

# Bündelung deutscher und internationaler Informationen als Wettbewerbsvorteil

von Mechtild Stock und Wolfgang G. Stock

GENIOS. Content Sales Center of German and International Business, News and Company Information.

*Abstract.* Focal point of GENIOS ist the combination of regional German and international content concerning mainly business, news and company information. GENIOS is a department of Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH and bound up with ECONOMY.ONE GmbH, which is the online distributor of the publishing house Handelsblatt. Flagship is the database of the leading German business newspaper "Handelsblatt". GENIOS offers 900 databases, which includes sources by Factiva and Financial Times. Sources from Handelsblatt Verlag (and some other) are intellectually indexed. The retrieval system is simple in use and addresses information professionals and novices, too.

*Zusammenfassung.* Der Fokus von GENIOS ist die Verbindung von regionalen deutschen und internationalen Informationsinhalten vorwiegend in den Bereichen Wirtschaft, Presse und Unternehmensdaten. GENIOS ist eine Abteilung der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH und eng verbunden mit ECONOMY.ONE GmbH, dem Online-Arm vom Handelsblatt-Verlag. Flaggschiff ist die Datenbank der führenden deutschen Wirtschaftszeitung "Handelsblatt"; weitere 900 Datenbanken sind im Angebot, darunter auch Quellen von Factiva und Financial Times. Die eigenen Quellen (sowie einige weitere) wertet GENIOS intellektuell mittels eines eigenen Dokumentationswerkzeuges aus. Das Retrievalsystem ist einfach und spricht sowohl Information Professionals als auch Laien an.

In der Roadshow Ende 2002, die in fünf großen Städten Deutschlands für GENIOS-Kunden veranstaltet wurde, bekommen wir die erste Gelegenheit, einige Neuerungen unseres Onlinehosts kennen zu lernen. Ursprünglich haben wir geplant, GENIOS im März 2003, also direkt nach GBI - the contentmachine zu besprechen, da beide Anbieter mit ihren Wirtschaftsinformationen stark auf dem und für den deutschen Markt vertreten sind. Hätten wir dies getan, wären unsere Ausführungen jetzt schon veraltet, denn GENIOS hat ab Mai einen völlig neuen Webauftritt geschaltet. Timo Wasmer, Marketingleiter von GENIOS, hält uns über die Fortschritte auf dem Laufenden. Außerdem können wir uns während eines ausführlichen Gesprächs bei GENIOS in Düsseldorf mit Karola Peppinghaus, Claudia Peters und Timo Wasmer über das neue System und die Fragestellungen unse-

res Erhebungsleitfadens Erkundigungen einholen. Wir stellen auch die Frage, was GENIOS überhaupt bedeuten solle. GENIOS ist ursprünglich als Kunstwort, als Phantasie Marke, gedacht und will auch heute noch so verstanden werden. Hinter dieser Idee steckt allerdings ebenfalls das Akronym German Economic Network Information Online Service. Warum auch nicht? Christine Werner überlässt uns den Wortlaut ihrer Rede, die sie zum 15-jährigen Jubiläum von GENIOS anlässlich der Vorabendveranstaltung zur Infobase 2000 hielt, damit wir mehr über die Entstehungsphase des Hosts erfahren. Wir testeten GENIOS im Mai 2003.

---

Als GENIOS noch in den Kinderschuhen steckte ...

---

Gegründet wird GENIOS Wirtschaftsdatenbanken im Jahre 1985, als Bereich und Initiative der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH. Zunächst wird der Host von der ersten Inhaberin der Stelle "Objektleiterin Datenbanken", Brigitte Henemann, sowie fünf weiteren Personen und der GBI betreut. Es ist noch die Zeit, wo man auf den Großrechner angewiesen ist. Hierzu nimmt man das IBM-Rechenzentrum in Hamburg in Anspruch. Fünf Datenbanken zählen bereits damals zum GENIOS-Angebot: Handelsblatt, Wirtschaftswoche, Creditreform, BUSI (Online GmbH, Heidelberg) und BLISS (GBI). Die Nutzer müssen die verwendete Retrievalsprache STAIRS lernen. Ende 1985 kann GENIOS schon 32 Kunden verzeichnen, und ein Jahr später sind es immerhin schon 107 Kunden. 1987 wird die Financial Times zum ersten Male ein GENIOS-Partner, und 1988 kommen die Vereinigten Wirtschaftsdienste (vwvd) hinzu.

Christine Werner erinnert an die nicht so gute alte Zeit, als noch 1986 die Verwendung von Akkustikkopplern ein abenteuerliches Unterfangen bedeutete: "Einen Akkustikkoppler stellen Sie sich bitte wie die Negativ-Gußform eines Telefonhörers vor - man drückte den Hörer nach der Einwahl in die beiden Buchsen, hoffte darauf, dass die eben hergestellte Verbindung dadurch nicht gleich wieder abgebrochen wurde und vertraute darauf, dass zumindest der Anfang der Recherche gemacht werden konnte! ... Mitlesen konnte man natürlich nur, wenn nicht gerade eine Straßenbahn oder ein Lastwagen vor dem Fenster vorbeifuhr oder jemand die Tür unsanft ins Schloss fallen ließ!" (Werner, S. 4-5). Diese fatale Situation verbessert sich jedoch rasch.

Seit 1989 ist Reinhold Gokl Bereichsleiter von GENIOS. 1990 wird der rote Punkt als Markenzeichen von GENIOS kreiert. GENIOS geht die bis heute dauernde Partnerschaft mit der Austria Pres-

se Agentur (APA) ein und löst zum anderen die Vertriebspartnerschaft mit der GBI. Die Akkustikkoppler werden immer mehr durch Modems ersetzt. GENIOS wechselt 1990 zum Rechenzentrum von GE Informations Services und löst hiermit die alte Retrievalsprache Stairs mit dem neuen TRIP ab, was seitdem Verwendung findet. 1991 veranstaltet GENIOS die erste Roadshow an fünf Orten Deutschlands. Zwei Jahre später wird der Handelblatt-Thesaurus vorgestellt. 1995 kommt die neue Recherche-Software GENIOS InMedia, übrigens nicht der erste und einzige Windows-Client: Erinnert sei nur an den Vorgänger Quasimodo, der bereits Masken zum Ausfüllen anbietet.

Im Jahre 1996 startet GENIOS gemeinsam mit der GBI das Projekt IKOM. Mitgliedsunternehmen des Informationsrings Kreditwirtschaft, rund 20 deutsche und schweizerische Banken, erhalten Zugriff auf die gemeinsame GBI-GENIOS-Pressedatenbank.

Ab dem Jahre 1996 machen sich die Mühen um unseren Host bezahlt, denn GENIOS arbeitet kostendeckend. 1997 schließlich wird GENIOS über das WWW erreichbar. CHARTLIB wird als eigene Grafikdatenbank im Jahre 1999 vorgestellt. Ab 1999 sind auch Datenbestände der Gale Business & Industry Database (BNI) verfügbar.

---

## ... auf dem Weg zum führenden deutschen Wirtschaftshost

---

Heute ist GENIOS einer der führenden Anbieter von Wirtschafts- und Presseinformationen, mit Quellen aus Tages-, Wirtschafts- und Fachpresse, mit Firmen- und Produktinformationen sowie Statistik- und Grafikdatenbanken. Der Host hält neben den Inhalten des Handelsblattes weitere führende deutschsprachige Informationen bereit, dies gilt insbesondere sowohl für den Bereich der Nachrichtenagenturen mit u.a. der Deutsche Presseagentur (dpa), der Austria Presseagentur (APA) sowie der Schweizerischen Depeschagentur (SDA) als auch für regionale und überregionale Ausgaben von Zeitungen. Zusätzlich wird großer Wert auf global erschienene Literatur im Wirtschaftsbereich gelegt. In den letzten zweieinhalb Jahren hat sich allerhand getan. Besonders intensiv streckt GENIOS ab 2001 die Fühler nach Quellenangeboten und Kooperationen auf internationaler Ebene aus. Einige chronologische Ereignisse mögen diese Zielstrebigkeit verdeutlichen!

