

Fachhochschule Potsdam

Seminar: ABD-Infrastrukturen
- Teilmodul IuD-Infrastrukturen –

Dozentin: Prof. Dr. Eleonore Poetzsch

Semester: Wintersemester 2005

GBI the contentmachine

Ein Anbieter im „Deep Web“ näher betrachtet

Sebastian Post
Molkenmarkt 19
14776 Brandenburg
Matrikelnummer: 6883

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	3
2. Datenbanken.....	4
3. Datenbankanbieter (Hosts).....	5
4. GBI	
4.1. Vorstellung.....	6
4.2. Geschichte.....	7
4.3. Inhalt.....	8
4.4. Zugriff.....	11
4.5. Kosten.....	13
5. Ausblick.....	14
6. Literaturverzeichnis	
6.1. Gedruckte Quellen.....	17
6.2. Internetquellen.....	18

1. Einleitung

Das Internet hat in der heutigen Zeit in annähernd allen Lebensbereichen Einzug gehalten. Den meisten Menschen dient es, neben einer Vielzahl von weiteren Nutzungsmöglichkeiten, als Informationsquelle und Lieferant von Antworten auf die unterschiedlichsten Fragen¹.

Jeder kennt vermutlich die Situation, trotz langwieriger Suche nicht die gesuchten Informationen, Dokumente oder Daten zu finden. Dies liegt in der Regel nicht daran, dass diese Informationen nicht im Netz vorhanden sind, vielmehr ist der Grund hierfür in der Form und der Durchführung der Suche zu finden. Hauptproblem hierbei sind die Suchmaschinen selber, so suggerieren die gängigen und häufig genutzten Suchmaschinen wie Google und MetaGer, sowie Webkataloge wie Yahoo! und das Open Directory Project, den Nutzern, dass sie mit ihrer Suchmöglichkeit und Verzeichnung den größten Teil des Internets abdecken.

Dies ist jedoch nicht der Fall, da neben dem so genannten „Visible Web“, welches durch die bereits genannten Suchmaschinen und Kataloge zu großen Teilen erschlossen ist, auch noch ein so genanntes „Deep Web“ existiert. Dieses „tiefere“ Netz ist wesentlich größer und wächst viel stärker als der durch Suchmaschinen erfasste Teil². Dort finden sich unter anderem, in so genannten Datenbanken (siehe Kapitel 2), hochwertige und von Experten erstellte Informationen. Ein großer Teil des Deep Web wird durch diese Datenbanken eingenommen. Somit stehen den meisten Nutzern wesentlich mehr Quellen und digitale Informationen zur Verfügung, als diese bisher angenommen haben dürften.

Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt in der näheren Betrachtung eines namhaften Anbieters (Hosts) im Deep Web: der Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information (GBI).

¹ Eimeren: ARD/ZDF Online-Studie, 2005.
<http://www.daserste.de/service/ardonl05.pdf> (20.01.2006).

² Brightplanet Inc.: Deep Web FAQ.
http://www.brightplanet.com/deepcontent/deep_web_faq.asp#GrowingFaster (20.01.2006).

2. Datenbanken

Datenbanken sind auf elektronischen Datenträgern (Servern, Festplatten, Disketten, CD-ROM, DVD) gespeicherte, systematisch strukturierte Sammlungen von Informationen zu einem Fachgebiet. Vereinfacht ausgedrückt handelt es sich bei einer Datenbank um die elektronische Form eines Karteikastens.

Vor der Arbeit mit Datenbanken sollte sich der Nutzer über zwei Fragen im Klaren sein. Zunächst stellt sich die Frage, welche Datenbanken es zu welchem Gebiet gibt, welches inhaltliche Spektrum die Datenbank abdeckt und welche Informationen die Datenbank enthält. Bei der Vielzahl³ der angebotenen Datenbanken fällt eine Klassifikation derselben schwer, zumal diese auf unterschiedlichen Wegen erfolgen kann⁴. Eine gängige Gliederung kann nach der Art der gespeicherten Information, dem Inhalt, der Bereitstellungsform und des der Datenbank zugrunde liegenden Datenmodells erfolgen⁵. Diese dient dann als Hilfe bei der Suche nach der gewünschten Information.

