

Endnutzersystem für internationale Geschäftsinformationen

Profound ist das 1995 eingeführte Produkt der damaligen Firma M.A.I.D (Market Analysis Information Database). Gegründet wurde M.A.I.D im Jahr 1985 von Daniel Wagner (Jahrgang 1963). Spektakulär war der Kauf von Knight-Ridder Information (DIALOG und DataStar eingeschlossen) durch M.A.I.D im November 1997. Immerhin hatte Knight-Ridder Information einen Jahresumsatz von knapp 300 Millionen US-\$ und M.A.I.D gerademal 40 Millionen US-\$. Dan Wagner formte mit der neu entstandenen Dialog Corporation den derzeitigen Weltmarktführer in der Branche der elektronischen Informationsdienste. Mit dieser Aktion erwachte auch das Interesse an Profound außerhalb Großbritanniens und der USA. Welche Produkte bietet Profound an? Welche Qualität haben Inhalte und Software? Ist Profound für Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz nützlich? Welche Nutzergruppen werden angesprochen? Und welche brauchen Profound? Unser Bericht basiert auf Produktbeschreibungen des Herstellers, Gesprächen mit dem deutschen Dialog-Büro in Frankfurt, Unternehmensinformationen über The Dialog Corp., Fachliteratur und einem ausführlichen Systemtest (anhand Profound for the Internet) im September 1998.

The Dialog Corporation

Nach Umsätzen gerechnet, hält die neue Dialog Corp. ungefähr 25% des Weltmarktes für elektronische Geschäftsinformationen, knapp gefolgt von Lexis-Nexis (mit 24%). Dialog speichert derzeit rund neun Terabytes Informationen, was dem 50fachen des heutigen WWW-Angebots entspricht. Mit Geschäftsstellen in 34 Ländern und über 1.000 Mitarbeitern werden über 20.000 Unternehmen als Kunden betreut. Von den 500 weltgrößten Unternehmen (nach der „Fortune“-Liste) hat The Dialog Corp. rund die Hälfte als Kunden, darunter 100% Durchdringung bei Firmen der Pharmazie, Elektronik, Luftfahrt und Kosmetik sowie bei den Brokern. M.A.I.D und als dessen Nachfolger The Dialog Corp. ist seit 1994 an der Börse notiert.

Dan Wagner, CEO der Dialog Corp., ist sicherlich eine der schillerndsten Persönlichkeiten der Online-Szene. Anlässlich des Kaufes von Knight-Ridder Information mutmaßte der Observer, Wagner „könnte der Rupert Murdoch der Online-Information werden“.

M.A.I.Ds Profound war und ist ein Endnutzerprodukt. Seine Zielgruppe sind Unternehmer und ihre Mitarbeiter, die an ihrem Arbeitsplatz mit einfachen Mitteln die sie interes-

sierenden Informationen abrufen. Die Hosts von Knight-Ridder Information, DIALOG und DataStar, wenden sich demgegenüber an den Information Professional; hier ist Spezialwissen zu Retrievalsprachen und zu Hilfsmitteln einzelner Datenbanken (etwa zu Klassifikationssystemen und Thesauri) erforderlich. Rund 80% der Umsätze beim Host DIALOG werden von professionellen Informationsvermittlern verursacht, die im Kundenauftrag recherchieren. Die neue Dialog Corporation hält an diesen beiden unterschiedlichen Zugangswegen zu den Informationen fest. Der Zugangsweg über den Information Specialist gilt allerdings als reifer Markt (mit moderatem Wachstum), während der Weg direkt zum Endnutzer riesiges Wachstum verspricht. Dan Wagner schließt sich den Prognosen von Forrester Research an, nach denen 1996 nur 2% der Endnutzer Zugang zu elektronischen Informationsquellen hatten, aber 2001 werden es 40% sein.

Produkte der Dialog Corp. für den **Informationsspezialisten** sind:

- DIALOG Classic,
- DIALOG Web,
- DataStar Classic und
- DataStar for Windows.

Produkte für den **Endnutzer** sind:

- DIALOG Select und
- Profound.

