ohne Auswahl oder mit Auswahl - Scroll-Feld mit 25 Industriegruppen bzw. 54 Fachbereichen.

Die nutzergerechte Gestaltung der Retrievalschnittstelle ist etwas zwiespältig zu bewerten. Eine negative Wirkung empfanden wir bei der Bedienung der Pfeile zum Scrollen der Trefferliste. Zumeist sind nur zwei bis vier Treffer der Liste auf dem Bildschirm sichtbar. Will man die Fortführung der Liste betrachten, muss man zwangsweise die Bildlaufleiste durch Berühren mit dem Mauszeiger scrollen. (Das Problem ist dem Hersteller bekannt; an einer Lösung wird bereits gearbeitet.) Der weiße Pfeil bewegt die Liste langsam, der graue jene sehr schnell. Mit Blick auf die Treffer geschieht es leicht, dass der "schnelle" und nicht der "gemächliche" Pfeil berührt wird. Die Suche wird unruhig, verwirrend und anstrengend. Dieses Problem spitzt sich besonders dann zu, wenn eine Trefferauswahl markiert oder demarkiert werden soll.

Ansonsten bietet das Retrievalsystem vielfältige Suchmöglichkeiten innerhalb der vorgesehenen Suchfelder. Angeboten wird die Suche mittels dem Booleschen UND bzw. ODER, der Rechts-, Mittel- und Linkstrunkierung, sowie den algebraischen Operatoren $>$, $<$, $=$ bei der Beschäftigtengröße: *oll ki* führt zu Boll & Kirch, K*rpen zu Kerpen; durch das Einsetzen der algebraischen Operatoren im Beschäftigtenfeld kann nach einer beliebigen Anzahlgrenze recherchiert werden. Innerhalb des Feldes Firmenname/ID herrscht eine automatische UND-Verknüpfung, eine ODER-Verknüpfung ist nicht möglich. Sonderzeichen werden vom System ignoriert.

Bei der Eingabe des Firmennamens (ohne Trunkierung) ist darauf zu achten, dass der genaue Eintrag auch so vorgenommen wird, wie er im Datensatz vorhanden ist. "Siemens AG" erzielt zwei Treffer, "Siemens Aktiengesellschaft" hingegen 43 zutreffende Nachweise.

Im Ausgabefeld Namenszusatz werden genauere Angaben zur Fabrikation, Hierarchie u.a. des einzelnen Unternehmens gegeben; z.B.: Hauptverwaltung, Zweigniederlassung, Milchverarbeitung, Bauunternehmung, Quarzsandwerk. Die Trefferliste kennzeichnet diesen Zusatz durch eine runde Klammer (vgl. Abbildung 2.4-6).

The screenshot shows a search interface with the following elements:

- Search Filters:**
 - Firmenname/ID: PLZ: Beschäftigte:
 - Produkte: Ort: Export:
 - Industriezweig:
- Search Results:**
 - 1. BHS tabletop Aktiengesellschaft (vormals Hutschenreuther 1814) [04204500]**
 - Qualitäts-Gebrauchsporzellan. Tafel- und Kaffee-Service, Frühstücks-Service, Obst-Service, Tee- und Dessert-Service, Hotel- und Wirtschaftsporzellane, weiß und dekoriert, Stapelartikel, Kunstporzellane, feuerfeste Kochgeschirre und technische Porzellane, Buntkeramik und Bleikristallgläser, Gartenker...
 - Navigation icons: up, down, and a shopping cart icon.
 - 2. Porzellanfabrik Arzberg (Zweigniederlassung der Hutschenreuther AG) [07092700]**
 - Tafel- und Kaffeeservice, feuerfestes Porzellan, Geschenkartikel
 - Navigation icons: up and down arrows.
 - 3. Porzellanfabrik Hutschenreuther Hotel (ZN der BHS tabletop AG) [00188900]**
 - Porzellan, Tafel-Service und Kaffee-Service, Mokkatassen und Mokkaservice, Geschenkartikel
 - Navigation icons: up and down arrows.

Abbildung 2.4-6: ABCOnline. Trefferliste, Firmenname mit Namenszusatz

Diese Ausgabeform mit zumindest angedeuteten Unternehmenshierarchien verdient große Beachtung. So sehen wir in dieser Abbildung von Hutschenreuther-Firmen die Zentrale sowie Zweigniederlassungen.