Als nächster Punkt wäre die Möglichkeit des Zugriffs zu klären. Immer mehr Datenbanken werden durch Onlineschnittstellen (Web-Search) verfügbar gemacht. Bisher erfolgte die Nutzung von Datenbanken durch speziell entwickelte Retrievalprogramme (retrieval = wieder finden). Diese ermöglichen das Auffinden von Datensätzen mit Hilfe von Suchbegriffen. Die Retrievalsprachen (Suchsprachen) sind allerdings je nach Host bzw. Datenbankanbieter unterschiedlich. Dies gilt selbst für die gleiche Datenbank, die je nach Host mit unterschiedlichen Retrievalsprachen abgefragt werden muss.

³ Laut Gale Directory of Databases, S. 16 findet sich im Jahre 2005 ein Bestand von 13.959 Datenbanken weltweit.

⁴ „Databases can be classified in many ways.“ (Gale Directory of Databases, S.18).

⁵ Vgl. Poetzsch, Eleonore: Information Retrieval: Einführung in die Grundlagen und Methoden. 4., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. – Potsdam: Verl. für Berlin-Brandenburg, 2005. S.33.

Als letzter, aber nicht unwichtiger Punkt, ist die Frage nach den Kosten zu stellen. Hier kann es, abhängig vom jeweiligen Host und Datenbankangebot, zu den unterschiedlichsten Preisgestaltungen kommen.

3. Datenbankanbieter (Hosts)

Der Begriff Host stammt aus dem Englischen, er bedeutet soviel wie Gastrechner, und wird als gängiger Begriff für Datenbankanbieter genutzt. Diese bündeln und speichern auf geeigneten Rechnern die von Datenbankproduzenten hergestellten Datenbanken. Zum Teil treten Hosts auch zeitgleich als Produzenten von Datenbanken auf. Dies ist auch bei der, ab Kapitel 4 vorgestellten, GBI der Fall. Weitere Hauptaufgaben eines Hosts sind die Verwaltung der Datenbestände, die Vermarktung und der Vertrieb der Datenbanken. Viele Hosts erweitern ihr Angebot durch weitere Dienstleistungen wie spezielle Firmenportale, Intranetlösungen, Dossiers, Recherchearbeiten sowie Speicher- und Archivierungsmöglichkeiten.

Eine Unterscheidung der Hosts erfolgt über deren Angebotsspektrum. So finden sich Hosts mit einem multidisziplinären, einem stärker fachorientierten und einem fachspezifischen Angebot⁶.

Auf das Angebot eines Hosts kann in der Regel über zwei Wege zugegriffen werden. Der eine Weg führt über die Internetseite des Datenbankanbieters. Diese Variante bietet sich für weniger geübte oder gelegentliche Nutzer des Angebotes an. Der zweite Weg ist eine Abfrage der Datenbank über die bereits erwähnte Kommandosprache. Diese Variante setzt jedoch Kenntnisse in der jeweiligen Retrievalsprache voraus.

⁶ Vgl. Poetzsch, Eleonore: Information Retrieval: Einführung in die Grundlagen und Methoden. 4., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. – Potsdam: Verl. für Berlin-Brandenburg, 2005. S.61.

4. GBI

4.1. Vorstellung

Bei der GBI, der Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information, handelt es sich um einen Datenbankhost, Datenbankproduzenten und Informations-Dienstleister. Der Schwerpunkt des Angebots liegt auf Datenbanken mit Informationen zu deutschen und internationalen Unternehmen, Produkten und Marktstudien, auf Pressedatenbanken sowie auf Datenbanken mit Informationen aus den Wirtschafts- und den Sozialwissenschaften.