Angesichts des hohen Stellenwertes der Endnutzer in der Unternehmenspolitik der Dialog Corp. ist es sehr wichtig für die gesamte Informationsbranche, die Endnutzer-Flagschiffe von Dialog Corp. genau zu studieren. Ist The Dialog Corporation mit Profound (und DIALOG Select) ein Trendsetter? Wird damit bei Routineaufgaben, etwa einem Profildienst, der Informationsfachmann überflüssig? Führt der Endnutzer einfache Recherchen selber durch? Für Dan Wagner hat der Information Professional in seinem Konzept eine „Schlüsselrolle“, aber als „Gatekeeper“ und „Knowledge Manager“ einer Organisation, nicht als Rechercheur.

Profound Produktpalette

Profound läuft unter zwei Oberflächen:

- Profound (mit lokalem Windows-Client) und inhaltsgleich
- Profound for the Internet.

Ergänzt wird das Basisprodukt durch zwei interessante Angebote:

- Profound Livewire und
- Dialog Intranet.

Außer der „klassischen“ World-Search (die wir gleich eingehend beschreiben) bietet Profound derzeit „QuickSearch“ an. Diese Oberfläche vereinigt die Datenbestände von Profound mit denen von DIALOG Select. Das Kernstück von Profound, InfoSort, ist hier nicht einsetzbar. Uns erscheint QuickSearch als Übergangsprodukt, das - schnell erstellt - Profound-Kunden einen Zugang zu einigen DIALOG-Beständen ermöglicht.

Inhalte, die bislang exklusiv bei Data-Star oder DIALOG aufliegen, sollen zwar dort bleiben, aber zusätzlich - sofern sinnvoll - bei Profound aufgelegt werden. Dan Wagner denkt dabei an weitere Metadatenbanken wie Profound Sciences oder Profound Medical.

Die Datenbestände im Überblick

Profound's Datenbestände entstammen natürlich unterschiedlichen Quellen, werden aber nach einheitlichen Kriterien aufbereitet. Abgesehen von den numerischen Informationen (etwa Börsennotierungen) und den „Briefings“ werden die Informationen in sechs Metadatenbanken gegliedert, die einzeln oder gemeinsam abgefragt werden können.

1. „Researchline“ ist eine Sammlung der Volltexte von (rund 45.000) Marktforschungsberichten. Erwähnenswert ist in diesem Kontext die Firma Frost & Sullivan Electronic Distribution, ein 50:50 Joint venture zwischen The Dialog Corp. und Frost & Sullivan. Profound sichert sich damit die Rechte, Frost & Sullivan-Berichte sofort nach dem Erscheinen und mindestens vier Monate danach exklusiv auf seinem Rechner zu haben.

Diverse weitere führende Marktforschungsinstitute (u.a. Freedonia, Pyramid Research, BIPE, Euromonitor) legen ihre Reports bei Profound auf; darunter befinden sich allerdings keine Quellen in deutscher Sprache.

2. „Brokerline“ beinhaltet rund 250.000 Firmenanalysen von internationalen Finanzinstituten und Brokern. Alle Investext-Dokumente sind enthalten.

3. „Newline“ gestattet den englischsprachigen Zugang zu (z.T. übersetzten) Wirtschaftsartikeln aus 4.700 Zeitungen und Zeitschriften aus 190 Ländern. Eine wichtige Quelle, Textline, ist jedoch nicht enthalten.

4. „Wireline“ bietet Agenturmeldungen im Realtime-Betrieb an. Rund 30 Presseagenturen speisen ihre Informationen bei Profound ein, darunter leider nicht Reuters.

5. „Companyline“ sammelt Unternehmensdossiers. Nachweise finden sich zu rund 4,5 Millionen Unternehmen. Produzenten sind u.a. Dun & Bradstreet, Extel, ICC, Moody's, Teikoku und Disclosure. Deutsche Produzenten wie Hoppenstedt oder Creditreform sind nicht vertreten, so daß sich sowohl Quantität als auch Qualität der Dossiers deutscher Unternehmen in engen Grenzen halten. (Bei meiner Suche nach einem Kölner Großunternehmen erhielt ich im September 1998 Finanzinformationen mit Stand vom Juni 1996. Da das Rechnungsjahr dieses Unternehmens jeweils im Juni endet, hat unser Nachweis einen Rückstand von zwei Rechnungsjahren.)

