

Gerhard J. Mantwill zum 65. Geburtstag

"Nutzers Not und Pflichten".

Von der Kundenorientierung über das Qualitätsmanagement zum Informations-"TÜV"

von Wolfgang G. Stock

Die Branche: Gerhard Mantwill geht

Gerhard Mantwill vom Informationszentrum des Hamburger HWWA, ehemaliger Vizepräsident der Deutschen Gesellschaft für Informationswirtschaft und Informationspraxis und Passwort-Partner von Hamburgischer Solidität und Seriosität, wird am 19. Mai in einer Feierstunde im HWWA verabschiedet. An der Gestaltung wird sich Passwort beteiligen.

Mantwill gab unter anderem drei Jahrbücher zur Lage der Informationswirtschaft in den Neuen Bundesländern heraus und publizierte damit vor allem die Umfragen von Prof. Manecke (TU Ilmenau) und Passwort unter den Informationsspezialisten in Ostdeutschland, die den rasanten Niedergang dieser Profession auf einen Bestand nahe Null zwar in keiner Weise aufhielten, aber doch dokumentierten. Die Jahrbücher sind auch heute noch ein gelungenes Beispiel für Ost-West-Kooperation und für Solidarität unter Information Professionals unabhängig von ihren Standorten. Im Rahmen einer weiteren Zusammenarbeit konnte Passwort einen Beitrag zu Gerhard J. Mantwill (Hrsg.), "Informationswirtschaft und Standort Deutschland - Der Beitrag der Informationswirtschaft zur Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen", Baden-Baden 1997, leisten. Wie Mantwill ist Passwort der Meinung, dass es notfalls wichtiger ist, die Fachinformationspolitiker mit Konzepten zu konfrontieren als dem Fördergelder verteilenden Referenten persönliche Reverenz zu erweisen. In welche bürokratischen Kanäle unser damaliges Konzept auch verschwunden sein mag, die seinerzeitige Fachinformationspolitik, hätte sie Augen gehabt zu sehen und Ohren gehabt zu hören, hätte daraus lernen können.

In den letzten Jahren ist das HWWA wegen kritischer Evaluierungen in schwere Fahrwasser gekommen. Von der Kritik ist das Informationszentrum jedoch ausdrücklich ausgespart geblieben. So kann Mantwill der Zukunft des Informationszentrums, wie immer die vorgesehene Zusammenarbeit mit dem Kieler Institut für Weltwirtschaft ausgestaltet werden mag, mit Zuversicht entgegensehen.

Willi Bredemeier

Neben seiner Tätigkeit beim HWWA hat Gerhard J. Mantwill immer wieder Zeit gefunden, informationswissenschaftliche und -praktische Studien zu betreiben. Seine Publikationen lassen sich grob in drei Hauptthemengebiete einordnen:

- 1. Pressearchiv und Pressedokumentation (z.B. Mantwill 1972, 1974a, 1974b, 1974c, 1979, 1982)*
- 2. Wirtschaftsinformation in Deutschland (z.B. Mantwill 1981, 1983a, 1989, 1991a, 1992b)*
- 3. Informationsmarketing (z.B. Mantwill 1986, 1994, 1995a, 1995b).*

Hinzu gesellen sich Berichte über die OECD Future Studies - Datenbank

(Mantwill 1991b, 1992a) sowie über die Motivation geplanter Dokumentartage (Mantwill 1998 und 1999), letzteres in seiner Rolle als Vizepräsident der Deutschen Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis (DGI). Für die DGI bereitete er deren 51. Jahrestagung vor, die im Jahr 1999 in Hamburg stattfand. Mantwills rege Herausgebertätigkeit beginnt mit einer Festschrift für Roland Seeberg-Elverfeldt (Mantwill Hg., 1974), führt über Jahresberichte zur Lage der Informationswirtschaft in den neuen Bundesländern (Mantwill u.a., Hg., 1996, 1997, 1998) und Proceedings zu Dokumentartagen (Mantwill/Ocken-

feld, Hg. 1997, 1998, 1999) bis zum Sammelband über die Informationswirtschaft am Standort Deutschland (Mantwill, Hg., 1997).

In diesem Artikel wollen wir uns einem kleinen Ausschnitt aus dem Werk Mantwills zuwenden. Im Bereich des Informationsmarketing geht es Gerhard J. Mantwill vorrangig um den Nutzer von Informationsdienstleistungen sowie um das Sicherstellen der Qualität der Informationsprodukte und -dienste. Hiervon werden wir ausgehen und die Vorschläge Mantwills weiterdenken. Der "Klassiker" in diesem Kontext dürfte der Artikel "Nutzers Not und Pflichten" aus dem Jahr 1995 sein, der für unseren Titel Pate stand.

Nutzeranforderungen

Informationsarbeit hat grundsätzlich zwei Aspekte: zum einen geht es um die Auswertung und Bereitstellung fachlich einschlägigen Wissens, zum andern um die Orientierung am (objektiven) Informationsbedarf und am (subjektiven) Informationsbedürfnis der Nutzer. Die schönste Auswertung von Wissen ist nutzlos, wenn kein Kunde sie anwendet. Gerhard Mantwill betont, "Informations- und Dokumentationseinrichtungen haben grundsätzlich die Aufgabe, das weltweit in gedruckter Form (heute ist zu ergänzen: "sowie in digitaler Form") über ihr jeweiliges Fachgebiet erscheinende Wissen zu ermitteln, gegebenenfalls zu erwerben und inhaltlich so aufzubereiten, dass es den Benutzern bedarfsgerecht zur Verfügung gestellt werden kann" (Mantwill 1981, 53). Während die Identifikation der dokumentationswürdigen Dokumente in der Regel recht leicht ist, gestaltet sich die Erfassung der Nutzeranforderungen ausgesprochen kompliziert. Durch die Schwierigkeiten bei der Analyse abgeschreckt, verzichteten viele Unternehmen der Informationswirtschaft gänzlich auf eine Klärung - mit fatalen Folgen.