---

## Content: Masse mit Klasse

---

Im Juli 2001 wird ein Teil der Firmendatenbank von Dun & Bradstreet in das Quellenangebot aufgenommen und als internationale Ergänzung zu den bestehenden Firmeninformationen - insbesondere denen von Creditreform - integriert. Im August desselben Jahres eröffnen GENIOS und APA Austria Presse Agentur eine gemeinsame Plattform für die länderübergreifende Vermarktung ihrer Inhalte, beide Partner halten ihre Daten wechselseitig vor. Ende 2001 gehen Factiva und GENIOS eine Vertriebspartnerschaft ein. Ausgewählte Dow Jones- und Reuters-Quellen werden integriert. GENIOS-Kunden haben seitdem Zugriff auf bestimmte internationale Factiva-Quellen, wie u.a. The Wall Street Journal, Asian Wall Street, Barron's National Business, Far Eastern Economic Review und Agenturmeldungen von Dow Jones und Reuters. Umgekehrt haben Factiva-Kunden Zugriff auf ein abgegrenztes Quellenpaket von GENIOS, d.h.: Mit dieser Kooperation wird beidseitig die Vermarktung von eigenen Quellen auf internationaler Ebene vorangetrieben. Wechselseitig sind jedoch nur jeweils der laufende Jahrgang und zwei zurückliegende Jahrgänge recherchierbar. Literatur, sagen wir: des Handelsblattes, die älter als drei Jahre ist, kann nur via GENIOS gesucht werden.

Ab Mai 2002 sind Jahresabschlussdaten der Hoppenstedt Bilanzdatenbank wieder verfügbar. Sie umfassen Informationen aus Bilanz, Gewinn-

und Verlustrechnung sowie dem Anlagenspiegel. Nicht verfügbar ist die Hoppenstedt Firmendatenbank. Die Creditreform-Firmendatenbank liegt bei GENIOS im Vergleich zur Version Creditreform Online in deutlich verkürzter Form vor. Die Kürzung betrifft die Anzahl der Datensätze (statt 3,2 Mio. Datensätze nur die Dossiers der aktiven HRG-Unternehmen, und das sind nur knapp eine Million) sowie die Anzahl der Felder (es fehlen bei GENIOS die zentral wichtigen Angaben zur Bonität). Hier wäre ein Auflegen der gesamten Crefo-Datenbank aus der Sicht des GENIOS-Kunden wünschenswert. Die hiermit verbundenen Probleme (etwa: Nachweis des berechtigten Interesses sowie die Aktualisierung der Bonitätsdaten in Folge einer Recherche) müssten eigentlich zu bewältigen sein.

Alle Datensätze des juristischen Datenbankanbieters Legios liegen bei GENIOS auf. Ein Vertrag mit GENIOS reicht demnach aus, um auf das komplette Legios-Angebot zugreifen zu können. Wir werden Legios im Kontext mit den anderen juristischen Hosts testen.

Aufgrund einer Gemeinschaftsinitiative von GENIOS Wirtschaftsdatenbanken, dem DIZ München (einem Gemeinschaftsunternehmen der Süddeutschen Zeitung und des Bayerischen Rundfunks sowie dem Tochterunternehmen der APA, APA-De Facto GmbH), entsteht im August eine Vertriebsplattform von verschiedenen Mediendatenbanken für

deutschsprachige Presseinformationen. Das "Archiv der Presse" ist über eine eigene Website abrufbar, wobei GENIOS u.a. für den technischen Bereich der Suche und Abrechnung verantwortlich ist.

Im November gibt es gleich zwei neue Kooperationen. GENIOS und HVB Expertise GmbH starten den Aufbau einer gemeinsamen Datenbank für professionelle Immobilienmarkt- und Investmentinformationen. Geliefert werden Berichte und Analysen über Immobilienstandorte und -märkte für Immobilienmarktteilnehmer, private und institutionelle Investoren, Unternehmer und Finanzdienstleister.

Nahezu gleichzeitig geht GENIOS einen Vertriebsvertrag ein mit der Financial Times Group, London. Die Integration der Financial Times-Quellen baut das GENIOS-Angebot auf internationaler Ebene beträchtlich aus, indem neben dem bisher bestehenden Portfolio von 600 Datenbanken weitere 300 Quellen der Financial Times-Gruppe zur Verfügung stehen. Darunter fallen die Printausgabe der Financial Times (des britischen Originals, wohlge-merkt), Beiträge der Online-Redaktion (FT.com), Geschäftsinformationen aus Fachzeitschriften, Presseinformationen aus Europa, Amerika, Afrika und Asien sowie Unternehmensbekanntmachungen. Außer den tagesaktuellen Informationen beinhalten die Financial Times Datenbanken einen jeweils rückwirkenden Zweijahresbestand.

Die FT-Daten werden nicht einfach

ve Rückblende bzgl. der jüngsten Unternehmensentwicklung: "Gemeinsam mit den Quellen aus den Kooperationen mit Factiva, Dun & Bradstreet und der Gale Group ist GENIOS in diesem Jahr die Wandlung vom deutschsprachigen Host zum internationalen Content-Provider gelungen" (GENIOS-Newsletter Nr. 45, S. 1). Wir erkennen hier ganz deutlich die Intention, auf der einen Seite den deutschsprachigen Markt mit Wirtschaftsinformationen abzudecken und zusätzlich eine Erweiterung von Informationsangeboten des internationalen Marktes vorzunehmen. Über 240 Verlagshäuser und Informationsvermittler zählen zu den GENIOS-Partnern. Sehr erfreulich ist es, dass (neben der Hauptausgabe) die Aufnahme von Lokalausgaben deutscher Zeitungen integriert wird. So sind die sieben Lokalausgaben des Kölner Stadt-Anzeigers ebenfalls vertreten wie etwa 14 lokale Bereiche aus der Neuen Westfälischen, der Regionalzeitung für Ostwestfalen. In Lokalausgaben werden u.a. auch "kleinere" Neuigkeiten publiziert, die trotzdem wirtschaftlich brisant sein können. Man denke etwa an Bertelsmann, das sich im ostwestfälischen Gütersloh befindet. GENIOS erweitert ständig sein Angebot der Regionalzeitungen. Neben der Rheinischen Post gehen Zeitungen des Axel Springer Verlags im Jahre 2003 online.

GENIOS verändert sein Äußeres und dies gleich in zweierlei Hinsicht. Im November 2002 zieht das Frankfurter GENIOS-Büro (Bereichsleitung, Vertriebs- und Marketingleitung sowie Content-Partner-Betreuung) in das neue Gebäude der Verlagsgruppe Handelsblatt. Ein halbes Jahr später folgt der neue Webauftritt.

## Unternehmensstruktur: Abteilung der Verlagsgruppe Handelsblatt und eng verbunden mit Economy.one

beziehungslos übernommen, sondern wie die Quellen von Factiva und Gale in den inhaltserschließenden Daten "übersetzt" und dem Indexierungssystem von GENIOS zumindest teilweise angepasst. Die englischsprachigen Quellen können somit über den GENIOS-Thesaurus gefunden werden. Bis zu 90.000 (nach Branchen, Ländern, Sachthemen und Unternehmen) indexierte Dokumente der Financial Times Gruppe werden pro Woche aufgenommen.