Es handelt sich bei der GBI um eine GmbH mit Sitz in München, Geschäftsführer und Gesellschafter sind Peter Müller-Bader und Christoff Aschoff. Die GBI arbeitet gewinnorientiert, eine staatliche Förderung findet nicht statt. Zuweilen profitiert das Unternehmen jedoch von öffentlicher Projektförderung, so unter anderem beim Aufbau der Branchendatenbank KOBRA und bei dem Projekt EconDoc. Die GBI beschäftigt rund 30 Mitarbeiter und nach eigenen Angaben wurde im Jahre 2004 ein Umsatz von 5,8 Millionen Euro erwirtschaftet. Der Kundenstamm rekrutiert sich unter anderem aus Großunternehmen, Beratungsfirmen, Banken, Versicherungen und Verlagen. Die Anzahl der Kunden liegt bei ca. 25.000⁷ Vertragskunden, wobei in diesem Kundenkreis noch einmal 45.000 Mitarbeiter Zugriff auf das System der GBI haben. Daneben finden sich noch rund 50.000 Kundenkontakte, die über die Internetseite und den einmaligen Abruf von Daten zustande kommen.⁸ Der Gesamtbestand an gehosteten Daten beläuft sich auf 1,5 Terrabyte. Die Internetseite der GBI verzeichnet pro Monat rund 2,5 Millionen Zugriffe.⁹

⁷ Bei Peter Müller-Bader in GBI the contentmachine. http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/infowiss/admin/public_dateien/files/1/1126790406gbi_neu_pd.pdf (20.01.2006) findet sich demgegenüber die Zahl von 20.000 Profikunden.

⁸ Vgl. Stock, Mechthild: Karrieretipp: Recherchieren im Internet. – Renningen: expert Verl., 2004. S.76.

⁹ Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: Über GBI. http://www.gbi.de/i_gbi/menu_gbi.html?WID=50582-0540345-23006_2 (20.01.2006).

4.2. Geschichte

Im Jahr 1977 veröffentlichten zwei Studenten der Universität München ihre Dissertationen: Christoff Aschoff¹⁰ und Peter Müller-Bader¹¹. Diese griffen kurz darauf eine gescheiterte Idee der Firma Siemens auf, die ein betriebswirtschaftliches Informations- und Auskunftssystem (Bias) auf Grundlage des für die Olympiade in München erstellten Golem-Programms entwickeln wollte.¹² Kurze Zeit später, genauer am 05.01.1978, wird die Gesellschaft für betriebswirtschaftliche Information mbH gegründet. Mit der GBI entsteht zeitgleich die erste deutsche betriebswirtschaftliche Literaturdatenbank BELIT, aus der die heutige BLISS (Betriebswirtschaftliches Literatursuchsystem) hervorgegangen ist. Aschoff widmete sich in der Anfangszeit der GBI insbesondere der Entwicklung der Suchmaschine AOS, während Müller-Bader für das Projekt BLISS an den deutschen Hochschulen Werbung machte.

Aus dem anfänglichen Datenbankproduzenten entwickelt sich zu Beginn der achtziger Jahre ein Host. Im Jahre 1982 besteht das Angebot an Datenbanken aus den integrierten Datenbanken BONMONT (Aphorismen und Sprüche), HOPE (Hoppenstedt) und CREFO (Creditreform). 1985 findet die erste Infobase in Frankfurt statt, an der sich die GBI als Online-Pionier beteiligt. Die eigenständige Produktion von Datenbanken beginnt Ende der 80er Jahre mit den Datenbanken FITT (Firmeninformationen), MACQ (Mergers & Acquisitions) und KOBRA (Kooperation Branchenzeitschriften). Des Weiteren erscheinen die CD-ROM Editionen von WISO, einer Informationsquelle für wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Informationen, die sich rasch zum Marktführer auf diesem Gebiet entwickeln. Im Jahre 1993 erfolgte die Volltextübernahme der Süddeutschen Zeitung und der F.A.Z., ein Jahr später folgte die Neue Zürcher Zeitung. 1998 komplettieren der

¹⁰ Aschoff, Christoff: Betriebliches Humanvermögen: Grundlagen einer Humanvermögensrechnung. – Wiesbaden: Gabler, 1978.