"Und hier liegt das Problem: so lange ein Informationsanbieter die Erfordernisse des von ihm reklamierten Fachgebietes und die Bedürfnisse und Verhaltensweisen der Informationsnachfrager nicht hinreichend erhebt und analysiert, kann er sein Angebot nicht optimal gestalten" (Mantwill 1986, 131). Natürlich kann es sich ein Anbieter leicht machen und umfassende Informationskompetenz beim Kunden einfordern. "Es ist nicht zu bestreiten, dass ein Minimum an Kenntnissen über den Zugang zu Datenbanken erforderlich ist. Doch den ‚schwarzen Peter‘ ausschließlich dem Benutzer zuzuschieben und von ihm zu verlangen, durch eigene Zusatzqualifizierung die Unzulänglichkeiten des Angebots auszugleichen, zeugt nicht von einem adäquaten Selbstverständnis als ‚Dienstleistungsbetrieb‘. Es ist zudem eine ökonomisch unkluge Einstellung" (Mantwill 1986, 131). Eine Variante der Verweigerungshaltung, Nutzer ernst zu nehmen, liegt bei den Hosts, die ja Content unterschiedlicher Informationsproduzenten aggregieren, im Abschieben der Verantwortung in Richtung der Produzenten. Dies ist aber so - gemäß Mantwill (1994, 17) - als ob ein Käufer eines fehlerhaften Autos nicht zu seinem Autohaus gehen darf, sondern direkt beim Werk seine Probleme vortragen müsste.

Was kann ein Nutzer tun, wenn er sich bei den Unternehmen der elektronischen Informationsdienste nicht willkommen sieht? Die erste Reaktion ist: Er sucht nach anderen Wegen, an das benötigte Wissen zu kommen. Es muss ja nicht unbedingt auf digitalen Kanälen übermittelt werden. Mantwill betont in einem Vortrag bei der Europäischen Kommission, "the user is not primarily interested in the source but in the information required" (Mantwill 1994, 20). Es gibt diverse Informationsquellen in einem Unternehmen, wie dies Abbildung 1 zeigt. Die Matrix berücksichtigt die drei Informationsquellentypen "interne Quellen", "externe informelle Quellen" sowie "externe formelle („offizielle“) Quellen" und die drei Quellenmedien "Menschen", "Papier" sowie "elektronische Medien", alles in allem neun Möglichkeiten, an Wissen heranzukommen. Will oder kann ein Nutzer den einen Weg über die elektronischen Informationsdienste nicht gehen, so bleiben ihm acht weitere Wege offen.

Die zweite Reaktion kann sein, auf das eigentlich benötigte Wissen gänzlich zu verzichten. Dies ist gefährlich und wirkt auf die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens ein. "An erster Stelle der Insolvenzsachen (in Deutschland, St.) werden von Analytikern neben der allgemeinen Konjunkturschwäche Managementfehler genannt: Fehleinschätzungen bei Produktion, Absatz, Finanzierung und Personal sowie ausdrücklich fehlende oder

Media \ Types	Internal Sources	Informal Sources	Official Sources
People (thoughts, experiences)	Own employees	Personal contacts	Consultants (Universities, agencies, associations)
Paper (books, magazines, documents)	Internal Archives	Unpublished literature	Published Literature, Libraries
Electronic Media (databases)	Internal databases	Restricted access to electronic data	Public on-line databases, CD-ROM

Abbildung 1: Informationsquellen von Unternehmen (Quelle: Mantwill 1994, 20).

falsche Informationen. Da die Fehleinschätzungen bei Produktion und Absatz zumeist auf mangelnden Umfeldkenntnissen beruhen, lassen sich auch diese Fehler letztlich auf einen unzureichenden Informationsstand der Entscheidungsträger zurückführen. ... Für die Mehrzahl der Insolvenzen dürfte zutreffen, dass sie bei ausreichendem Wissensstand zu vermeiden gewesen wären" (Mantwill 1998, 323). Für Gerhard Mantwill ist diese Reaktion, die übrigens eher bei kleinen und mittleren Unternehmen als bei Großbetrieben anzutreffen ist, so wichtig, dass er politische Maßnahmen zu ihrem Eindämmen vorschlägt. "Eine Wirtschaftspolitik, die den Standort ihrer Zuständigkeit attraktiv gestalten will, sollte daher auch die Rahmenbedingungen für eine optimale Informationsversorgung verbessern bzw. herstellen" (Mantwill 1999, 323).