Im Dezember 2002 schließlich hält unser Host eine posi-

Die im Jahr 2000 gegründete und hundertprozentige Onlinetochter der Verlagsgruppe Handelsblatt, ECONOMY.ONE GmbH, erhält im Oktober 2002 eine neue Führungsspitze. ECONOMY.ONE trägt die Verantwortung für die Online-Auftritte der führenden Zeitungen und Zeitschriften des Handelsblatt-Verlages. Von weit über 100 Mitarbeitern sind derzeit noch rund 30 übrig geblieben. Neben Andreas Bossecker und Joachim Schmaltz ist Reinhold Gokl einer der drei Geschäftsführer; er ist für das



Abbildung 1: Das neue Outfit von GENIOS.de.: Zugangsarten und Navigationsmöglichkeiten der Homepage

Content-Sales-Geschäft zuständig. Die Berufung Gokls zum Geschäftsführer von ECONOMY.ONE unterstreicht die richtige (aber späte) Einschätzung, dass das Know how der Informationswissenschaft und -wirtschaft auch der "New Economy" (oder was davon noch übrig geblieben ist) nutzen kann. Dieser Schritt demonstriert zudem die Zielsetzung von GENIOS, sich vom Datenbankhost zum Content-Sales-Center zu entwickeln. So lesen wir in dem Informationsmaterial der Roadshow: "Neue Kombinationen aus ausgesuchten GENIOS-Inhalten und den Inhalten der Websites Handelsblatt.com, WirtschaftsWoche heute, DMEuro.com, Junge Karriere.com einschließlich der neuen Kursplattform, News am Abend und archivierten Textnachrichten werden möglich und aus einer Hand vertrieben. Damit wurde die integrative Grundlage geschaffen, Unternehmen und Betreiber von Websites bzw. Portalen zielgerecht und umfassend mit maßgeschneiderten Content zu versorgen."

GENIOS Wirtschaftsdatenbanken ist als Abteilung des Handelsblatt-Verlages ein rechtlich unselbständiges Profit Center mit Sitz in Frankfurt und Düsseldorf. Der Host beschäftigt derzeit 40 Mitarbeiter. Während der Umsatz für das Jahr 2001 ca. 7,4 Mio. EURO beträgt, ist dieser im darauffolgenden Jahr leicht zurückgegangen (Schätzungen zufolge kann jedoch der Gewinn gehalten oder gar leicht ausgebaut werden). Im Jahre 2001 müssen wir jedoch einen Sondereffekt durch den Aufbau von Legios berücksichtigen.

Vor der Umstellung auf das neue GENIOS-Modell betreut unser Host rund 34.000 Vertragskunden, von denen rund 10.000 aktiv und permanent das Angebot nutzen. Da nunmehr ein Pauschalbetrag erhoben wird, ist derzeit unbekannt, wie viele Vertragskunden künftig übrig bleiben werden. Außer den B to B-Vertragskunden haben Gelegenheitsnutzer, die spontan und unverbindlich ohne Anmeldung, Vertragsabschluss und Rechnung einen formlosen Zugang wünschen, gleichermaßen die Chance, die GENIOS Wirtschaftsdatenbanken zu besuchen. Selbst Privatkunden - und dies ist bei den Hosts unserer Studie durchaus nicht selbstverständlich - sind willkommen oder gar gewollt. Eigens für diese Nutzergruppe wird im Mai 2002 der Recherche-Shop eingerichtet. Dieser Umstand erfordert dementsprechend angepasste Bezahlmethoden. Der Kunde wählt zwischen Kreditkarte, Guthabekarte MicroMoney, Einzug über FIRSTGATE click&buy oder Abbuchung über Telefonrechnung im T-Pay-Verfahren der Deutschen Telekom.

GENIOS spricht mit seinem Angebot folgende Zielgruppen an: Führungskräfte und Mitarbeiter in internationalen Konzernen, in Banken, weiteren Dienstleistern, Industrie und Medienunternehmen sowie Endnutzer. In welchen Branchen operieren die Nutzergruppen von GENIOS? Der

größte Teil (etwa 30%) kommt aus den Medien, mit jeweils 25% sind die Banken / Versicherungen / weiteren Finanzdienstleister einerseits und die Unternehmensberater / Marktforscher andererseits beteiligt. Kunden aus der chemischen und pharmazeutischen Industrie gibt es zu etwa 10%. Die übrig gebliebene Prozentzahl verstreut sich auf Information Broker, weitere Branchen und Privatkunden. Auch bei GENIOS gilt bislang die Faustregel, dass 20% der Kunden 80% des Umsatzes ausmachen. Auch wenn die Gelegenheitsnutzer, die über den Recherche-Shop GENIOS besuchen, nur einen geringen Teil des Gesamtumsatzes darstellen, ist GENIOS dennoch stark bemüht, diese Nutzergruppe zu erreichen. Die Kunden nehmen den Zugang über das WWW oder über den Windows-Client InMedia, wenige "klassische Onliner" bevorzugen nach wie vor Telnet oder X.25. GENIOS erreicht weitere Kunden über das Firmencenter von T-Online.

## Die neue Weboberfläche: ein seriöses Portal

Anfang Mai diesen Jahres präsentiert GENI-

OS seinen Kunden ein neues Portal für Geschäftsinformationen und Wissensmanagement. Mit der Ausrichtung auf Wissensmanagement möchte der Host auf die vielfältigen Integrationslösungen hinweisen, die sich etwa in Intranets oder Unternehmensportalen widerspiegeln. Wir können gleich vorweg nehmen, dass sich der Relaunch - auch für den Nutzer - gelohnt hat, gleichwohl noch weitere Entwicklungen und Änderungen wünschenswert und auch von GENIOS geplant sind. Layout, Bedie-

nung und Hilfestellungen des Systems sind durchwegs besser geworden. Eine Übersicht des GENIOS-Webauftritts ist unter "Sitemap" tabellarisch anschaulich dargestellt.

Abbildung 1 zeigt die neue Einstiegsseite von GENIOS.de, in der die Such- und Navigationsmodalitäten sowie Zugangsarten des Systems bereit gestellt werden. Hier nicht sichtbar sind die Recherchetipps und Werbebanner auf der rechten Bildschirmseite. Drei Zugänge und ein Hinweis werden angeboten: **GENIOS-Classic** ersetzt die bisherige Web-Search und ist für den regelmäßigen Einzelzugang registrierter Kunden gedacht. **GENIOS Premium** richtet sich an Unternehmen mit hohem Informationsbedarf, wobei ab einem Monatsumsatz von 250 EURO Stufenrabatte gewährt werden. Der **GENIOS Recherche-Shop** bietet Privatkunden oder Geschäftskunden mit unregelmäßigem Bedarf Zugang; nach einer kostenlosen Suche werden die Treffer ausgewählt, die gewünschten Dokumente in einem Warenkorb gelegt und am Schluss bezahlt. **GENIOS Portale** offeriert jeweils einen spezifisch zugeschnittenen Content für Websites, Intranets, Extranets und Handelsblattprodukte. GENIOS Portale ist damit keine Zugangsmög-

Abbildung 2: Suchmaske von Handelsblatt



lichkeit, sondern ein Hinweis darauf, was mit dem Content von GENIOS im Dienste des Wissensmanagement eines Unternehmens machbar ist.

Registrierten Classic- und Premium-Kunden stehen die Funktionen und Services von **Mein GENIOS** zur Verfügung, die eine personalisierte Gestaltung der Recherche, Dokumentenlieferung und Verwaltung gestatten. Diejenigen Nutzer, die regelmäßig in ausgewählten Datenbanken recherchieren, können diese u.a. unter "Favoriten" zusammenstellen, so dass ein direkter Zugang dorthin leicht gemacht wird. Das "Dokumentjournal" wird als das digitale Kurzzeit-Gedächtnis charakterisiert, denn hier werden automatisch alle geordneten und bezahlten Dokumente des Tages gesammelt und während dieser Zeit zur erneuten Einsicht kostenlos bereitgestellt. "Personal Monitoring" meint einen Profildienst, der über E-Mail abgewickelt wird. Je nach Festlegung des Aktualisierungsintervalls geschieht die Benachrichtigung über neu eingetroffene Dokumente zu einer Profilsuche mit täglicher, wöchentlicher oder monatlicher Lieferung. Unter "Abonnement" finden wir (zur Zeit allerdings nur 42 von Legios bereitgestellte) bestellbare Publikationen, die zu einem Jahresfestpreis unbegrenzt häufig genutzt werden können. "Projekt-ID Verwaltung", "Benutzerdaten" sowie "Persönliche Einstellungen" regeln Einstellungen und Verwaltungsmodalitäten.