6. „Countryline“ enthält Länderberichte zu 192 Staaten, erstellt u.a. von der Economist Intelligence Unit und von Datamonitor. „Briefings“ bringen knappe, aber übersichtliche Kurzinformationen zu rund 22.000 Unternehmen, 1.500 Märkten und 150 Ländern.

Alle Informationen aus den sechs „Lines“ und die Briefings (außer kurzen „Snapshots“) sind kostenpflichtig.

InfoSort: Ein Thesaurus für alle Literaturinformationen

Alle textbezogenen Informationen werden von einem einzigen Thesaurus verwaltet. Egal, aus welcher Quelle oder Datenbank die Informationen stammen, die Indexierung arbeitet grundsätzlich mit InfoSort. Hier liegt ein grundlegender Unterschied zu allen anderen Datenbankanbietern vor. Jene bieten mit den jeweiligen Datenbanken auch deren Terminologie mit an, was zur Konsequenz hat, daß der Nutzer für nahezu jede singuläre Datenbank deren Thesaurus bzw. Klassifikationssystem kennen muß.

InfoSort ist ein Thesaurus mit vier Facetten:

- Marktsegmente
- Länder
- Unternehmen
- Aspekte (scopes).

Die Facette der Marktsegmente ist ein Branchenthesaurus; die Aspekt-Facette umschreibt Kontextterme, die den thematischen Hintergrund eines Textes angeben. Deskriptoren aus der Scope-Facette sind beispielsweise „Advertising and promotion“, „Company profile“, „Forecasts“, „Market shares“, „Privatisation“ bis hin zu „Theoretical analysis“.

Die Deskriptorsätze umfassen jeweils eine große Menge von Nicht-Deskriptoren, hinzu kommen Ober- und Unterbegriffe sowie verwandte Begriffe. Die Hierarchierelation ist - verglichen mit anderen Wirtschaftsthesauri - recht dürftig ausgestattet. So führte etwa die Suche zu „G10 (group of ten)“, einem Nicht-Deskriptor, zum Deskriptor „G7“. Hier hätte ich Unterbegriffe erwartet, genaugenommen deren sieben. Das Resultat: kein einziger Unterbegriff.

Die Thesaurusfortschreibung geschieht vor allem in der Zuordnung aktuellen Termmaterials zu den Deskriptoren.

Die Indexierung verläuft für die unterschiedlichen Lines mittels verschiedener Vorgehensarten. Agenturmeldungen und Zeitungsartikel werden ausschließlich automatisch mittels des Vokabulars von InfoSort indexiert. Marktforschungsberichte und Broker-Reports werden zusätzlich intellektuell bearbeitet.

Jedes Dokument wird durch ein ausführliches Inhaltsverzeichnis (bis zum letzten Unterpunkt) exakt beschrieben. Kommen im Text Tabellen vor, werden sie einzeln erfaßt.

Der Thesaurus, InfoSort, ist ein einsprachiges englisches Indexierungs- und Retrievalhilfsmittel. Die Software der automatischen Indexierung läßt sich nur auf englischsprachige Texte anwenden.

WorldSearch

Die Suche geschieht soweit wie möglich menügeführt. Das Eingangsmenü läßt Suchargumente in folgenden Feldern zu:

- Meta-Datenbanken (alle oder eine der sechs Lines)
- Anzahl der Titelanzeigen
- Sortierkriterien
- Marktsegment (thesaurusunterstützt; angedeutet durch ein Lupe-Symbol)
- Erscheinungsdatum
- Unternehmen
- Länder (thesaurusunterstützt)
- Freitext
- Herausgeber / Verlag
- Titel
- Aspekt (thesaurusunterstützt).

Beim Anklicken der „Lupe“ erscheint ein Thesaurusbildschirm.

Man kann sowohl im Alphabet blättern als auch über die Thesaurusrelationen (Oberbegriff, Unterbegriff, verwandter Begriff) navigieren. Die Entscheidung für einen Deskriptor wird durch „Use term“ markiert.

Nicht menügeführt sind Verknüpfungsoperatoren, die auf alle textlichen Suchargumente anwendbar sind.

Die mengentheoretischen Operatoren werden durch folgende Symbole ausgeführt:

- + Boolesches Und
- , Boolesches Oder
- Boolesches Nicht.