¹¹ Müller-Bader, Peter: Konflikt aus Leistung: ein Beitrag zur Analyse der Leistungswirkung betrieblicher Konflikte. – München: Florentz, 1977.

¹² Unternehmen des Jahres: GBI the contentmachine. – In: Password 2006, Nr.1, S.9.

Bundesanzeiger und die Börsen-Zeitung das Angebot an Wirtschaftsinformationen.

Die Internetanbindung findet 1996 statt, 1998 sind schließlich alle Datenbanken darüber abrufbar und ermöglichen eine Recherche sowie den Abruf über das Internet. Das Jahr 2001 bringt die Financial Times Deutschland im Volltext sowie die Einrichtung eines tagesaktuellen Volltextangebots der F.A.Z.. Daneben finden sich nun über einhundert Fachzeitschriften in EconDoc (Economic Online Documents), dem Online-Informationsverbund wirtschaftswissenschaftlicher Bibliotheken und Verlage in Deutschland.

2005 stellt die GBI die Weichen für die Zukunft, indem neben einem neuen Internetauftritt weitere Dienstleistungen und Zugangsmöglichkeiten angeboten werden. Ein Meilenstein ist in der Gründung der GBI-GENIOS Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH durch GBI, F.A.Z. und Verlagsgruppe Handelsblatt zu sehen (siehe Kapitel 5).¹³

4.3. Inhalt

Das vorhergehende Kapitel hat in Ansätzen verdeutlicht, dass sich Inhalt und Angebot der GBI in den letzten Jahren enorm erweitert haben. Datenbanken stellen mit ihrem weit gefächerten Angebotsspektrum den Kerninhalt der GBI dar. Diese kann man in vier Gruppen aufteilen: Presse- und Verlagsinformationen, Firmen- und Wirtschaftsinformationen, Personen- & Marktinformationen sowie Sozialwissenschaften.

Der Bereich der Presse- und Verlagsinformationen weist einen Bestand von ca. 45 namhaften Tages- und Wochenzeitungen auf. Hier finden sich unter anderem die Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt, Süddeutsche Zeitung, Handelsblatt, Die Zeit, Berliner Zeitung und viele mehr. Komplettiert werden

¹³ Zur Geschichte der GBI vgl. Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: GBI Historie. http://www.gbi.de/i_gbi/historie.html?WID=50582-0540345-23006_3 (20.01.2006) und Stock, Mechthild: Karrieretipp: Recherchieren im Internet. – Renningen: expert Verl., 2004. S.75-76.

die Presseinformationen durch das Angebot von 250 Fachzeitschriften. Neben den bekannten Magazinen wie Capital, Horizont, Deutsche Verkehrszeitung und Lebensmittel Zeitung werden auch kleinere Publikationen für sehr spezielle Gebiete angeboten.

Die Anzahl der Firmendatenbanken, im Bereich Firmen- und Wirtschaftsinformationen, beläuft sich auf rund 50. Somit werden rund 34 Mio. Firmeninformationen von 20 unterschiedlichen Anbietern durch die GBI angeboten. Darunter finden sich so namhafte Anbieter wie der Bundesanzeiger, Creditreform, Hoppenstedt, bedirect und D&B. Die Wirtschaftsinformationen werden durch Personen- und Markeninformationen, die ca. 10 Mio. Einträge enthalten, ergänzt und erweitert.

Zu guter letzt ist noch der Bereich der Sozialwissenschaftlichen Datenbank WISO zu nennen. Dieses Angebot hat, wie bereits im Kapitel 4.2. erwähnt, eine Marktführer Position eingenommen und stellt die größte deutschsprachige Zusammenstellung von Literaturnachweisen und Volltexten zu Wirtschafts- und Sozialwissenschaften dar.