Das Suchfeld Produkte initiiert eine Recherche in den Feldern Produktbezeichnung und Produktionsprogramm, aber auch - und dies führt nicht zum erwünschten Ergebnis - zu dem eigenständigen Bereich der Industriezweige, wobei dabei automatisch eine ODER-Verknüpfung vorgenommen wird. Gesucht sei das Produkt Porzellan (das als Produktbezeichnung in der Datenbasis vorhanden ist). Das System listet 1.641 Treffer auf, darunter eine große Anzahl von Nachweisen, die überhaupt nicht erwünscht sind: Isolierglas, Autoverglasung, Autoglas; Porzellan ist nicht häufig dabei. Das Problem des Retrievals liegt darin, dass in der Industriegruppe "(Ac) Glas und Glaswaren, Keramik und Porzellan" mit seinen 1.607 Nachweisen unser Suchwort steckt und als Treffer ausgewiesen wird. Ähnliche Ungereimtheiten geschehen, wenn Keramik (1.748 Treffer) und Glas (1.844) unter Produkte abgefragt werden.

Ein weiteres Recherchebeispiel soll verdeutlichen, dass der Nutzer bei seiner Arbeit ohne jegliche Hilfe ziemlich alleine dasteht. Verschiedene Treffermengen erhielten wir bei: Monitor (16), Monitore (64), Monitor* (359); Bildschirm (14), Bildschirme (11), Bildschirm* (81). In manchen Nachweisen kommt der Suchbegriff als solcher nicht vor. Ein besonders krasses und unverständliches Beispiel ist unser Suchergebnis nach Chip. Außer einschlägigen Chip-Unternehmen finden sich in der Ergebnismenge Firmendossiers, in denen weder die Zeichenfolge *chip* vorkommt noch ein inhaltlicher Zusammenhang erkennbar wäre. Beispiele sind etwa die Alutec Zerspanungstechnik, die ATEX-Werke (Spezialist für Wand- und Deckenverkleidungen) oder die Frank Handelsgesellschaft (für Geschenkartikel). Erst ein zusätzliches Suchargument aus den Industriegruppen wie z.B. (Kb) Software führt zum Ziel.

Markennamen können unter dem Suchfeld Produkte gesucht werden und tauchen - wenn vorhanden - im Ausgabefeld Produktionsprogramm auf. In Abbildung 2.4-7 fragten wir nach Tempo und Oil of Olaz. Eine solche UND-Verknüpfung ist nicht unbedingt üblich, aber besonders wertvoll, da man so nach Firmen suchen kann, die mehrere Produkte gleichzeitig anbieten.

Firmenname/ID:	<input type="text"/>	PLZ:	<input type="text"/>	Beschäftigte: <	<input type="text"/>	>	<input type="text"/>
Produkte:	<input type="text" value="tempo und oil of olaz"/>	Ort:	<input type="text"/>	Export:	<input type="checkbox"/>		
Industriezweig:	<input type="text" value="(keine Auswahl)"/>			<input type="button" value="Suche starten"/>			

Anzeige der Ergebnisse von 1 bis 1 von insgesamt 1:

1. Procter & Gamble Pharmaceuticals-Germany GmbH [01307330]

Pampers Höschenwindeln, Körperpflegeprodukte wie Oil of Olaz, Pantene und Ellen Betrix, Reinigungsprodukte wie Fairy und Mr. Proper, Tempo und Bounty Hygienepapiere, Always Damenhygiene, Pringles Nahrungsmittel, Punica Getränke

Abbildung 2.4-7: ABCOnline. Suche nach Marken (UND-Verknüpfung)

Neben der Firmen-/Produktsuche kann der Nutzer die Möglichkeit der globalen Suche vornehmen. Die Suchmaske besteht aus einem einzigen Suchfeld, in dem die Suchbegriffe automatisch mit ODER verknüpft werden. Die Eingabe eines "+" zwischen den Begriffen startet eine UND-Verknüpfung. In der globalen Suche können nahezu alle Eingabefelder abgefragt werden.