Klammerung ist möglich. Achtung ist beim Nicht-Operator geboten. Mit Bindestrich zusammengesetzte Terme ergeben eine Nicht-Verknüpfung. (Daimler-Benz findet alles zu Daimler unter Ausschluß der Texte, wo Benz vorkommt.) Gelöst wird das Problem durch den Befehl Ignore Operations mittels Anführungszeichen (also „Daimler-Benz“).

Profound kennt einen einzigen

Abstandsoperator. Das Zeichen

& (Proximity)

verknüpft Suchargumente als Und-Verknüpfung, wobei zusätzlich die beiden Suchargumente unabhängig von deren Reihenfolge im Abstand von maximal 20 Worten stehen.

Suchtermfragmentierung (mit *) ist nur als offene Rechtstruncation möglich. Das Suchfragment

bank*

findet demnach alles zu Bank, Banker und Banking, aber auch alles zu Bankruptcy.

Aus der Sicht eines Information Professional sind diese Suchmöglichkeiten erschreckend gering, aus der Sicht eines Endnutzers dürften sie ausreichen; sie könnten sogar zu kompliziert sein (etwa der Unterschied zwischen + und &, unkritischer Einsatz von Fragmentierungen, die Verwendung des Ignore Operators bis hin zum Verständnis der mengentheoretischen Operatoren Und und Oder überhaupt).

Über den Search-Button wird die Suche eingeleitet, die - geordnet nach Lines - zu Titellisten führt. Durch Ankreuzen von Titeln erhält der Nutzer die Inhalts- und Tabellenverzeichnisse der Berichte. Auch hier ist wiederum anzukreuzen. Ein zielgenaues (und damit preiswertes) Filtern der gesuchten Information (und nur dieser) wird somit möglich. Vor der Ausgabe erscheint die Preisangabe. Erst nach der Bestätigung durch „I Accept“ wird die gefundene Information angezeigt.

Sucht man im Freitextfeld, so gibt es eine weitere Anzeigemöglichkeit. Im Sinne einer (recht umfänglichen) Keyword-in-Context-Ausgabe taucht zusätzlich ein Get Context-Feld auf. Diese Umgebungsanzeige ist kostenpflichtig.

Die Informationsausgabe erfolgt - bei der Internet-Version - entweder direkt über den Druckbefehl des Browsers, im Textformat (.txt) oder bei Reports - im Portable Document

Format (.pdf) mittels Adobe-Acrobat-Reader-Software. Dies garantiert den Druck im ursprünglichen Format einschließlich aller (auch farbiger) Graphiken und Bilder sowie das „Aus-schneiden“ von Textteilen und Einfügen in andere Anwendungen wie Word, Excel oder PowerPoint.

WorldSearch Alert Manager

Rechercheformulierungen lassen sich als Profile für SDIs speichern („Alerts“). Angegeben werden u.a. der Name des Sub-Accounts (für den betreffenden Endnutzer), die Häufigkeit des SDI sowie die E-Mail-Adresse des Kunden. SDIs können jederzeit geändert oder gelöscht werden. Liegen Informationen vor, so werden diese - als Titellisten - an die Mailbox des Nutzers geschickt. Anhand dieser Listen entscheidet der Kunde, ob er an den betreffenden Artikeln, Marktberichten usw. interessiert ist. Durch Anklicken des jeweiligen Attachment wird Profound ausgewählt und die Titelliste online angezeigt.

Quotes

Die numerischen Informationen sind unabhängig von WorldSearch recherchierbar. Börsennotierungen liegen für drei Bereiche vor:

- Aktien
- Währungen und
- Edelmetalle.

Aktienkurse werden, solange die betreffende Börse geöffnet ist, realtime, ansonsten tagesaktuell mit den üblichen Angaben (u.a. Anfangs- und Schlußkurs, Minimum, Maximum) angezeigt. In einer graphischen Darstellung wird die Kursentwicklung der letzten drei Monate im Überblick geboten.

Edelmetallpreise werden für Palladium, Platin, Silber und Gold ver-folgt.

Man recherchiert Wechselkurse für die wichtigsten Währungen durch Anklicken einer Währung „From Currency“ und der Zielwährung „To Currency“. Angezeigt werden realtime

bzw. tagesaktuell die üblichen Angaben einer bestimmten Börse nebst einer graphischen Übersicht über das letzte Vierteljahr.