Qualität und Informationsasymmetrie

Kann ein Nutzer überhaupt die Qualität elektronischer Informationsdienste beurteilen? Kann dies ein Fachmann? Gerhard Mantwill greift zur Klärung der Qualitätswahrnehmung auf die Unterteilung der Güter von Darby & Karni (1973) in Such-, Erfahrungs- und Vertrauensgüter zurück. Suchgüter lassen sich vor dem Kauf qualitativ beurteilen (z.B. Waren in einem Kaufhaus), Erfahrungsgüter erlauben die Qualitätseinschätzung erst nach vollzogenem Kauf (wie etwa ein Friseurbesuch), Vertrauensgüter können weder vor noch erschöpfend nach dem Kauf bewertet werden (wie dies u.a. bei der Konsultation eines Arztes vorkommt). Für Mantwill können Informationen als Ware (die also gegen Bezahlung angeboten werden) prinzipiell niemals Suchgüter sein, denn dann entzieht man unserem Wirtschaftsgut den Warencharakter.

"Information kann nicht vor dem Kauf betrachtet und begutachtet werden und ist daher kein Suchgut. Ließe der Anbieter eine Prüfung vor dem Erwerb zu, ginge ihr Neuigkeitswert und somit auch ihre Eigenschaft als Information und damit ihr Wert als Ware verloren" (Mantwill 1995b, 46). Ein Nutzer kann also stets erst dann die Qualität einer Information einschätzen, ja sogar grundsätzlich beurteilen, ob er die Information überhaupt gebrauchen kann, wenn er sie vor sich sieht, also dann, wenn bereits Kosten angefallen sind. Für Fachleute mit Informationskompetenz dürfte die recherchierte Information ein Erfahrungsgut darstellen. Der Experte "ist in der Lage, die Qualität der Informationen dank seiner Kenntnis des recherchierten Themenbereichs und der konsultierten Informationsspeicher sowie anhand vergleichbarer Rechercheergebnisse beurteilen" (Mantwill 1995b, 47). Einem Informationslaien ist dies nicht möglich. "Für den Recherche-Laien wären die Informationen des gleichen Rechercheergebnisses ein Vertrauensgut, da er mangels Erfahrung die Qualität der erhaltenen Informationen nicht beurteilen kann" (Mantwill 1995b, 47).

Im Falle der Vertrauensgüter liegen ungleich verteilte Qualitätsinformationen vor, der Verkäufer weiß prinzipiell mehr über seine Ware als der Käufer (vgl. Akerlof 1970). Für die Entdeckung dieser sog. "Informations-asymmetrie" hat George A. Akerlof im Jahr 2001 den Nobelpreis für Wirtschaft erhalten. Kurzfristig können moralisch "unsaubere" Firmen dies ausnutzen, qualitativ wertlose Güter zum Preis einwandfreier Waren anzubieten. Akerlofs Beispiel ist ein fingierter Gebauchtwagenmarkt - "the market for lemons". Mantwill bezieht Akerlofs Theorie auf die Informationswirtschaft. Ein Informationsanbieter "verfügt über einen größeren Spielraum für Qualitätsverschlechterungen" (Mantwill 1995b, 47). Dies gilt solange, wie für die Kunden der Aspekt des Vertrauensgutes über-

wiegt. "Solange die Zahl aktiver Passwörter zunimmt, muss ein Anbieter auf die Wünsche der erfahrenen Nutzer, die in der Minderzahl sind, weniger Rücksicht nehmen. Geld bringen die neuen Nutzer ein, für die das Informationsprodukt Vertrauensgut ist. Selbst wenn einige Nutzer aus Verärgerung abwanderten - allerdings gibt es kaum Alternativen - wäre die Gewinnung neuer Kunden billiger als größere Investitionen in die Qualität" (Mantwill 1995b, 47 f.). Von Akerlof wissen wir, dass Märkte mit Informationsasymmetrien nur mit Schwierigkeiten Reife erreichen können. Das Setzen auf das Vertrauensgut und sich dabei um Qualität herumzudrücken, zahlt sich langfristig nicht aus. Der Markt für elektronische Informationsdienste würde kaum wachsen bzw. sogar schrumpfen. Wir müssen also



Gerhard J. Mantwill: Qualität der Information, Qualität des Managements.

den unerwünschten Folgen der Vertrauensgüter aktiv entgegensteuern. Es bieten sich zwei Wege an: erstens kann man für alle Interessierten Informationskompetenz aufbauen und so Vertrauens- in Erfahrungsgüter verwandeln, zweitens ist es geboten, in Vertrauens- und Qualitätsmanagement zu investieren, um so für alle - auch die Laien - positive Qualitätssignale zu setzen. Gerhard J. Mantwill setzt sich offensiv für Qualitätsmanagement ein: "Solange wir es auf dem Informationsmarkt mit einem Anbietermarkt und bei den Informationen mit der Kategorie Vertrauensgut zu tun haben, ist der Informationsnutzer in einer relativ schwachen Position" (Mantwill 1995b, 49). Wichtig ist der Hinweis - man beachte, dass dies bereits

1995 beschrieben worden ist - , dass die Hosts "die Anbieter der neuen Netzwerke nicht unterschätzen" sollten. In der Tat haben Yahoo!, AltaVista und später Google Kundenmassen an sich binden können, von denen die gesamte Branche der elektronischen Informationsdienste nicht zu träumen wagte. Gerade bei der Konkurrenz durch die Web-Suchwerkzeuge müssen die kommerziellen Anbieter auf Qualität setzen. "Daher muss es auch im Interesse der Informationsanbieter liegen, die Unsicherheit bei tatsächlichen und potentiellen Kunden über das Gut Information zu beseitigen. Will man nicht nach dem Staat rufen, muss die Informationsindustrie sich selbst Standards schaffen und öffentlich nachvollziehbar daran orientieren" (Mantwill 1995b, 49). Qualität und damit Vertrauen kommen nicht von alleine, Unternehmen müssen aktiv sowohl Vertrauensmanagement (vgl. Kuhlen 1999; Stock 1999) als auch Qualitätsmanagement betreiben. Hierzu müssen wir jedoch wissen, was Qualität in bezug auf elektronische Informationsdienste bedeutet bzw. was "Qualitätsinformationen" von anderen Informationen unterscheidet.