Zur Ausgabe der Trefferliste (wie z.B. in Abbildungen 2.4-6 und 7) ist hervorzuheben, dass unterhalb des Firmennamens (mit ID-Nummer und evtl. mit Namenszusatz) die ersten Zeilen des Produktprogramms eingerückt sind. Alle Treffer sind alphabetisch geordnet und im Vorhinein mit einem Häkchen markiert.

Es gibt zwei Optionen der Trefferauswahl: Entweder man übernimmt Seite für Seite der Trefferliste alle Nachweise, indem man das Symbol des Einkaufswagens anklickt; danach geht man zu ABContact und löscht die unzutreffenden Nachweise bzw. befördert sie in den dafür vorgesehenen Papierkorb.

Andererseits erzielt man denselben Effekt, wenn man unerwünschte Treffer, die man nicht in den Warenkorb übernehmen möchte, gleich in der Trefferliste demarkiert und danach die übrig gebliebenen, noch markierten Treffer in den Warenkorb legt. Allerdings tut sich hier ein neues Manko auf: Das System übernimmt die Nachweise für den Warenkorb und erneuert automatisch den Urzustand der Trefferliste, d.h. alle - und damit auch die aussortierten - sind wieder markiert. Diese Art der Markierung/ Demarkierung ist ein Auswahlangebot, das nicht unbedingt jeder Nutzer befürworten wird. Hier kommt es ganz darauf an, welche Rechercheziele man verfolgt: Sammelt man lediglich Firmendaten zur Versendung von Serien-E-Mail-Aktionen, in denen es auf eine Vielzahl von Adressen ankommt, gibt es hier nicht so große Probleme. Bei kleineren gezielten Auswahlmengen erweist sich jene Methode - einzelnes Markieren/ Demarkieren der kleinen auf dem Bildschirm sichtbaren Treffermenge und dem daraus resultierenden Dauerscrollen - als viel zu umständlich. Hier sollte eine nutzerfreundliche Lösung gefunden werden.

Durch Anklicken des einzelnen Treffers gelangt man zum eigentlichen Firmenporträt. Die Bildschirmausgabe gliedert sich in vier Darstellungen zu: Adresse, Produkte, Firmendetails, Management und Kontakt. Möchte man zurück zur Trefferliste, sollte man sich davor hüten, die Backtaste des Browsers für den Rücksprung zu nehmen, da ansonsten die Liste gelöscht wird. Das Fenster muss via "Fenster schließen" beendet werden. Ausgedruckt werden nicht die Teilbereiche, sondern stets das Porträt als Ganzes. Beide Ausgabevarianten der Firmeninformationen betrachten wir als gelungen.

Ein Download mit Weiterverarbeitungsmöglichkeiten existiert nicht. Mailings können nicht via Textverarbeitung, Tabellenkalkulation u.a. und mit persönlicher Personenansprache vorgenommen werden. In den (nicht getesteten) elektronischen Büchern www.abc-quellenwerk.de und www.abc-europex.de sind diese Exportschnittstellen vorgesehen.

Ein Pushdienst wird nicht angeboten.

Ebenso wie wir bei der Bewertung der Datenbasis bereits das Fehlen eines Benutzerhandbuchs bemängelten, müssen wir uns beim Retrieval über jegliches Fehlen einer kontextsensitiven Hilfe beschweren. Hier muss unbedingt Abhilfe geschaffen werden. Aufgrund der beschriebenen Mängel kommt die Gesamtbeurteilung des Retrievalsystems -

abgesehen von einigen Highlights wie der Homonymzusätze und dem Booleschen UND bei der Produktsuche - auf die Note 3,1.

	Messwert	Note
1. nutzergerechte Gestaltung der Retrievalschnittstelle (einschl. einfacher Bedienbarkeit)	Pfeile verwirrend	2
2. Operatoren (Standard-Operatoren: Boole; Abstand; R-, M-, L-Truncation; Phrase; algebraische Operatoren; arithmetische Operatoren; statistische Operatoren)	R-, M-, L-Trunkierung algebraische Operatoren	2
3. Feldsuche hinterlegter Index, feldspezifische Hilfe	Firmensuche: acht Felder. Globale Suche: ein Feld keine Hilfe, kein Index	3
4. Homonymkontrolle Unternehmenshierarchien	im Namenszusatz	2
5. Markierung und Sortierung von Dokumenten	Markierung/ Entmarkierung umständlich; alphabetische Sortierung	3
6. Kostenanzeige	kostenfrei	1
7. Druck, Download mit Weiterverarbeitungsmöglichkeiten	nur Druck möglich	3
8. Mailings	hier nicht vorgesehen	5
9. Angebot eines Push-Dienstes	nein	5
10. kontextsensitive Hilfe	überhaupt nicht	5
Gesamtnote Retrievalsystem		3,1