## Retrievalsystem: so einfach wie möglich



Abbildung 3: Indexeinträge aus dem Feld Unternehmen/ Institution im Handelsblatt

Kommen wir zu den einzelnen Suchmöglichkeiten! Wir wollen an dieser Stelle deutlich hervorheben, dass die gesamte Suche einschließlich der Trefferanzeige bei GENIOS (über den Recherche-Shop) kostenlos ist. Interessierte, die GENIOS.de "beschnuppern" möchten, erhalten hiermit einen klaren Überblick über die Funktionalitäten des Systems.

Ist Datenbankname oder -kürzel bekannt, so gelangt man direkt über den Schnellzugang (am linken oberen Rand) zur erweiterten Suche der Datenbank bzw. Datenbankgruppe. Die Anzahl der Suchfelder richtet sich nach der jeweiligen Datenbank, bei Datenbankgruppen gilt die Anzahl gemeinsamer Suchfelder. Wir geben "Handelsblatt" oder "Hb" ein und gelangen zur Suchmaske der gewünschten Zeitung. Hier haben wir es mit einer Vielzahl von Suchfeldern zu tun (vergleiche Abbildung 2).

Boolesche Operatoren lassen sich eingeben. Zwischen den Feldern kann eine UND- bzw. ODER-Verknüpfung bestimmt werden. GENIOS hat für die Eingabe des Datums eine kleine "Vereinfachung" eingebaut. Klickt man das vorhandene Gitter neben dem Datumsfeld an, erscheint ein Kalender mit Tagen des laufenden Monats. Nach einem weiteren Klick auf den gewünschten Tag des Kalenders trägt das System automatisch das komplette Datum in das Feld ein. Eine vielleicht sinnvolle Erleichterung, wenn man mit ausschließlich aktuellen Daten, spricht mit bestimmten Wochentagen im aktuellen Monat, arbeitet. (Gedacht wird an Suchen der Art: "... da war doch ein Artikel in einer Freitagsausgabe ..." - Welcher Tag war ein Freitagsausgabe?) Alle nicht aktuellen Kalendermonate müssen durch Blättern herangeholt werden. Die Zeit, die für diese Spielerei aufge-

bracht werden muss, kann längst dadurch eingespart werden, wenn das benötigte Datum direkt eingetippt wird. GENIOS verspricht, für entsprechende Abhilfe zu sorgen. Manche Suchfelder existieren in Form von Auswahlfeldern: Unternehmensfacette, Personenfacette, Themen und Branchen sowie Länder. Es kann nur jeweils ein Eintrag ausgewählt werden. Je nach Wunsch werden 10, 20 oder 50 Titel ausgegeben. Sortiert werden kann nach Datum, Seite sowie Rubrik entweder in absteigender oder aufsteigender Reihenfolge, jedoch nicht nach Relevanz.

Hinter manchen Feldern ist ein Index hinterlegt. Durch Betätigen des Links öffnet sich ein kleines Fenster, in dem nach Eingabe des Suchbegriffs angezeigt wird, ob und wie dieser im entsprechenden Feld vorhanden ist (siehe Abbildung 3). Falls ja, kann dieser Indexbegriff bzw. auch mehrere Terme in das Suchfeld übernommen werden. Es besteht leider ein Fehler bei der invertierten Datei. Wenn mehrere zusammenhängende Einträge im Index vorhanden sind, werden alle zusammen als eine Phrase indiziert. Wir suchten nach "Deutsche Bank" und erzielten einen unüberschaubaren Wust von Einträgen, die nicht einmal in voller Länge, geschweige denn nach Anzahl der Einträge, einsehbar sind. Das Fenster ist zu klein und ein Scrollen nach rechts ist nicht vorgesehen. Entscheiden wir uns z.B. für die Übernahme der vorhandenen Indexkette "Bank of England Deutsche Bundesbank Fed Federal Reserve Board", bekommen wir den Hinweis, dass aus technischen Gründen ein Suchbegriff maximal acht Wörter enthalten darf und wir diesen Term vor der Suche kürzen sollen. Warum sollen wir als Nutzer einen Indexeintrag kürzen? Eine Übernahme klappt dennoch. Wir fragen uns

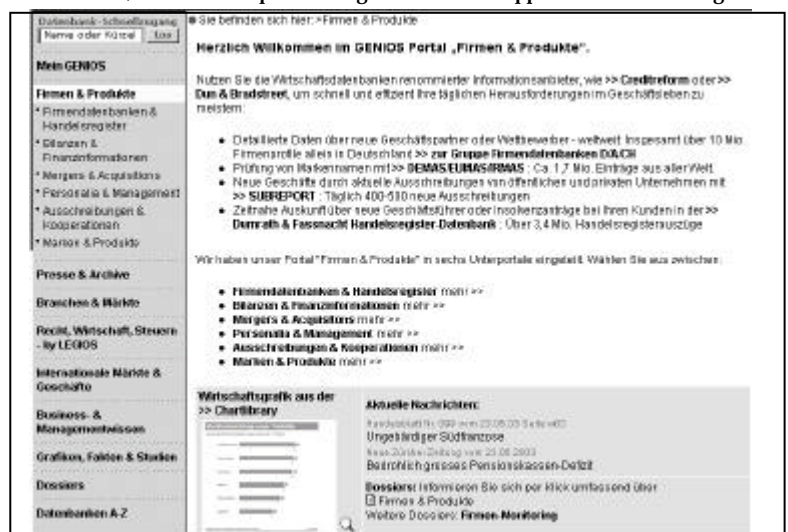


Abbildung 4: Navigation über Firmen & Produkte

**tagesaktuelle Nachrichten - alle tagesaktuellen Nachrichten**  
Ihre Suche hat 34 Treffer in 16 Dokumenten ergeben.

---

Datenbank **EMW** Dokument 1 • 129 Zeilen • Preis: 2,70 € merken:  Anzeigen

**UK, Spanish PC markets showing healthy growth, Germany more sickly, say analysts**  
*Europe Intelligence Wire / Europemedia 14.05.2003*

► Weitere Informationen

**Länder:** Bundesrepublik Deutschland C4EUGE; DE Germany; Spanien C4EUSP; ES Spain; Großbritannien C4EUUK; GB United Kingdom; Europa C4E **Branchen:** Computer & Computerzubehör P3573; N334 Computer & Electronic Product Mfg; N3341 Computer & Peripheral Equipment Mfg; Computer &

► Trefferumgebung  
[...] increasing by 12 per cent year-on-year, thanks to sustained SMB demand driving business sales.  
Fujitsu-Siemens, Dell, Maxdata, and Transtec all reported double-digit growth year on year. ((Distributed via M2 [...]))

Abbildung 5: Trefferliste mit Angaben zur Indexierung und Trefferumgebung

zudem, warum im Index oftmals diese Ketten aufgelistet sind und schauen im entsprechenden Dokument nach. Hier finden wir genau diese Einträge, allerdings jeweils durch Semikolon voneinander getrennt. Das Problem ist GENIOS bekannt und wird in Kürze behoben.

Wenden wir uns noch einmal Abbildung 1 zu, so erkennen wir als zweite Suchmöglichkeit die Orientierungssuche, die stets am oberen Bildschirmrand platziert ist und die die frühere Cross-Suche ersetzt. Hier geben wir im vorgesehenen Feld ein oder mehrere Suchargument(e) ein und bestimmen einen der sieben Quellengruppen aus dem Popup-Menü. Durch Ankreuzen der Verknüpfung "Alle Begriffe", "Irgendeinen der Begriffe" oder "Alle Begriffe in Reihenfolge" wird eine UND-, OR- bzw. Phrasensuche gestartet.