Objektive Qualitätskriterien für Informationsdienste

Die Informationsqualität hat zwei Gesichter. Neben objektiven Kriterien, die an Informationsdienste angelegt werden, existieren subjektive Qualitätseinschätzungen der Benutzer. Beide Kriterienbündel müssen - abhängig vom jeweiligen Informationstyp - dergestalt operationalisiert werden, dass möglichst quantitative Messungen abzuleiten sind. In der Folge steht empirische informationswissenschaftliche Arbeit an: Datenbanken und ihre Dokumentationseinheiten werden "vermessen" und Nutzer, ihre Bedarfe sowie Qualitätsaussagen sind in informationswissenschaftlicher Feldforschung zu eruieren.

Eine Liste objektiver Qualitätskriterien für alle Arten von Informationsdiensten, wie sie G. Mantwill vorschwebt, zeigt Abbildung 2. Neben die formalen Qualitätsanforderungen wie den orts- und zeitunabhängigen Zugriff stellt Mantwill die inhaltlichen Qualitätsanforderungen Vollständigkeit, Relevanz, Zuverlässigkeit und Aktualität. Die Messung insbesondere der inhaltlichen Kriterien ist nicht

immer leicht (vgl. Stock 1995; Kap. 5). Die Aktualität einer Datenbank lässt sich durch die Differenz zwischen dem Publikationsdatum eines Dokuments und dem Datum des Einspielens des Nachweises bzw. des Volltextes in die Datenbank recht genau messen. Wir erhalten bei entsprechend aufwendiger Forschung einen Durchschnittswert für die Aktualität der Datenbanken und können die Produkte miteinander vergleichen. Der nächste Schritt ist das Festlegen von Normwerten. Diese können nicht für Informationsprodukte schlechthin kreiert werden (natürlich ist das Handelsblatt bei GENIOS aktueller als Philosopher's Index), sondern nur für inhaltlich verwandte Datenbanken. News-Informationen erfordern eine andere Aktualität als Philosophieinformationen (und so könnte Philosopher's Index eine ähnliche Qualitätsnote für Aktualität bekommen, auch wenn dort einige Wochen mehr für den Auswertungsprozess benötigt werden). Mantwills weitere Qualitätsanforderungen stellen hohe Anforderungen an die informationswissenschaftliche Messtechnik. Während wir auf die Analyse der Vollständigkeit noch mit Availability-Untersuchungen antworten und einen disziplinspezifischen Abdeckungsgrad einer Datenbank errechnen können, fehlen bei der Zuverlässigkeit breit einsetzbare Methoden. Bei Faktendatenbanken (wie z.B. Firmeninformationen oder chemischen Strukturen) geht es um die (messbare) Übereinstimmung von Datenbankeintrag und wirklichem Sachverhalt. Wie sieht dies aber in Literaturdatenbanken aus? Wann ist eine Indexierung zuverlässig? Als empirisch vorgehender Informationswissenschaft-

Inhaltliche Qualitätsanforderungen
Vollständigkeit
Relevanz
Zuverlässigkeit
Aktualität
Formale Qualitätsanforderungen
ortsunabhängiger Zugriff
zeitunabhängiger Zugriff
nutzergerechte Darstellungsform
Rezeptionsfreundlichkeit
leichte (Weiter-)Verarbeitbarkeit
günstiges Kostenniveau

Abbildung 2: Inhaltliche und formale objektive Qualitätsanforderungen an Informationsdienste (Quelle: Mantwill 1995b, 48)

ler fallen mir hier noch Inter-Indexer-Konsistenzanalysen ein. Wann ist ein Abstract zuverlässig? Die durchaus richtige Antwort: "Wenn es die extensionale Aboutness der Vorlage homomorph auf wenige Sätze reduziert" entzieht sich jedoch hartnäckig jeglicher Messung, da hier tief in hermeneutisches Gebiet eingedrungen wird. Letztlich müssen wir an dieser Stelle zugeben, dass es der empirischen Informationswissenschaft bislang nicht gelungen ist, objektive Qualitätskriterien für Informationsdienste flächendeckend zu kreieren und zu operationalisieren, geschweige denn, über einen breiten Fundus an Messergebnissen zu verfügen.

Subjektive Qualitätskriterien für Informationsdienste

Die objektiven Qualitätskriterien abstrahieren vom Nutzer und seinen Vorstellungen. Bei der Sichtung der subjektiven Qualitätskriterien kommt der Nutzer an zentraler Stelle ins Spiel. Innerhalb dieses Bereiches ist methodisch zweifach zu unterscheiden. Die informationswissenschaftliche Teildisziplin der Benutzerforschung analysiert Formen und Typen von Informationsbedarfen, wie sie Gerhard Mantwill in Abbildung 3 skizziert hat. Im Recherchealltag wenden sich beispielsweise zwei Nutzer mit exakt derselben Suchanfrage an dieselbe Datenbank, der eine ist ein Forscher und schreibt an einem Projektantrag, der andere ist ein Praktiker in einem Unternehmen, der in Kürze einen selektiven Überblick über gesicherte Ergebnisse haben möchte. Es ist klar, dass beide völlig unterschiedliche Dokumente benötigen. Mit dem Abschieken des Sucharguments und dem Sichten der Treffer ist es also nicht getan. Ohne Rückfragen des Systems an den Kunden wird kaum ein Ergebnis zu rea-