Tabelle 2.4-2: Bewertung des Retrievalsystems

Website

Ansprechend ist die Anordnung der Suchfelder. Im Verhältnis zur Größe des sichtbaren Teils der Trefferliste spielt der darunterliegende Werbebanner von ABC der Deutschen Wirtschaft eine überdimensionale Rolle. Als Ganzes gesehen ist die Suchmaske überfrachtet. Allerdings sind so immer die Suchfelder vorhanden.

Als überflüssig erscheinen uns die Navigations- und Werbebuttons am linken und unteren Bildrand. Betrachten wir Abbildung 2.4-1 - hier: ohne Trefferliste -, so erscheint in der Bildmitte ein "Loch". In dieses doch sehr kleine Loch wird dann das Rechercheergebnis hineingepresst.

Der Bildschirmaufbau der Firmenporträtdaten ist demgegenüber übersichtlich gestaltet. Auch das Layout des Ausdrucks ist gelungen. Die Symbole des Warenkorbs (in der Trefferliste) und des Papierkorbs (bei ABCcontact) sprechen für sich und sind gut gewählt.

Die Bildschirmoberfläche wird in deutscher und englischer Sprache angeboten.

In der Datenbank verankerte Links sind nicht sehr häufig vertreten. Dafür gibt es aber um so lobenswertere Ausnahmen. Besonders aufgefallen sind uns die Links des Unternehmens Vobis Microcomputer Aktiengesellschaft (Abbildung 2.4-8).



Abbildung 2.4-8: ABConline. Verankerte Links

Für die Kontaktaufnahme zu den einzelnen Firmen per E-Mail bietet ABConline in ABCcontact zwei Anfragevordrucke an, die - wenn sie vom Benutzer ausgefüllt sind - in einem Vorgang an die Unternehmen weitergeleitet werden (vgl. Abbildung 2.4-9).

	Messwert	Note
1. Informationsdesign, Ästhetik, Layout	Banner links und unten stören; unübersichtliche Trefferliste	3
2. Mehrsprachigkeit	deutsch, englisch	4
3. Links	zur Homepage (allerdings selten)	3

4. Interaktivität (E-Mail, Beschwerden)	via E-Mail, Telefon und Fax	2
5. Kontaktaufnahme	über Vordrucke an alle Firmen im Warenkorb; keine Speicherung der persönlichen Daten des Anfragenden	2
6. Data Mining	nicht vorgesehen	5
Gesamtnote Website		3,2

Tabelle 2.4-3: ABCOnline. Bewertung der Website

Die Interaktivität zum Informationsproduzenten ist u.a. via E-Mail problemlos möglich. Methoden des Data Mining können nicht eingesetzt werden, da der Kunde anonym bleibt. Die Website erhält eine Bewertung von 3.2.

Gesamturteil

Bredemeier et al. haben in ihrer Studie den "Eindruck, dass es sich um einen Verlag handelt, der mit dem Internet seine ersten Erfahrungen sammelt" (Bredemeier/Graumann/Hartmann 2001, S. 86). Vorgeworfen wird dem Internetauftritt, dass viele Felder ohne Eintrag verbleiben (besonders betont wird das Fehlen vieler E-Mail-Adressen). Bredemeier et al. vermissen Qualitätskontrollen, mit denen die Selbsteintragungen der Unternehmen nachgeprüft werden. Positiv wird dagegen die Gestaltung der Homepage angesehen.

Der Empfehlung von Bredemeier et al., die Anzahl der Felder zu reduzieren, können wir nicht folgen. Wir sehen im Gegenteil beträchtliche Chancen bei der Auswertungstiefe - die allerdings auch genutzt werden sollte (und hier haben Bredemeier et al. durchaus Recht).