In der letztgenannten Verknüpfungsart (analog: im Suchfenster "Volltext" bzw. "Freitext" der Suchmasken) lassen sich auch zusätzlich Boolesche Operatoren sowie die weiteren Möglichkeiten der TRIP-Suche (etwa Abstandsoperatoren oder feldspezifische Suche) einbauen. Wir testeten erfolgreich Suchargumente der Art "de=Telefon AND co=Siemens" oder "Telefon and.s Siemens". Dies wird aber nicht im Hilfetext zur Orientierungssuche erwähnt.

Der Quellenbereich der Orientierungssuche entspricht immer der Navigation, die man vorher getätigt hat. In unserem Falle befinden wir uns noch auf der Homepage und haben die sieben Hauptbereiche aufgeschlagen. Diese sind gleichzeitig auch die Hauptportale des Navigators auf der linken Bildschirmseite:

- Firmen & Produkte
- Presse & Archive
- Branchen & Märkte
- Recht, Wirtschaft, Steuern
- Internationale Märkte & Geschäfte
- Business- & Managementwissen
- Grafiken, Fakten & Studien.

Geben wir in der Orientierungssuche einen Suchbegriff ein und wählen einen der sieben Hauptquellengruppen aus, so sucht das System alle Datenbanken der Gruppe ab und zeigt in einem gesonderten Fenster die Trefferanzahl in den einzelnen Datenbanken an. Das Fenster bleibt im Hintergrund und kann jederzeit, wenn man

keine Treffer beinhalten. Unter Umständen wird die Liste nur unübersichtlich und lang. Mit einem Klick auf die gewünschte Datenbank / -gruppe gelangt man direkt zur erweiterten Suche.

Eine dritte Möglichkeit, eine eventuell passende Datenbank anzusteuern, geschieht durch die Navigation. Die sieben oben genannten Hauptportale des Navigators verzweigen sich in Unterportale und in der wiederum darunter liegenden Hierarchieebene letztendlich zu den Datenbanken. "Info" (hinter dem Datenbanknamen) weist auf vorhandene Datenbankbeschreibungen hin. Bei der erweiterten Suchmaske liegt der Link zur Datenbankbeschreibung auf der rechten Bildschirmseite. Zusätzlich zu den Hauptportalen des Navigators gibt es noch das Portal "Dossiers" mit vorgefilterten Profilen, die aktuelle Dokumente zu speziellen Themen, Branchen bzw. Bereichen beinhalten (z.B.: Finanz- & Versicherungswirtschaft, Börse, Tourismus & Hotellerie, Firmen- oder Ländermonitoring). Hat man im Navigator einen Unterpunkt ausgewählt, so werden in der Quellenliste der Orientierungssuche und in der Bildschirmmitte die zum Thema passenden Quellen bzw. Datenbanken angezeigt.

Wenn wir einem Link des Hauptportals folgen (z.B. "Firmen & Produkte), tut sich eine Seite auf, die auf den ersten Blick wie eine reine Infoseite aussieht (siehe Abbildung 4). Dies stimmt nicht ganz. In der Tat erhält der Nutzer hier - und auch auf jeder anderen Seite der Navigationen - eine kleine Zusammenfassung über kontextspezifische Informationen zum Portal. So etwa: Firmen & Produkte hat 10 Mio. Firmenprofile, 1,7 Mio. Einträge zu weltweiten Markennamen, 3,4 Mio. Handelsregisterauszüge und 400 bis 500 neue tägliche Ausschreibungen. Die vielen hilfreichen Informationen auf jeder Seite sind eventuell bei

h ä u f i g e m

es nicht endgültig schließt, neu eingesehen werden. Es erscheint uns unverständlich, dass hier auch jene Datenbanken

zu viel, da sie dem Nutzer dann bekannt sein dürfen. Der Platz sollte dann besser für die eigentliche Navigation genutzt werden. Auch hier arbeitet GENIOS an einer Optimierung der Gestaltung. An welcher Stelle, d.h. in der Mitte oder auf der linken Seite des Bildschirms, der Nutzer weiter der Verästelung innerhalb der sechs Unterportale und dann weiter bis zu den Datenbanken folgt, ist gleichgültig, die Funktion ist dieselbe. Zum Schluss der Navigation kann in der erweiterten Datenbanksuche nach gewünschten Inhalten recherchiert werden. Zudem sind aktuelle Nachrichten der Branche, branchenspezifische Grafiken und Themen-Dossiers erhältlich.

Ist die eigentliche Suche letztendlich erfolgreich, erscheint im Anschluss eine Trefferliste mit Angabe der Trefferanzahl in der Dokumentenanzahl. Diese Liste ist im Allgemeinen so aufgebaut: Angabe der Quelle, laufende Nummer des Trefferdokuments, Menge der Dokumentzeilen, Preis, eventuell Hinweis auf Dokumentanlage (Grafik oder Tabelle) und Titel. Ist eine Indexierung bereits in der Trefferliste angezeigt, so kann diese (allerdings selten) unter "weitere Informationen" abgefragt werden. Sehr hilfreich für die erste Einblicknahme, ob ein Treffer für das Bedürfnis des Nutzers vielleicht passend ist oder nicht, ist die Einordnung des Suchbegriffs innerhalb des Textumfelds. Die Trefferumgebung blendet bei Bedarf den Content im Kontext ein (vgl. Abbildung 5), wobei die Suchbegriffe rot aufscheinen. Die Treffer lassen sich einzeln oder alle markieren. Für die Speicherung der Suche in einem Profil muss der Befehl "Suche speichern / Personal Monitoring einrichten" durchgeführt werden. Möchte man von der Trefferliste zur erweiterten Suche gehen oder zurückkehren, folgt man der etwas ungewöhnlichen Bezeichnung "Suchen in Resultaten". Man kann hier die Suche modifizieren bzw. die Trefferliste erneut sortieren.

In Abbildung 6 sehen wir einen Ausschnitt aus einem Handelsblattartikel. Wir suchten nach Haribo. Der entsprechende Suchbegriff ist im Dokument rot markiert. Eine interessante Möglichkeit, weitere Informationen über unseren Her-

Hier suchen Sie im Volltext (Gesamtdokument) oder in Einzelfeldern dieser Datenbank		Erweiterte Suche
haribo	Handelsblatt (HB)	Los
Verknüpfung: <input checked="" type="radio"/> Alle Begriffe <input type="radio"/> Irgendeinen der Begriffe <input checked="" type="radio"/> Alle Begriffe in Reihenfolge		
Sie befinden sich hier: >Datenbanksuche >Handelsblatt (HB)		
Handelsblatt Wirtschafts- und Finanzzeitung	Dokument 1	
Handelsblatt Nr. 203 vom 22.10.02 Seite 14		
Unternehmen und Märkte		
GROSSE MARKE KLEINE UNTERNEHMEN "Kätzchen" schärft die Krallen gegen Konkurrenten		
Seit Jahren hält Katjes sich als Nummer drei im deutschen Süßigkeitengeschäft. Mit Heidi Klum als Werbefee will der Familienbetrieb weiter wachsen.		
INGO REICH, Emmerich HANDELSBLATT, 22.10.2002 Tobias Bachmüller formuliert gern blumig, "Die Lebendigkeit der Katze ist unser Antrieb", beschreibt der Katjes- Chef ein wenig kitschig seine Firmenphilosophie. Der Konkurrenz zeigt der Emmericher Firmenboss dagegen mit Vorliebe die Krallen, die vor allem Haribo schon häufiger zu spüren bekommen hat. In Zeiten der BSE-Krise stichelte er vom Niederrhein aus gegen Haribos Goldbaren, indem er verstärkt für seine Gelatine- freien Produkte warb. Die Bonner reagierten prompt und verglichen in ihrer Werbung das Umsatzwachstum ihres Produktes Color-Rado mit den Lakritz-Produkten von Katjes. Per Gericht machte Bachmüller		
Weiter suchen in:		Handelsregister • Katjes Fassin GmbH & Co KG Wirtschaftspress • Katjes Fassin GmbH & Co KG
Hilfe: Sie befinden sich in einer Dokumentanzeige. Weitere Informationen zur Speicherung und Verarbeitung von Dokumenten erhalten Sie hier.		Handelsblatt Stand Mai 2003 Deutschlands größte Wirtschafts- und Finanzzeitung mit den vier Hauptbereichen Wirtschaft und Politik, Unternehmen und Märkte, Finanzzeitung sowie Themen und Trends mehr...