lisieren sein, dass diesem auch weiterhilft. Für Gerhard Mantwill folgt hieraus, dass sich die derzeit monologisierenden Systeme zu Dialog- (oder Trialog-)Systemen weiterentwickeln müssen. "Als generelle Leitlinie für Informationsanbieter kann man empfehlen: die Art und Weise der Informationsvermittlung sollte sich an dem Ideal interaktiver Kommunikation orientieren, bei der der Informationsnachfrager dem Experten seine Fragen stellen kann und sofort und direkt beantwortet bekommt" (Mantwill 1986, 137). Dieser Dialog zwischen Anfrager und System muss zumindest bei Informationslaien zu einem "Trialog" (Mantwill 1986, 139) erweitert werden: Unterstützend greift ein Assistent ein. Man muss hier nicht unbedingt an Microsofts nervigen Karl Klammer denken, sondern eher an die Retrievalassistenten der STN-Kommandosprache, die einen der Befehlssprache unkundigen Nutzer an die Hand nehmen und - zumindest für einfache Recherchen - durch das System führen.

Der zweite Aspekt der subjektiven Qualitätskriterien geht in Richtung Betriebswirtschaftslehre bzw. Marketing. Kundenorientiertes Qualitätsmanagement gibt es ja nicht nur bei Informationsdienstleistern, sondern bei Dienstleistern aller Branchen. Methodisch können wir bei den Messungen auf etablierte sozialwissenschaftliche Methoden zurückgreifen. Michaela Göcke stellt fest: "Zur Ermittlung der Wünsche und Bedürfnisse der Geschäfts- wie Privatkunden stehen Informationsunternehmen unterschiedliche betriebswirtschaftliche Verfahren zur Messung der Dienstleistungsqualität aus der Perspektive ihrer Nutzer zur Verfügung" (Göcke 1999, 22). Einsetzbar sind ereignisorientierte Qualitätsmessverfahren (wie die sequentielle Ereignismethode, die Critical-Incident-Technik oder auch die Beschwerdeanalyse), die gewisse Schlüsselerlebnisse als besonders qualitätsrelevant auszeichnen. Als Darstellungsform eignet

sich die Frequenz-Relevanz-Analyse für Probleme (FRAP), die ein Ranking der Qualitätsprobleme hinsichtlich Häufigkeit und Ausmaß veranschaulicht. Hat man einmal (mittels ereignisorientierter Verfahren und durch die Liste objektiver Qualitätskriterien) die entscheidenden Qualitätsdimensionen benannt, so geben merkmalsorientierte Qualitätsmessverfahren (wie etwa SERVQUAL oder der Penalty-Reward-Faktoren-Ansatz) detailliert Auskunft darüber, welche Faktoren die wahrgenommene Gesamtheit eines Informationsdienstes am meisten beeinflussen. Die unterschiedlichen Messmethoden greifen ineinander und sollten kombiniert eingesetzt werden. Methodische Schwierigkeiten der Erfassung subjektiver Qualitätskriterien sind nicht vorhanden. Eigentlich stünde nichts im Wege, empirische Untersuchungen an Nutzern und - vielleicht noch wichtiger - an potentiellen Nutzern (also derzeitigen Nicht-Nutzern) - zu starten. Trotz umfangreichen und erfolgversprechenden Methodenrepertoires gibt es kaum Erhebungen zu subjektiven Qualitätskriterien. Liegt das daran, dass Informationsunternehmen keine entsprechende Forschung und Entwicklung anstellen oder gar nicht anstellen wollen? Oder gibt es gar keine FuE-Abteilungen in der Branche der elektronischen Informationsdienste? Falls diese Fragen mit "ja" zu beantworten sind (und wir uns daran erinnern, dass auch die objektiven Qualitätskriterien noch nicht genügend erforscht sind), steht die Branche vor einem großen strukturellen Problem.

Der Informations-"TÜV" und sein Gütezeichen

Die weitläufigen Diskussionen über Qualitätsmanagement in den 90er Jahren führten zu vereinzelt Aktionen, Qualitätsmanagementsysteme bei Informationsunternehmen einzuführen (wie etwa beim FIZ Chemie). Empirische Untersuchungen zur objektiven Qualität von Datenbanken oder breit angelegte Nutzerforschungen zur subjektiv empfundenen Informationsqualität blieben jedoch die Ausnahme. Ziel der wenigen bisherigen empirischen Studien (z.B. Bredemeier/Graumann/Hartmann 2001; Stock/Stock 2001) war es, Transparenz zu schaffen. Dem Kunden muss klar sein, ob er dem Informationsproduzenten bzw. dem Anbieter und dem gespeicherten Wissen trauen kann.