Das der Datenbasis korrespondierende CD-ROM-Produkt schneidet in der Studie von Hirsch et al. nicht besonders gut ab. Kritisiert werden besonders die "geringdimensionierte Grundgesamtheit" mit gerademal 70.000 Dokumenten (Hirsch et al. 2000, S. 117) sowie das Fehlen von Umsatzzahlen (ebd., S. 116).

	Note
1. Note Datenbasis	2,9
2. Note Retrievalsystem	3,1
3. Note Website	3,2

GESAMTNOTE	3,1
-------------------	------------

Tabelle 2.4-4: ABOnline. Gesamtnote

Anfrage erstellen - Seite 1/2

<p>Firmeninformationen:</p> <p>Firmenname: <input type="text"/></p> <p>Straße: <input type="text"/></p> <p>Land: <input type="text"/></p> <p>PLZ, Ort: <input type="text"/> <input type="text"/></p> <p>Branche: <input type="text"/></p> <p>Sparte: <input type="text" value="keine Angabe"/></p> <p>Produktion: <input type="text" value="keine Angabe"/></p> <p>Konzernbetrieb: <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nein</p> <p>Mitarbeiterzahl: <input type="text" value="bis 10"/></p> <p>Umsatz pro Jahr: (in Mio Euro) <input type="text" value="bis 5"/></p>	<p>Ansprechpartner:</p> <p>Anrede: <input type="text" value="Herr"/></p> <p>Vorname: <input type="text"/></p> <p>Nachname: <input type="text"/></p> <p>Position: <input type="text"/></p> <p>Abteilung: <input type="text"/></p> <p>Telefon: <input type="text"/></p> <p>Fax: <input type="text"/></p> <p>e-Mail: <input type="text"/></p> <p style="text-align: center;"><input type="button" value="nächste Seite"/></p>
---	--

Anfrage erstellen - Seite 2/2

<p>Sonstiges:</p> <p>Angebot erbeten bis zum: <input type="text"/></p> <p>Geschätzter Jahresbedarf: <input type="text"/></p> <p>Korrespondenzsprache: <input type="text" value="deutsch"/></p> <p>Bestellung geplant in den nächsten: <input type="text" value="keine Angabe"/></p> <p>Wir wünschen Informationen zu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Lieferbedingungen <input type="checkbox"/> Lieferzeit <input type="checkbox"/> Verfügbarkeit bzw. Kosten für Muster <input type="checkbox"/> Erfüllung nationaler/internationaler Normen <input type="checkbox"/> Prospekt / Katalog <input type="checkbox"/> Wir wünschen einen Vertreterbesuch 	<p>Ihre Anfrage:</p> <p>Betreff: <input type="text"/></p> <div style="border: 1px solid gray; height: 150px; width: 100%;"></div> <p style="text-align: center;"><input type="button" value="Anfrage abschicken"/></p>
--	--

Abbildung 2.4-9: ABOnline. Serien-E-Mail-Service in ABContact

Gegenstand der Datenbank von ABOnline sind deutsche Industrieunternehmen. 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 Firmenkurz dossiers 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; noch weniger sind die Links aktiviert (weil mit Kosten verbunden). Dies stellt ein gravierendes Manko für das gesamte System dar. Hier stellt sich die Frage, ob der Weg der Bepreisung der

Freischaltung 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 sehr kleines Klassifikationssystem (mit rund 70 Klassen) eingesetzt, das im Vergleich zu anderen Branchencodes viel zu klein ist. Die Produkte sind durch normierte Schlagworte und Einträge von Unternehmen (im Feld Produktionsprogramm) - letztere allerdings nicht einheitlich - 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 hier nicht (wohl aber in anderen Internetdatenbanken von ABC). ABCOnline stellt weder ein Handbuch noch eine kontextsensitive Hilfe bereit.

Der Aufbau der Website wird durch Werbebanner dominiert. Bei der Anzeige der Treffer reduziert sich der einsehbare Bildschirm dadurch auf ein Minimum. Ein Stöbern in der Trefferliste wird dadurch 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; wenn nicht, erfolgt der Versand E-Mail-to-Fax.

Sowohl Datenbasis, Retrievalsystem als auch Website sind in unserem Notenspiegel befriedigend; als Gesamtnote ergibt sich eine 3,1.

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: 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.