Abbildung 6: Auszug aus einem Dokument mit der Möglichkeit der Weiter-suche über das Unternehmen im Handelsregister oder der Wirtschafts-presse

steller der begehrten Süßigkeiten zu erhalten, bietet das System auf der rechten oberen Bildschirmseite an. Hier existieren Suchmöglichkeiten zur "Katjes Fassin GmbH" im Handelsregister und in der Wirtschaftspresse. Man muss nur den Links folgen.

Manche Dokumente sind sogar zusätzlich - und dies ist durchaus etwas Besonderes - im PDF-Format vorhanden. Die Zeitungsseite der "Thüringischen Landeszeitung (TLZ)" wird vollständig mit Werbung (siehe z.B.: "Norma senkt wieder die Preise") dargestellt, wie die Abbildung zeigt. Der Nutzer muss somit nicht auf Bilder u.a. verzichten und erkennt die genaue Platzierung der einzelnen Rubriken. Dies ist wichtig zur Einschätzung der Relevanz eines einzelnen Zeitungsartikels, bedeutet doch eine Platzierung auf Seite 1 links oben etwas völlig anderes als auf Seite 7 in der Mitte, umgeben von Werbeanzeigen.

Die neue Gestaltung des Webauftrittes ist insgesamt gelungen. Dennoch sollten in der Folge einige Schwächen beseitigt werden. Die Indexeinträge sind nicht einheitlich. Die indexierten Terme eines Dokumentes sind im Index einfach nebeneinander gefügt, aus diesem Grunde enthält der Index teilweise lange Begriffsketten, eine überflüssige Falschversion eines Phrasenindex'. Zudem sind diese Ketten im zu kleinen Indexfenster nicht voll einsehbar. Vielleicht ist es nur Geschmacksache, wenn wir die Zusatzinformationen der Navigationen für den ständigen Gebrauch als zu langatmig ansehen. Ein Poweruser sollte die Möglichkeit haben, diese in den Hintergrund zu versenken, um sich voll den "reinen" Navigationsmöglichkeiten widmen zu können. Als Sortiermöglichkeit vermissen wir ein Relevance Ranking. Man sollte als professioneller Informationsanbieter nie hinter die Möglichkeiten einer Suchmaschine wie z.B. Google oder AltaVista zurückfallen, da dessen Optionen von Otto Normalsurfer als selbstverständlich vorausgesetzt werden. Der Hilfetext sollte die TRIP-Befehle im Freitext-Feld bzw. beim Ankreuzen von "Alle Begriffe in Reihenfolge" beschreiben.

---

## Einheitliche Indexierung über diverse Quellen

---

GENIOS verfügt über eine Standardindexierung, mit der die wichtigsten Datenbanken intellektuell inhaltlich erschlossen

werden. Dies betrifft vor allem die im Hause Handelsblatt selbst produzierten Datenbanken. Die in den anderen singulären Datenbanken enthaltene Inhaltserschließung wird natürlich beibehalten. Die inhaltserschließenden Angaben der Datenbanken der Gale Group, der Financial Time Group sowie von Factiva werden zusätzlich partiell in die Standardindexierung übersetzt. Das Dokumentationswerkzeug von GENIOS umschließt ein kontrolliertes Vokabular zu

- Personen (mit Aspekten, bei GENIOS "Facetten" genannt)
- Unternehmen und Organisationen (mit Facetten)
- Länder und Regionen (mit Facetten)
- Themen (mit Facetten)
- Branchen (US SIC Codes)

Tabellen und Grafiken sowie Finanzanzeigen (diese nur in der Datenbank Handelsblatt) sind gezielt recherchierbar.

Bei der Übersetzung der Notationen bzw. umgangssprachlichen Bezeichnungen aus Gale, FT und Factiva erreicht das Verfahren bei den Ländern/Regionen sowie bei den Unternehmen/Organisationen eine Übereinstimmung von an die 100%. Diese hohe Quote kann bei den Themen und bei den Branchen nicht erreicht werden, da die Indexierungsansätze doch zu unterschiedlich sind. Hier müssen wir uns mit 70 bis 80% zufrieden geben. (Am Rande: Die Übersetzung ändert natürlich nichts an der Qualität der gelieferten Indexierung.) Alle Quellen des Deutschen Fachverlages (dfv) werden mittels des GENIOS Thesaurus indexiert, wobei jedoch zusätzliche (etwa 500) Themendeskriptoren Einsatz finden.

Überraschend ist - und dies nicht nur bei GENIOS - der Einsatz der Standard Industrial Classification (SIC) als Branchenklassifikation. Diese wird nämlich bereits in den 30er Jahren des letzten Jahrhunderts kreiert und trägt eindeutig das Flair ihrer Zeit, der Industriegesellschaft. Die letzte Aktualisierung stammt aus dem Jahr 1987. Da die SIC entsprechend schwach in der Darstellung des Dienstleistungssektors ist, wird sie 1997 zum Zwecke der offiziellen Statistik abgeschafft und durch das North American Industry Classification System (NAICS), das amerikanische Pendant zur europäischen NACE, ersetzt. Die Datenbankproduzenten sollten ebenfalls irgendwann erwägen, auf NAICS bzw. NACE umzusteigen.

Der GENIOS "Thesaurus" ist eine Schlagwortliste zu Themen und Branchen und enthält rund 2.700 Deskriptoren. An

Relationen enthält das normierte Vokabular die Synonymie (Verweis auf die Vorrangbenennung) sowie die Assoziation (Hinweis auf einen verwandten Begriff), aber keinerlei hierarchische Beziehungen (deshalb steht das Wort Thesaurus in Anführungszeichen). Die Deskriptoren sind einer oder u.U. mehreren Sachgruppe(n) zugeordnet. Die Notationen aus der SIC sind als Branchendeskriptoren in den GENIOS Thesaurus eingepflegt worden. Ein typisches Beispiel eines Deskriptors hat folgendes Aussehen:

Rundfunkanstalt

BF Fernsehanstalt

BF Hörfunkanstalt

VB Fernsehen-allgemein

VB Fernsehen P4833

VB Hörfunk-allgemein

VB Hörfunk P4832

VB Hörfunk- und Fernsehdienste P4839.

Das "P" deutet auf einen SIC-Code hin.

Die Klassifikation der Länder und Regionen ist im Notationssystem mit den Codes der Gale Group identisch. Demnach steht C4EUGE für Deutschland. Mittels Trunkierung innerhalb des Codes wird eine hierarchische Suche gestartet, so dass z.B. C4EU\* alle Dokumente zur Europäischen Union und zu allen Mitgliedsländern findet. Zusätzlich werden bei GENIOS die deutschen Bundesländer (mit ihrem Namen) indexiert, die Notation bleibt jedoch C4EUGE. Gibt man C4EUGE ein, so erhält man Datensätze zu Deutschland und zu jedem der Bundesländer, gibt man verbal "Deutschland" ein, so erhält man ausschließlich die Texte zu Deutschland, nicht aber zu den Bundesländern.