In allen genannten Bereichen, insbesondere bei der wirtschaftswissenschaftlichen Fachliteratur, profitiert die GBI von der langjährigen Zusammenarbeit mit dem Hamburgischen Welt-Wirtschafts-Archiv (HWWA), der Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften, dem IZ Sozialwissenschaften, dem Sondersammelgebiet BWL der Universitäts- und Stadtbibliothek Köln und dem ifo Institut für Wirtschaftsforschung¹⁴.

Das Angebot an Datenbanken wird durch weitere spezielle Angebote wie GBI solutions, GBI - Branchenwissen, GBI -Firmen Dossiers und GBI - Knowledge Summaries abgerundet.

Mit GBI solutions werden sozusagen maßgeschneiderte Lösungen für jeden Kunden angeboten. Diese orientieren sich an den Informationsbedürfnissen

¹⁴ Dialog, Factiva, GBI und GENIOS im Qualitätsvergleich. – In: Password 2003, Nr.7 u. Nr.8, S.31.

der jeweiligen Firma und können von angepassten Suchmodulen bis hin zu kompletten Portallösungen reichen. Zu namhaften Kunden in diesem Bereich zählen unter anderem die Credit Suisse Group, DaimlerChrysler AG, McKinsey&Company, Roland Berger Strategy Consultants, Siemens AG und T-Systems.¹⁵

In GBI BranchenWissen werden in Datenbankform, mit Fokus auf den Standort Deutschland, Informationen zu 15 Kernbranchen gebündelt und redaktionell aufgearbeitet.

Die GBI FirmenDossiers bieten einen Überblick über die wichtigsten Daten und Fakten zu einem bestimmten Unternehmen. So enthalten sie unter anderem Informationen wie Unternehmensüberblick, Personalwesen/Organisation, Besitzverhältnisse/Anteilseigner, Konzernunternehmen und Beteiligungsgesellschaften, Bilanz- und Finanzkennzahlen, Aktienkursentwicklung und Unternehmenspolitik. Als Grundlage dienen das GBI Quellenportfolio sowie Geschäftsberichte und Broschüren der einzelnen Firmen.

Bei den Knowledge Summaries handelt es sich um komprimierte Wirtschaftsdossiers. Die Anzahl von 13 Themenbereichen spiegelt ein breites inhaltliches Spektrum wieder. Pro Monat erscheint rund ein neues Summary je Themenbereich, im Jahr werden ca. 150 Summaries mit mehr als 1.500 verknüpften Volltexten erstellt. Dies münden in eine Datenbank, die derzeit bereits über 600¹⁶ Summaries mit ungefähr 6.300 verknüpften Volltexten enthält.

Ein Team von freien Redakteuren wählt die Themen für die neuen Summaries, insbesondere unter dem Gesichtspunkt Aktualität, aus und erstellt eine inhaltliche Aufbereitung dieser Informationen zu Trendaussagen.

¹⁵ Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: GBI solutions.
http://www.gbi.de/i_produkte/solutions.html?WID=48882-9100926-80000_2
(20.01.2006)

¹⁶ Vgl. Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: Liste aller Summaries.
http://www.gbi.de/i_produkte/ks_liste.html?WID=48882-9100926-80000_6 (20.01.2006)

Bei der Auswahl werden über 150 management-relevante Zeitschriften und Zeitungen ausgewertet. Aber auch die Kunden haben einen Einfluss auf die Themenauswahl und können entsprechende Wünsche übermitteln.