Nun ist es einem Nutzer aber kaum zuzumuten, sich durch dicke wissenschaftliche Erhebungen zur Informationsqualität hindurchzuarbeiten, um zu den gewünschten Qualitätsinformationen zu gelangen. Für Andreas Bock wäre es optimal, mit einer einzigen plakativen Aussage die Qualität zu signalisieren. Hierzu dienen

<p>Benötigt der Nutzer</p> <ul style="list-style-type: none"> ● spezifische Informationen oder einen Überblick? ● ein abgerundetes Bild oder eine Auswahl? ● neueste Entwicklungen oder gesicherte Erkenntnisse? <p>Wie schätzt der Nutzer</p> <ul style="list-style-type: none"> ● die Relevanz ein? ● die Redundanz ein? <p>Welche Darstellungsform erwartet der Nutzer:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Text? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Graphik? ● Bild? ● Grad der Verdichtung? <p>Wie steht es um seine Bereitschaft,</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Geld aufzuwenden? ● Zeit aufzuwenden? ● Energie aufzuwenden? <p>Wie wichtig ist für den Nutzer</p> <ul style="list-style-type: none"> ● die Aktualität? ● der schnelle Zugriff? ● die Flexibilität des Angebots? ● die Rezeptionsfreundlichkeit?
--	--

Abbildung 3: Subjektive Qualitätsanforderungen des Nutzers an Informationsdienste (Quelle: Mantwill 1995b, 48)

ihm Gütezeichen. Solche Gütesiegel können "als potentiell effektive Institutionen zur Verringerung von Verhaltensunsicherheiten und als instrumentelle Hilfen zur Aufrechterhaltung des Qualitätswettbewerbs bezeichnet werden" (Bock 2000, 177). Zur Beurteilung der Qualität ist ein Zeichenträger zuständig, der Produkte oder Dienste testet und die Qualität bescheinigt. Für die Branche der elektronischen Informationsdienste müsste demnach ein solcher Informations-"TÜV" (vgl. Nohr 2001; Stock 2001) gegründet werden. Ein Gütezeichen kann in Deutschland als Kollektivmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen werden; vergeben wird das Siegel vom RAL - Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung (vgl. Stock 2003).

Fazit

In der Grundaussage gilt nach wie vor, was Holger Nohr bereits 2001 beklagte: "An Kriterien und Bewertungsmaßstäben für die Qualität von Information besteht ein als gravierend empfundener Mangel" (Nohr 2001, 58). Inzwischen verfügen wir mit den objektiven Qualitätskriterien für Suchmaschinen (vgl. Stock 2000) sowie für Firmeninformationen (vgl. Stock 2001) zumindest in Teilbereichen über die erforderlichen Qualitätsmerkmale. Ein "TÜV" für elektronische Informationsdienstleistungen und damit für Informationsqualität ist institutionell (noch) nicht gegründet. Messungen sind rar. Außer bei den Firmeninformationen im Internet (vgl. Bredemeier/Graumann/Hartmann 2001; Stock/Stock 2001) liegen für die objektiven Kriterien kaum empirische Befunde vor, für die subjektiven Qualitätskriterien (also für die Kundebefragungen) verfügen wir m.W. überhaupt keine Erkenntnisse. Die Idee, Informationsqualität plakativ mit einem Gütezeichen auszuzeichnen, könnte für das Marketing der elektronischen Informationsdienste durchaus nützlich sein.

Doch zunächst müssen wir uns erstens über die (objektiven wie subjektiven) Qualitätsmerkmale einigen sowie Grenzwerte für akzeptable Güte formulieren. Hierzu bedarf es informationswissenschaftlichen Vollaufs, um die Testmethoden in den Griff zu bekommen und die Ergebnisse einschätzen und bewerten zu

können. Zweitens ist der Informations-"TÜV" zu gründen und das Gütezeichen (d.h. die Kollektivmarke) sowohl zu gestalten als auch anzumelden. Drittens werden dann die konkreten Informationsprodukte analysiert und bewertet, was in der Folge zum Erteilen (oder Verwehren) des Gütesiegels führt. Vielleicht schaffen es die Branche der Informationswirtschaft und die Informationswissenschaft unter diesen Vorzeichen, das einzulösen, was Gerhard J. Mantwill stets fordert: "Nutzers Not" mit den elektronischen Informationsdiensten zu lindern. Qualitätsmanagement, Informations-"TÜV" und Gütezeichen sind wichtig, aber sekundär, primär ist der Nutzer und sein Informationsbedarf.

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

Literatur

George A. Akerlof: The Markets for 'Lemons'. Quality Uncertainty and the Market Mechanism. - In: Quarterly Journal of Economics 84 (1970), 488-500.

Andreas Bock: Gütezeichen als Qualitätsaussage im digitalen Informationsmarkt, dargestellt am Beispiel elektronischer Rechtsdatenbanken. - Darmstadt: STMV - S. Toeche-Mittler-Verl., 2000.

Willi Bredemeier; Sabine Graumann; Heike Hartmann: Firmeninformationen im Internet: Inhalte, Qualität, Geschäftspolitik. - Potsdam: Verl. für Berlin-Brandenburg, 2001.

Richard R. Darby; Edi Karni: Free Competition and the Optimal Amount of Fraud. - In: Journal of Law and Economics 16 (1973), 67-88.

Matthias Ernst; Christian Köberlein: Bedarf und Unsicherheit. Eine ökonomische Betrachtung von Information und Qualität auf Informationsmärkten. - In: Cogito 10 (1994), Nr. 1, 6-10.

Michaela Göcke: Ist Qualität messbar? Kundenorientiertes Qualitätsmanagement bei Informationsdienstleistern. - In: Password Nr. 9 (1999), 22-30.