Die normierten Schlagworte zu Personen, Unternehmen, Ländern und Themen sind im Sinne syntaktischen Indexierens mit Aspekten ("Facetten") versehen. Dieses Verfahren, übrigens analog bei der Datenbank der FAZ eingesetzt, erlaubt eine gezielte Verfeinerung der Suche bei den entsprechenden Schlagworten. Sucht man z.B. nach einem Unternehmen und möchte nur über dessen Prozesse informiert werden, so steht hierfür der Aspekt "Affäre" bereit. Da die Aspekte bei den Suchmasken hinterlegt sind, ist das korrekte Eingeben denkbar einfach. Aber auch die Eingabe in eine Befehlszeile macht kaum Probleme (Beispiel: co=Bayer and.t cf=Affäre).

GENIOS ist Vertriebspartner für MrCat der APA, einer Software für automatische Indexierung. GENIOS selbst



plant den Einsatz von MrCat zur automatischen Indexierung von Zeitungsquellen, die derzeit inhaltlich nicht ausgewertet werden.

## Vielfältige Produkte und Dienstleistungen

GENIOS stellt seinen Kunden verschiedene Services bereit. Für diejenigen, die aus irgendeinem Grunde nicht selbst recherchieren können oder wollen, erledigt der Informationsdienst den Rechercheservice für den Kunden. Genios News-Break schließlich ist ein Pushdienst, der die Kunden mit Trefferlisten aktueller Artikel aus den indexierten GENIOS Datenbanken via E-Mail versorgt. Dieser Service gilt nur für Premium- und Classic-Nutzer. Verlagen, Medienhäusern und Unternehmen bietet GENIOS Archiv- und Medienlösungen an. Datenbankarchive werden in die Website integriert. Sie besteht in der Digitalisierung der Kundendatenbestände, dem Aufbereiten, Konvertieren und Bereitstellen der Daten für den Endkunden, der Indexierung, dem Aufbau eines externen Archivs, der Schaffung eines gesicherten Rechtstatus, dem Vermarkten vorhandener und neuer Daten sowie der Mehrfachverwertung von Inhalten im Internet. GENIOS richtet für Websites sog. Suchboxen ein, in denen die Nutzer Zugang auf GENIOS Quellen erhalten. So liefert der Service Content4Portals aktuelle Presseartikel zu bestimmten Themenschwerpunkten. Selbstverständlich offeriert GENIOS auch Intranetlösungen. An am Handelsblatt besonders interessierte Nutzer, die börsentäglich ab 15 Uhr "Handelsblatt News am Abend" lesen möchten, wird die achtseitige Zeitung im PDF-Format per E-Mail oder FTP übersandt. Weitere Handelsblatt-Produkte und -Services für die Website sind Informationen zu aktuellen und historischen Kursen, Top-/Flop-Listen, Charts, Depots und Watchlist. Internationale Terminiendaten über Unternehmen, Politik und Finanzmärkte aus Europa, USA und Asien werden durch die Zusammenstellung eines Terminkalenders für die Unternehmenswebsite übermittelt. Themenorientierte Newsfeeds aus Print- und Online-Redaktionen der Handelsblatt-Verlagsgruppe orientieren den Nutzer rund um die Uhr über Wirtschaft und Finanzen. Die vier Quellen hierzu sind: Handelsblatt.com, Wirtschaftswoche Heute, DMEURO.com sowie Junge Karriere.com.

## GENIOS in Markt und Wettbewerb

Wo sieht GENIOS die stärksten Konkurrenten des deutschen Markts vertreten? Hier werden zunächst GBI und Factiva genannt, dann aber auch

- und dies vernehmen wir während unserer Tests zum ersten Male - das Internet und dessen Suchwerkzeuge. Der Grund dafür ist nicht verwunderlich, denn GENIOS spricht u.a. den Consumerbereich an, dessen Kunden sicherlich oft die Angebote des kostenfreien WWW ausnutzen. Demzufolge gilt als Strategie für die weitere Unternehmensentwicklung neben dem Angebot von Personalisierungslösungen interner Informationssysteme und der Lieferung von Mehrwert an Geschäftsinformationen gleichfalls die Bewusstseinsbildung des Nutzers, dass dieser für qualitative, d.h. GENIOS-Inhalte, auch bezahlen möchte. Wir lassen an dieser Stelle Reinhold Gokl selbst zu Wort kommen: "Was tun die Anbieter, um im Markt Geld zu verdienen mit Inhalten? Es gibt nicht nur den Verkauf von Inhalten an Endverbraucher. Neben Content-Syndication haben wir noch das Thema

Intranet und externen Content, zum Beispiel für Mitarbeiterportale. Es gibt ja mehr Nutzer der unternehmensinternen Netze zwischen acht und 19 Uhr als im offenen Internet zu Hause nach 18 Uhr. Dieser Intranet-Markt spielt sich zwar im Verborgenen ab, hinter Firewalls und Passwörtern, der braucht aber auch Content" (Round Table Paid Content, 2003). GENIOS geht davon aus, dass das Internet dem eigenen Unternehmen letztendlich nicht geschadet hat.

Zwei Alleinstellungsmerkmale, die GENIOS von seinen Wettbewerbern absetzen, hebt unser Host hervor: das Quellenangebot mit seinem Mix aus regionalen und internationalen Inhalten einerseits und den flexiblen Unternehmenslösungen bzgl. Anpassung und Preisgestaltung andererseits. GENIOS könnte seinen Marktvorteil sicherlich noch besser nutzen, wenn die enge Verbindung zu Creditreform (über den Handelsblatt-Verlag) ausgeweitet würde, indem die Crefo-Bonitätsdaten in das Angebot mit einbezogen würden. GENIOS Produkte werden vorwiegend im deutschsprachigen Raum, aber auch in den Niederlanden und in Skandinavien verkauft. Das Preismodell gestaltet sich entweder nach einem Festpreis, nach Pay per Use oder bei Premium-Kunden mit Rabatten. Via GENIOS.de werden nur die Datensätze bepreist. Für registrierte Kunden wird eine Grundgebühr erhoben, InMedia-Kunden zahlen für Anschaltzeit und Datensätze. Während GENIOS im Jahr 1996 nur 20 Mitar-

beiter beschäftigt, sind heute 40 Mitarbeiter für den Host tätig. An diesem Istzustand wird sich - laut Auskunft - in nächster Zukunft nicht viel ändern.

Folgende kritische Erfolgsfaktoren für die weitere Unternehmensentwicklung schätzt GENIOS als besonders relevant (1) ein:

- Ausweitung des B to B-Marktes
- Strategische Allianzen mit Verlagen
- Noch mächtigere Systeme automatischer Indexierung
- Einheitliche Indexierung über alle Datenbanken
- Volltexte im Originallayout.

Die Bewertung der automatischen Indexierung - derzeit bei GENIOS ja gar nicht eingesetzt - lässt aufhorchen. Plant GENIOS die Ablösung der intellektuellen Erschließung der eigenen Quellen?



Abbildung 7: Originallayout der Thüringischen Landeszeitung (PDF)

Relevant (Benotung mit 2) sind außerdem die Ausweitung des B to C-Marktes, strategische Allianzen mit anderen Unternehmen der eigenen Branche, strategische Allianzen mit Unternehmen der New Economy (z.B. GENIOS ist in Yahoo! eingebunden), noch mächtigere Boolesche Retrievalsysteme, Branchenmarketing und die Kooperation mit Hochschulen. Da GENIOS erst gerade das Datenbankangebot aufgestockt hat bzw. einen "Frühjahrsputz" gemacht hat, indem alle inaktuellen Quellen entfernt wurden, spielt ein größeres Angebot an Datenbanken (3) eine untergeordnete Rolle. An strategische Allianzen mit Bibliotheken besteht vorrangig in den wirtschaftsnahen Fachgebieten ein Interesse.