Die Auswahl der Börsen orientiert sich am Informationsbedarf britischer und amerikanischer Anleger. Die Frankfurter Börse (oder irgendeine andere deutsche Börse) habe ich im Profound-Angebot nicht gefunden.

Portfolio

Profound Portfolio ist eine SDI-Lösung für kombinierte numerische und literaturbezogene Informationen zu Unternehmen. Es sollte alle die Unternehmen beinhalten, an denen der Kunde Anteile hat, sowie weitere, an denen unser Nutzer irgendwelche Interessen bekundet. Für den Fall der eigenen Anteile muß die Anzahl der Aktien eingegeben werden.

Portfolio berechnet (anhand der Aktienmenge und des aktuellen Kurses) den jeweiligen Wert der eigenen Aktien, bezogen auf die einzelnen Unternehmen sowie insgesamt. Der Gesamtwert wird in mehreren Währungen ausgeworfen. Das Portfolio listet folgende Angaben auf:

- Unternehmen (Börse)
- Anzahl der Aktien am Unternehmen
- aktueller Preis pro Aktie
- Veränderung
- Wert (Produkt aus Anzahl und Preis)
- Links.

Sortiert sind die Unternehmen nach Währungen, d.h. zunächst alle Bestände auf Dollarbasis, dann auf Pfundbasis usw.

Von besonderem Interesse sind die Links. Fünf Symbole finden Verwendung. Sie werden angezeigt, wenn in den Metadatenbanken relevante Information vorliegen.

Die Links führen zu

- Quotes
- News
- Broker Reports
- Company Briefings
- Stock Reports.

Mit dem Anklicken der Symbole werden Suchen ausgelöst, die dem Verfahren in der WorldSearch entsprechen.

Profound Intranet-Lösung

Intranets kombiniert mit Festpreisen sind für Dan Wagner Schlüssellösungen für die Zukunft. Das bedeutet jedoch nicht, daß Profound alle Inhalte liefern könnte, die in einem unternehmensweiten Netzwerk vorzuhalten sind. Hinzu kommen notwendigerweise die firmeninternen Informationen, die gemeinsam mit den Profound-Inhalten unter der Profound-Oberfläche (einschließlich InfoSort) verwaltet werden. Bei dieser Lösung mit einer Kombination unternehmensinterner und -externer Informationsressourcen hat The Dialog Corp. ein starkes Produkt, „das außer uns sonst kein anderer anbieten kann“, wie Wagner betont.

Der Informationsbedarf des Unternehmens ist zu bestimmen und durch den Zugriff auf spezifizierte Teilbestände von Profound zu operationalisieren. Der jährliche Festpreis orientiert sich am Umfang dieser Bestände. Auf die ausgewählten Teilbestände besteht dann unternehmensweit unbeschränkter Zugang.

Die technische Lösung ist nicht trivial und erfordert auf der Nutzerseite Investitionen in Hardware und Software. Profound plazierte die jeweils neuen Informationen auf einem FTP-Server, wobei alle Daten (mittels ZIP) komprimiert sind. Der Kunde überträgt die Daten auf seinen Intranet-Server und dekomprimiert sie. Werden die Daten stets im selben Verzeichnis gespeichert, überschreibt der ZIP-File - wenn erforderlich - alte Einträge und hält so die Profound-Bestände aktuell.

Grenzen der Intranet-Lösung liegen in der Mächtigkeit von InfoSort. Solange InfoSort nur für englischsprachige Informationen ausgelegt ist, muß die Intranet-Sprache des Unternehmens, einschließlich aller internen Dokumente, notwendig in englisch gehalten sein.

Lifewire: Der individuelle Tickerdienst

Lifewire ist eine besondere Form eines SDI. Genau wie bei einem „normalen“ SDI wird ein Suchprofil erstellt, das der Sache entsprechend ausschließlich mit der Metadatenbank Wireline arbeitet. Geliefert werden die Informationen nicht in festgelegten Intervallen, sondern realtime. So entsteht ein individueller Tickerdienst, der seinen Nutzer stets aktuell auf dem Laufenden hält. Wie beim Intranet, so wird auch hier mit einem Festpreis gearbeitet.