Die Summaries sind nach einem standardisierten Aufbau gegliedert: Quickinfo (Kernaussagen des Themas), Description (Zusammenfassung), Trends (aktuelle Entwicklung), Cases (Fälle aus einzelnen Branchen oder Unternehmen) und Sources (weiterführende Literaturhinweise) mit Zugriff auf 8-12 Volltexte zur weiteren Vertiefung. Der „State of Knowledge“ oder „state of the art“ zu einem Thema wird somit auf 2-3 Seiten kompakt zusammengefasst. Eine Integration im jeweiligen Intranet der Kunden ist durch einen separaten Rahmenvertrag möglich.¹⁷

4.4. Zugriff

Wie bereits in Kapitel 2 angedeutet wurde, hat sich die Art des Zugriffs auf Datenbankanbieter und Datenbanken in den letzten Jahren ständig weiterentwickelt und geändert. Mittlerweile erfolgt auch der Zugriff auf das Angebot der GBI ausschließlich Online. Neben der Darstellung der Art des Zugriffs kommt man nicht umhin, auch einen genaueren Blick auf die angebotenen Suchmöglichkeiten zu werfen.

Grundsätzlich kann man in sechs nach Themen gegliederten Kontoren und auf drei themenunabhängige Suchoberflächen recherchieren¹⁸. Diese Struktur findet sich im Design der Startseite gbi.de wieder, auf der sich in der „horizontalen Navigationsleiste“ Informationen über die GBI, Produkte, Dienstleistungen, Preise und News finden. Die „vertikale Navigationsleiste“ führt mit einem Klick zur SchnellSuche, ProfiSuche sowie zu den Themenseiten FirmenKontor, FachpresseKontor, Bundesanzeiger online, PresseKontor, PersonenKontor und Wissenschaftskontor.

¹⁷ Zu den Knowledge Summaries siehe auch: GBI KnowledgeSummaries informieren kompakt über die betriebswirtschaftliche Praxis. – In: Information Wissenschaft & Praxis 2004, Nr.4, S.248-249.

¹⁸ Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: Produkte - Suchmaschine. http://www.gbi.de/i_produkte/suchmaschine.html?WID=78272-8180936-30800_3 (20.01.2006)

Wie der Begriff „Schnellsuche“ schon vermuten lässt, handelt es sich bei dieser Variante um die einfachste und schnellste Suche. Sie besitzt nur ein Eingabefeld und ermöglicht eine Selektion nach gewünschtem Zeitraum, Sortierung und Thematik. Obwohl diese Suche bewusst einfach gehalten worden ist, bietet sie doch eine große Zahl von Auswahlmöglichkeiten.

So umfasst die Auswahl nach Thematik rund 80 Themenpools, hinter denen sich wiederum rund 400 Datenbanken verbergen¹⁹. Die Themenpools sind in die Bereiche Presse (Tages und Wochenpresse und spezielle Zeitungen/Zeitschriften), Personen, Bücher & Bonmots, Firmen, Geschäfte & Märkte, Fachpresse und Nachweise/WISO aufgeteilt. Welche Datenbank dem jeweiligen Themenpool zugeordnet ist, kann durch einen Klick auf die Überschriften der Themenpools nachgesehen werden. Die Schnellsuche erlaubt unter anderem den Einsatz von Booleschen Operatoren und feldspezifische Suchargumente. Der Nutzer kann jedoch nicht eigenständig Themenpools miteinander kombinieren.

Bei der Profisuche kann der Nutzer mit Suchfiltern (z.B. Schlagwörtern und Indices) in einzelnen Datenbanken arbeiten. Für einen Überblick über die Datenbanken sorgen die Funktionen Crosssuche und der GBI Explorer. Die Crosssuche liefert einen Überblick über die höchste Trefferquote (Anzahl der Dokumente) in den Datenbanken. Bei dem GBI Explorer handelt es sich um einen Verzeichnisbaum, über den die Datenbanken thematisch ausgewählt werden können.

Die Expertensuche ist in ihrer Struktur auf die Bedürfnisse von Information Professionals und Rechercespezialisten ausgerichtet. Dieser Bereich bleibt, da Kenntnisse in der Kommandosprache AOS notwendig sind, registrierten GBI Profikunden vorbehalten.

¹⁹ Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: SchnellSuche.
http://www.gbi.de/r_schnellsuche/menu_schnellsuch.ein?WID=78272-8180936-30800_10
(20.01.2006)

Bei den Kontoren handelt es sich um eine Art Übersichtsseite, die alle verfügbaren Quellen zu einem bestimmten Thema oder einer bestimmten Quellenart auf einer Seite bündelt.