## Fazit

GENIOS setzt zielstrebig seinen Weg zur Content-Erweiterung fort. Jüngste Kooperationen mit Factiva und Financial Times Group lassen die Anzahl der Quellen sprunghaft in die Höhe schnellen. Derzeit kann GENIOS mit 900 Datenbanken aufwarten, eine beachtliche



Menge im deutschsprachigen Raum. Ende 2002 sind ungefähr 120 Mio. Pres-seartikel und Firmenprofile bei GENIOS verfügbar. Passend zur comInfo 2003 hat GENIOS seinen neuen Webauftritt vor-gestellt.

Wo liegen die **Stärken** unseres Con-tent Sales Center? GENIOS-Exklusivange-bot ist die Quelle vom Handelsblatt (abge-sehen von einem rollenden Zwei-Jahres-Fenster bei Factiva), komplett als Archiv-lösung und in aktueller Ausgabe. Abgerundet wird dieser Informationsser-vice durch Handelsblatt News am Abend, dessen Inhalte ab 15 Uhr verfügbar sind. Außerdem sind wirtschaftsrelevante Zei-tungen - von den Lokalausgaben der Regio-nalzeitungen bis zu den internationalen Top-Wirtschaftszeitungen - vertreten. Reichhaltige regionale und internationale Quellen (u.a. Nachrichtenagenturen, Fir-mendatenbanken) sprechen das Informa-tionsbedürfnis der Nutzer aus der Wirt-schaft an. Hervorzuheben sind die (zwar nicht sehr häufigen) PDF-Seiten von eini-gen Zeitungen. Hier kann nur eine Aus-wei-tung dieses sinnvollen, weil anschauli-chen Dienstes empfohlen werden. An Stär-ken zu nennen ist auch die einheitliche GENIOS-Indexierung und die damit ver-bundene Informationsqualität **Der Fokus von GENIOS und damit der Wettbe-werbsvorteil par excellence ist die Ver-bindung von regionalem deutschem und internationalem Content.** Reinhold Gokl ist nur zuzustimmen, wenn er schreibt: "Die bundesdeutschen (teilweise auch andere europäische) Datenbank-anbieter haben in ihren Ländern gegenüber den amerikanischen Unternehmen die Marktführerschaft übernommen. Die Ur-sachen für diese Entwicklung liegen in den überlegenen Marktkenntnissen der deut-schen Anbieter vor Ort. ... Für den Bereich des Angebots an Wirtschaftsinformationen gilt, dass der Vorsprung bundesdeutscher Anbieter gegenüber ihren amerikanischen Mitbewerbern nicht nur in den besseren Marktkenntnissen begründet liegt, sondern zumindest teilweise auch mit den Daten-bankinhalten beziehungsweise Daten-bankqualitäten zu tun hat" (Gokl 1991, b15).

An **Schwächen** sehen wir das Ange-bot wirtschaftswissenschaftlicher biblio-graphischer und Volltext-Datenbanken. Aber möglicherweise ist dies auch die Stra-tegie des Hauses, dieses Feld der dort weit aus besser platzierten GBI zu überlassen. Im Vergleich zur kompletten Creditreform-

Datenbank verfügt GENIOS nur über Teile dieser zentral wichtigen Datenbank zu deutschen Firmen (Crefo erwirtschaftet allein mit seiner Datenbank einen geschätzten Jahresumsatz von rund 150 Mio. EURO). Das Fehlen der Bonitätsda-ten von Crefo (wie übrigens auch von Dun & Bradstreet) erscheint uns doch proble-matisch. Und warum liegt die Hoppen-stedt Firmendatenbank nicht (wieder) bei GENIOS auf?

GENIOS sollte aufgrund der Bezie-hungen über das Handelsblatt und ECO-NOMY.ONE die Chancen nutzen, das schon bestehende Quellenangebot weiter auszubauen. Der B to C-Markt könnte GENIOS offen stehen, da es nicht viele Hosts gibt, die offensiv um diesen Markt werben. Die größte dürfte allerdings in der "Eroberung" der Intranets der Firmen lie-gen, die ihren externen Content von GENIOS beziehen.

GENIOS ist nach wie vor stark von einzelnen Großkunden abhängig. Hier sehen wir ein Risiko. Fallen einzelne davon weg oder reduzieren ihre Online-Etats, wird GENIOS dieses stark spüren.

**GENIOS ist auf dem Weg vom klassischen Online-Host zum Content Sales Center, das deutschsprachige wie internationale Wirtschaftsinformationen bündelt und den Nutzern entweder über das Web bereitstellt oder in das firmeninter-ne Wissensmanagement ins Intranet, Extranet oder auf die Homepage stellt. Für den Bereich der Wirtschaftspraxis (nicht der Wirtschafts-wissenschaften) ist GENIOS eindeu-tig der Marktführer in Deutschland.**

Mechtild Stock  
(MechtildStock@aol.com)

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

---

## Kontakt

---

GENIOS Wirtschaftsdatenbanken  
Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH  
Bereichsleiter: Reinhold Gokl  
Eschersheimer Landstr. 50-54  
60322 Frankfurt  
Tel.: 069/ 2424 4600  
Fax: 069/ 2424 4646  
http://www.genios.de

---

## Literatur (Auswahl)

---

**Anonym (jkn):** Datenbankservice will zweistellig wachsen. Internet-Ernüchte-rung lässt Genios kalt. - In: Handelsblatt Nr. 88 vom 8.5.2001, 26.

**GENIOS Datenbankhandbuch** (bearb. von Claudia Peters). - Düsseldorf: GENIOS Wirtschaftsdatenbanken / Daten-bankproduktion und Indexierung, 2002.

**Reinhold Gokl:** Datenbanken / Beispiel GENIOS: Steigende Nachfrage nach detaillierten Informationen über ausländische Märkte. - In: Handelsblatt Nr. 172 vom 6.9.1989, 10.

**Reinhold Gokl:** Datenbanken / Wachs-tum durch Internationalisierung. Bun-desdeutsche Branche hat Weltniveau erreicht. - In: Handelsblatt Nr. 51 vom 13.3.1991, b15.

**Reinhold Gokl; Wolfgang Scheuren; Yüksel Sirmasac; Timo Wasmer:** Zweit- und Mehrfachverwertung von Content - Erfahrungen und neue Lösun-gen. - In: Björn Müller-Kalthoff (Hrsg.): Cross-Media-Management: Content-Strategien erfolgreich umsetzen. - Berlin [u.a.]: Springer, 2002, 171-190.

**Walter Niedermeyr:** TRIP und GENIOS/Easy als Hilfen bei Datenbankre-cherchen. - In: Reinhold Gokl (Hrsg.): Externe Wirtschaftsdatenbanken im betrieblichen Informationsprozeß. Ange-bote, Erfahrungen der Anwender, Ein-satzbereiche, Trends. - Frankfurt; Düs-seldorf: GENIOS Wirtschaftsdatenban-ken, 1992, 239-240.

**Eckhard Rahlenbeck:** GENIOS InMe-dia, der persönliche Recherche-Assistent. - In: Password Nr. 5 (1996), I-VI.

**Round-Table Paid Content.** "Nicht das Viagra der Online-Industrie". Noch sind die Nutzer skeptisch, wenn sie für Inter-net-Inhalte zahlen sollen. Aber starke Marken in interessanten Nischen können sich neue Erlösquellen erschließen. - In: absatzwirtschaft Nr. 5 vom 1.5.2003, 122.

**Wolfgang G. Stock:** ChartLib von GENIOS: "Versteckte" Fakteninformationen in Textdatenbanken. - In: Password Nr. 10 (1999), 26-29.

**Christine Werner:** Rede zum 15-jähri-gen GENIOS Geburtstag anlässlich der Vorabendveranstaltung zur Infobase 2000. - Frankfurt, 2000, (unveröffent-lichtes Skript).