Mögliche Anwendungsfälle könnten die Überwachung der Tickermeldungen zum eigenen Unternehmen sowie zu den Wettbewerbern oder zum eigenen Marktsegment sein. Zudem dürfte das Angebot für Broker und ggf. für Anleger von Interesse sein.

Preise

Die Nutzung der zum Teil exklusiv bei Profound aufliegenden Berichte verschafft Profound-Kunden Informations- und damit Wettbewerbsvorteile. Dies gilt aber nur solange, wie die Wettbewerber keinen entsprechenden Zugang zu den Informationen haben. Verfügen alle über die gleichen Informationen, sind die Wettbewerbschancen für alle gleich und die Informationen wertlos. Profound „schützt“ seine Kunden und seine eigenen Umsätze durch eine Hochpreispolitik. Derzeit kostet das Jahresabonnement 10.000 US-\$. Hinzu kommen die Kosten für einzelne Dokumente oder Teile (Kapitel, Tabellen) daraus. Für einen umfangreichen Report können die Kosten durchaus bei mehreren tausend DM liegen.

Im Jahresabonnement eingeschlossen sind in beliebiger Anzahl die SDI-Läufe, „Snapshots“ zu Firmen, Märkten, Ländern sowie die Quotes und das Portfolio.

Angesprochen wird mit einem

solchen Ansatz die Informationse-lite unter den Unternehmen. Für kleine und mittlere Unternehmen könnte sich allein der jährliche Fixpreis zu einer Informationsbarriere entwickeln.

Den Jahresabonnementsgebühren liegen zwar die 10.000 US-\$ zugrunde, gezahlt wird aber in der Landeswährung. Die Gebühren schwanken demnach in Abhängigkeit vom landesspezifischen Dollarkurs. The Dialog Corp. denkt darüber nach, für die nächste Zeit in den europäischen Ländern den Euro als Verrechnungsgrundlage einzuführen. Hiermit wird ein einheitlicher Preis zumindest für Europa geschaffen.

Profound: Zusammenfassende Bewertung

Unschlagbar ist Profound derzeit beim Volltextangebot von englischsprachigen Marktforschungsberichten und Firmenanalysen. Positiv ist zudem, daß diese Berichte (dank Adobe) im Originallayout ausgegeben werden. Genial ist die (zugegebenermaßen ausgesprochen einfache) Lösung, mit nur einem Thesaurus (InfoSort) zu arbeiten, der alle Literaturinformationen inhaltlich erschließt. Der Nutzer arbeitet stets mit der gesamten Profound-Datenbank, nicht mit einzelnen Files. Die Suchmöglichkeiten sind am Endnutzer orientiert; informationswissenschaftliches oder -praktisches Wissen wird nicht vorausgesetzt und ist auch nicht erforderlich.

Einen Information Professional dürften die Suchoptionen mitnichten zufriedenstellen. Dazu ist der Umfang an Such- und Ausgabebefehlen, ganz zu schweigen von Spezialbefehlen (wie z.B. Map oder Rank), viel zu gering. Aber der Information Professional soll ja Profound gar nicht benutzen; seine Rolle beschränkt sich darauf, für seine Endnutzer das System einzurichten, ggf. ein Intranet zu verwalten und die persönlichen SDI- bzw. Tickerdienste der Endnutzer im Intranet zu betreuen.

Informationen über deutsche Unternehmen sind bei Profound - im Vergleich zum Angebot bei DataStar, der GBI oder bei GENIOS - suboptimal. Wichtige Quellen fehlen. Deutschsprachige Marktforschungsberichte sind nicht vorhanden. Sie können nicht vorgehalten werden, weil InfoSort und das System der automatischen Indexierung nur mit der englischen Sprache arbeiten.

Reuters hat seine Datenbanken von den Hosts seiner Mitwettbewerber zurückgezogen und bietet sie unter einer eigenen Oberfläche an. Diese Geschäftspolitik ist durchaus verständlich, reißt aber bei den ehemaligen Partnern große Lücken auf. Profounds Wireline wäre mit den Agenturmeldungen von Reuters ganz einfach besser genauso wie die Profound Newline dies mit Reuters Textline wäre.