Rainer Kuhlen: Die Konsequenzen von Informationsassistenten. Was bedeutet informationelle Autonomie oder wie kann Vertrauen in elektronische Dienste in offenen Informationsmärkten gesichert werden? - Frankfurt: Suhrkamp: 1999. - (Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft; 1443).

Holger Nohr: Management der Informationsqualität. - In: Wolf-Fritz Riekert; Martin Michelsen (Hrsg.): Informationswirtschaft. Innovation für die Neue Ökonomie. - Wiesbaden: Dt. Univ.-Verl.; Wiesbaden: Gabler, 2001, 57-77.

Mechtild Stock; Wolfgang G. Stock: Informationsqualität. Professionelle Informationen über deutsche Unternehmen im Internet. - In: Password Nr. 11 (2001), 26-33, und Nr. 12 (2001), 18-25.

Wolfgang G. Stock: Elektronische Informationsdienstleistungen und ihre Bedeutung für Wirtschaft und Wissenschaft. - München: ifo Institut für Wirtschaftsforschung, 1995. - (ifo Studien zur Innovationsforschung; 3).

Wolfgang G. Stock: Technische und ökonomische Informationsasymmetrien. Vertrauensmanagement auf Informationsmärkten. - In: Password Nr. 12 (1999), 21-27.

Wolfgang G. Stock: Qualitätskriterien von Suchmaschinen. - In: Password Nr. 5 (2000), 21-27.

Wolfgang G. Stock: Informations-TÜV. Qualitätskriterien für Firmeninformationen im Internet. - In: Password Nr. 10 (2001), 23-28.

Wolfgang G. Stock: RAL für elektronische Informationsdienste. Gütezeichen im Informationsmarkt. - In: Password Nr. 12 (2003), 34-35.

Bibliographie Gerhard J. Mantwill

1. Artikel

Gerhard Mantwill (1972): Neue Räume der Abt. Archive des HWWA-Instituts für Wirtschaftsforschung-Hamburg. - In: Der Archivar 25 (1972), 91-92.

Gerhard Mantwill (1974a): Information und Dokumentation im HWWA-Institut für Wirtschaftsforschung Hamburg. - In: Der Archivar 27 (1974), 55-57.

Gerhard Mantwill (1974b): Das Berufsbild des Pressearchivars. - In: Gerhard Mantwill (Hrsg.): Medien und Archive. Beiträge zur Rolle moderner Archive in Information und Dokumentation. Dr. Roland Seeberg-Elverfeldt zum 65. Geburtstag am 17. August 1974 gewidmet. - Pullach bei München: Verl. Dokumentation, 1974, 36-45.

Gerhard Mantwill (1974c): Informationserfassung, Informationsererschließung und Informationsvermittlung in einem Pressearchiv. - In: Gerhard Mantwill (Hrsg.): Medien und Archive. Beiträge zur Rolle moderner Archive in Information und Dokumentation. Dr. Roland Seeberg-Elverfeldt zum 65. Geburtstag am 17. August 1974 gewidmet. - Pullach bei München: Verl. Dokumentation, 1974, 178-185.

Gerhard Mantwill (1979): Die Zeitung als Quelle der

Auswanderungsforschung. - In: Der Archivar 32 (1979), 54-55.

Gerhard Mantwill (1981): Welche Alternativen gibt es zu Fachinformationssystemen? Kooperationen im FIS Wirtschaft. - In: M. Englert (Hrsg.): Elektronische Datenverarbeitung in Medienarchiven und Fachinformationssystemen. - München: Saur, 1981, 53-63.

Gerhard Mantwill (1982): Fortbildungsprogramm für Medienarchivare/-dokumentare. - In: Der Archivar 34 (1982), 374-376.

Gerhard Mantwill (1983a): Informationsversorgung für die Wirtschaftswissenschaft und die Wirtschaftspraxis - gestern, heute, morgen. - In: Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik 28 (1983), 25-39.

Gerhard Mantwill (1983b): Die Modernisierung des Informationszentrums. - In: Auskunft 3 (1983), 279-291.

Gerhard Mantwill (1986): Anforderungen der Nutzer an Inhalte und Darbietungsformen von Datenbanken. - In: Deutscher Dokumentartag 1985. Fachinformation: Methodik - Management - Markt - Neue Entwicklungen, Berufe, Produkte. - München: Saur, 1986, 129-139.

Gerhard Mantwill (1989): Fachinformationsbereich Wirtschaft und Gesellschaft - Neuere Entwicklungen in Forschung und Praxis. - In: Deutscher Dokumentartag 1988. 40 Jahre DGD - Perspektive Information. - Frankfurt/M.: DGD, 1989, 267-274.

Gerhard Mantwill (1991a): Neue Perspektiven für die Fachinformation im Bereich Wirtschaft und Gesellschaft - Eine Einführung in das Thema. - In: Deutscher Dokumentartag 1990. - Frankfurt/M.: DGD, 1991, 209-217.

Gerhard Mantwill (1991b): Datenbanken für die Politikberatung - Das Beispiel "OECD Future Studies Information Base". - In: Europäischer Congress für Mehrwertdienste, Informations-Datenbanken und CD-ROM. - Velbert: Online GmbH, 1991, V.21.01-V.21.21.

Gerhard Mantwill (1992a): Aufbau und

Nutzung von Datenbanken für die Bewältigung von gesellschaftspolitischen Zukunftsaufgaben - Das Beispiel "OECD Future Studies Information Base". - In: Deutscher Dokumentartag 1991. Information und Dokumentation in den 90er Jahren. - Frankfurt/M.: DGD, 1992, 81-99.