4.5. Kosten

Die Recherche ist bei GBI bis zum Erhalt und Einsicht der Trefferliste kostenfrei. Diese liefert z.B. im Bereich „Presse“ den Titel des Dokuments, den Anfang des Textes, die Quelle und die Wortanzahl. Sollten Datenbanken PDFs, Tabellen oder Grafiken enthalten, so wird dies ebenfalls angezeigt. Grundsätzlich fallen Kosten für den Nutzer erst an, wenn Originaldokumente verlangt werden. Die Preise der einzelnen Dokumente werden in der Trefferliste neben jedem Dokument angegeben. So ist eine Kostentransparenz gegeben und erlaubt die gezielte Auswahl der gewünschten Dokumente.

Der Preis pro Dokument ist von Datenbank zu Datenbank unterschiedlich. Die aktuellen Preis können jederzeit auf der Internetseite der GBI unter der Rubrik „Preise & AGB“ eingesehen werden. Bei der Gestaltung der Preise wird zwischen Gastkunden (Pay-as-you-go), Profikunden (Subscription service) sowie Unternehmen bzw. Gewerbetreibenden unterschieden.

Die Bezahlung erfolgt bei Gastkunden für die gewünschten Dokumente, wie die Bezeichnung Pay-as-you-go bereits suggeriert, ohne eine weitere Registrierung über die Wege Firstgate Click&Buy, Kreditkarte oder T-Pay. Angehende Profikunden müssen sich bei der GBI registrieren und erhalten gegen eine Jahresgebühr von derzeit 27,84 €²⁰ mehre zusätzliche Dienste und Zugänge. Diese Dienste umfassen unter anderem einen umsatzabhängigen Rabatt von bis zu 20 % (ab einem Recherchevolumen von 100 Euro monatlich), die Nutzung eines AboService, die Nutzung der Datenbanken „Creditreform Bonitätsauskünfte“, Persönliche Subaccounts,

²⁰ Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: Preise.
http://www.gbi.de/i_preise/preise.html?WID=02472-7130916-50208_1 (20.01.2006)

die Nutzung der ExpertenSuche, Persönliche Datenbanken und viele weitere Einstellungs- und Erweiterungsmöglichkeiten.

Für Unternehmen und Gewerbetreibende existieren separate Preislisten, die neben einer niedrigen Jahresgebühr auch niedrigere Gebühren für den Abruf von Dokumenten ausweisen.

5. Ausblick

Anlässlich des 25 jährigen Jubiläums im Jahr 2003 äußerte sich Müller-Bader zur Zukunft der GBI wie folgt: „Mit solchen Content-Partnern, wie wir sie haben, einer soliden Finanzpolitik, kreativen Mitarbeitern und einem stabilen IT-Zentrum ist der Erfolg vorprogrammiert“.²¹ Diese Aussage wurde im Jahr 2004 durch ein Umsatzwachstum von 7% und einem Wachstum von 10% im ersten Quartal des Jahres 2005 bisher mehr als bestätigt.

Die GBI steht heute an der Spitze des deutschsprachigen Marktes für Wirtschaftsinformationen. Dies resultiert aus den Stärken der GBI, die in den Unternehmensinformationen sowie den Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Informationen zu sehen sind. Ein nicht zu unterschätzender Wettbewerbsvorteil ist sicherlich auch die Deutschsprachigkeit.