Eine gute Idee ist die Intranet-Lösung von Profound: firmenspezifisch ausgewählte Profound-Informationen und zusätzlich eingegebene unternehmensinterne Informationen, automatisch indexiert mittels des gleichen Vokabulars, angeboten an jedem Arbeitsplatz unter einheitlicher Oberfläche. Leider gilt dies nicht für deutsche Unternehmen. Da deren interne Informationen doch wohl in deutsch vorliegen, kann InfoSort nichts damit anfangen.

Will Profound mit seinen (für die englische Sprache guten) Angeboten auf dem deutschen Markt bestehen, so muß InfoSort deutsch lernen. (Das ist leichter gesagt als getan: Die deutsche Sprache ist wegen ihrer komplexen und komplizierten grammatischen Struktur viel weniger für die automatische Indexierung geeignet als etwa das Englische. Hier ist nicht nur The Dialog Corporation gefordert, sondern auch die deutsche Informationswissenschaft, etwa der entsprechende Forschungsschwerpunkt um Harald H. Zimmermann an der Universität des Saarlandes.)

Die Überwachung eines Portfolios, das nicht nur Kurse und Kursentwicklungen, sondern auch aktuelle Agenturmeldungen, Zeitungsartikel, Unternehmensberichte und Broker-Reports zu den gewünschten Unternehmen bereithält, ist ein wichtiges Produkt von Profound. Eigentlich

wäre das Produkt auch für private Anleger von Interesse. Angesichts des hohen Preises werden diese aber wohl auf kostengünstigere alternative Quellen ausweichen. Für deutsche Kunden kommt angesichts der Nichtbeachtung der Frankfurter Börse Profounds Portfolio-Überwachung derzeit kaum infrage.

Bei unserer Bewertung „Auf dem ersten Blick“ versagen wir Profound in den Rubriken „Bedienungskomfort“ und „Qualität der Inhalte“ nur deshalb die volle Punktzahl (fünf Punkte), weil es hier für deutsche Kunden sprachspezifische Probleme gibt. Die Einschätzung des Preis-Leistungsverhältnisses ist vor allem durch die 10.000 US-\$ Grundgebühr gesteuert, die für sehr viele kleine Unternehmen und Privatkunden prohibitiv wirken wird. Andererseits nützt dies den Wettbewerbschancen der Großen; dieser Aspekt floß nicht in die Bewertung ein.

Wer in Deutschland, in Österreich und in Schweiz braucht Profound? Angesprochen sind mittlere bis große Unternehmen aller Branchen, die auf internationalen Märkten operieren, die mit ausländischen Zulieferern oder Kunden zu tun haben und deren unternehmensinterne Informationswirtschaft auf Endnutzerrecherchen fixiert ist. Leitfrage ist: Brauchen wir - direkt nach deren Erscheinen - Marktforschungs- und Unternehmensreports? Wenn Sie diese Frage bejahen, kommen Sie nicht an Profound vorbei. ■

Wolfgang G. Stock

Weiterführende Informationen

<http://www.profound.co.uk>
<http://www.profound.com>
<http://www.dialog.com>

The Dialog Corp.
 Ostbahnhofstr. 13
 60314 Frankfurt
 Tel.: 069/444063
 Fax: 069/442084

Literaturhinweise

Susan Feldman; Marc Lentini;
 Amanda Sturgill; June Mead:
 Testing End-User Software: Profound and EyeQ. -
 In: *Searcher 3* (1995), Nr. 10, 38 ff.

Susan M. Klopfer:
 Profound M.A.I.D for End-Users. -
 In: *Online 20* (1996), Nr. 4, 42 ff.

Mick O'Leary:
 Dialog Tackles Renewal in the New Information Age. -
 In: *Online 22* (1998), Nr. 3, 57 ff.

Marydee Ojala:
 Behind the Scenes at The Dialog Corporation. Dan Wagner Discourses on the Dialog Corporation. -
 In: *Database 21* (1998), Nr. 2, 18 ff.

Richard Poynder:
 A Dialog with Dan Wagner. The Dialog Corp.'s Chief Addresses the Future. - In: *Information Today 15* (1998), Nr. 3, 1 ff.

Auf dem ersten Blick:

PROFOUND

Preis-Leistungsverhältnis
 Bedienungskomfort
 Qualität der Inhalte

☆☆☆
 ☆☆☆☆
 ☆☆☆☆