Gerhard Mantwill (1992b): Neue Perspektiven im Fachinformationsbereich Wirtschaft. - In: Deutscher Dokumentartag 1991. Information und Dokumentation in den 90er Jahren. - Frankfurt/M.: DGD, 1992, 273-280.

Gerhard J. Mantwill (1994): The customer's requirements for quality. - In: N. Swindells (Bearb.): Proceedings of the Workshop "Specifying and Measuring the Quality of Information Products and Services". - Luxembourg: DGXIII/E, 1994, 17-29.

Gerhard J. Mantwill (1995a): Die Notwendigkeit zum Erstellen und Vermarkten von Informationsdienstleistungen aus Sicht einer öffentlichen Institution. - In: Spezialbibliotheken auf dem Weg zur virtuellen Bibliothek? - Karlsruhe, 1995, 85-103.

Gerhard J. Mantwill (1995b): Nutzers Not und Pflichten - Zur Qualität von Informationsdiensten. - In: Cogito 11 (1995) Nr. 3, 45-49.

Gerhard J. Mantwill (1998): Information und Märkte. - In: Nachrichten für Dokumentation 49 (1998), 323-325.

Gerhard Mantwill (1999): Information und Region. - In: Nachrichten für Dokumentation 50 (1999), 323-324.

2. Herausgebertätigkeit

Gerhard Mantwill (Hrsg., 1974): Medien und Archive. Beiträge zur Rolle moderner Archive in Information und Dokumentation. Dr. Roland Seeberg-Elverfeldt zum 65. Geburtstag am 17. August 1974 gewidmet. Pullach bei München: Verl. Dokumentation, 1974.

Gerhard J. Mantwill (Hrsg., 1997):

Informationswirtschaft und Standort Deutschland. Der Beitrag der Informationswirtschaft zur Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. - Baden-Baden: Nomos, 1997. - (Veröffentlichungen des HWWA-Institut für Wirtschaftsforschung; 37).

Gerhard J. Mantwill; Marlies Ockenfeld (Hrsg., 1997): Deutscher Dokumentartag 1997. Information und Dokumentation. Qualität und Qualifikation. - Frankfurt/M.: DGI, 1997.

Gerhard J. Mantwill; Marlies Ockenfeld (Hrsg., 1998): 50. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis. Information und Märkte. - Frankfurt/M.: DGI, 1998.

Gerhard J. Mantwill; Marlies Ockenfeld (Hrsg., 1999): 51. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis. Information und Region. - Frankfurt/M.: DGI, 1999.

Gerhard J. Mantwill u.a. (Hrsg., 1996): 1. Jahrbuch zur Lage der Informationswirtschaft in den neuen Bundesländern. - Hamburg: HWWA-Informationszentrum, 1996. - (Veröffentlichungen des HWWA-Institut für Wirtschaftsforschung. Aktuelle Fachinformation; 10).

Gerhard J. Mantwill u.a. (Hrsg., 1997): 2. Jahrbuch zur Lage der Informationswirtschaft in den neuen Bundesländern. - Hamburg: HWWA-Informationszentrum, 1997. - (Veröffentlichungen des HWWA-Institut für Wirtschaftsforschung. Aktuelle Fachinformation; 11).

Gerhard J. Mantwill u.a. (Hrsg., 1998): 3. Jahresbericht zur Lage der Informationswirtschaft in den neuen Bundesländern. - Hamburg: HWWA-Informationszentrum, 1998. - (Veröffentlichungen des HWWA-Institut für Wirtschaftsforschung. Aktuelle Fachinformation; 12).

LexisNexis: Branchenmarketing

Fortsetzung von Seite 17.

müssen. Setzt die Marketing-Abteilung Wissensmanagement wirklich am effektivsten ein, und ist sie nur der größte respektive häufigste Nutzer? Auch hier wären konzeptionelle Vorklärungen nötig gewesen. Werden wirklich 90% aller Intranets und E-Mail-Systeme genutzt, "um die Mitarbeiter auf das Thema Wissensmanagement aufmerksam zu machen"? Oder handelt es sich bei dem Ergebnis eher um einen Fragebogeneffekt? Ich vermute, dass viele Geschäfts-

führungen über die Verfügbarmachung von Intranet und E-Mail hinweg reinweg nichts unternehmen, "um die Mitarbeiter auf das Thema Wissensmanagement aufmerksam zu machen."

● Mit den Fragen nach den prioritär genutzten Informationsquellen knüpft LexisNexis an einer Vielzahl von vorausgegangenen und auch parallelen Erhebungen (beispielsweise der Deutschen Fachpresse) an. Dabei sollte LexisNexis allerdings auf erprobte und mittlerweile bewährte Klassifikationssysteme zurückgreifen und beispielsweise Möglichkeiten wie

"Fachpresse" und "Messebesuche" einbeziehen, auch um eine Vergleichbarkeit von Ergebnissen sicherzustellen.

Dennoch können sich auch die Ergebnisse zum guten Teil sehen lassen. Das gilt aus meiner Sicht vor allem für die Einbeziehung externen Wissens bei der Einführung und für die unterschiedliche Effizienz der Nutzung von Wissensmanagementlösungen sowie für die Gewichtung der Informationsquellen. Hier kann man sich gleich eine Mehrzahl von Fragen für hoffentlich kommende Umfragen in den kommenden Jahren vorstellen.

Willi Bredemeier