Laut Ruth Göbel, der Sprecherin der Geschäftsführung, findet jedoch eine Konsolidierung am Markt statt und ihrer Meinung nach gehören große Zuwachsraten, wie die der vergangenen Jahre, der Vergangenheit an.²² Aus diesem Grund werde die GBI in Zukunft insbesondere auf die Unternehmensinformationen, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WISO) und Dienstleistungen wie Web-Archive für Verlage setzen. In diesen Bereich wird die redaktionelle Verdichtung und Veredlung als Marktchance

²¹ Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: Pressemitteilung.
http://www.gbi.de/i_news/archiv/Pressemitteilung300103.rtf (20.01.2001)

²² GBI (Die neue Sprecherin der Geschäftsführung). – In: Password 2005, Nr.6, S.22.

angesehen. Des Weiteren besteht, laut Göbel, ein Bedarf an präzisen, knappen und fundierten Informationszusammenstellungen.²³

Die von der Sprecherin der GBI vorhergesehene Konsolidierung hat gegen Ende des Jahres 2005 zu einer wichtigen Änderung auf dem deutschen Markt für elektronische Wirtschaftsinformationen geführt. So gründeten die Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, die Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH (VHB) und die Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information mbH die GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH. Auf diesem Weg führen die beiden Anbieter ihre Datenbankdienste zusammen und planen weitere Verbesserungen.

Wie an dem Beispiel der GBI deutlich gemacht werden konnte, sind die Informationsmöglichkeiten im Deep Web schier unerschöpflich. Aus diesem Reservoir schöpfen alle Arten von Anwendern ihre Informationen. Im Fall der GBI sind dies vor allem Wirtschaftsunternehmen und so genannte Information Professionals. Zunehmend, insbesondere durch den Einsatz vereinfachter Suchsysteme und Oberflächen im Web, werden jedoch auch die privaten Anwender auf solche Angebote zurückgreifen. Auch in Zeiten von Google und Wikipedia wird auf diese Angebote nicht verzichtet werden können, bieten doch Dienstleister wie die GBI qualitativ hochwertige Inhalte und redaktionell erstellte Dossiers zu aktuellen Themenschwerpunkten.

Dies hat auch Müller-Bader in einem Vortrag, zusammengefasst von Patrick Müller, wie folgt geäußert:

„Der Host ist traditionell um die Qualität der Daten bemüht, sammelt Fachinformationen und stellt sie themenorientiert bzw. problemorientiert zusammen. Im Internet werden dagegen die meisten Daten quellenorientiert angeboten. Die Retrievalsprache der Hosts ist effizient: Boolesches Retrieval, Recherche in Feldern usw. gestalten die Suche zu einem technisch exakten, wenn auch manchmal schwierigen Verfahren. Beim Internet dagegen fehlt oft die inhaltliche

²³ GBI (Die neue Sprecherin der Geschäftsführung). – In: Password 2005, Nr.6, S.23.

Erschließung von Informationen, Felder wie Schlagworte und Abstract sind Mangelware, und Suchergebnisse mit Relevance Ranking sind technisch immer nachzuvollziehen. Im Gegensatz zum Internet, das auf hohe Aktualität und wenig Historie setzt, weist der klassische“ Host große Datenbestände auch historisch nach.“²⁴

Die weiteren Ansätze und Ziele von Anbietern sehen, wie der Zusammenschluss der GBI mit Genios gezeigt hat, für den Nutzer viel versprechend aus. Aus diesem Grund endet dieser kleine Einblick in das Deep Web mit einem leicht abgewandelten Zitat aus der Datenbank der GBI für Bonmots, Aphorismen und Zitate (BONMONT) das zum Leitgedanken eines jeden Hosts gehören sollte: „Die Qualität unserer Ziele (*und Arbeit*) bestimmt die Qualität unserer Zukunft!“.

²⁴ Müller, Patrick: Der klassische Host wird trotz Internet überleben. – In: Nachrichten für Dokumentation 1998, Nr.49, S.282.

6. Literaturverzeichnis

6.1. Gedruckte Quellen

Dialog, Factiva, GBI und GENIOS im Qualitätsvergleich. – In: Password 2003, Nr.7 u. Nr. 8, S.29-34.

GBI (Die neue Sprecherin der Geschäftsführung). – In: Password 2005, Nr.6, S.22-24.

GBI KnowledgeSummaries informieren kompakt über die betriebswirtschaftliche Praxis. – In: Information Wissenschaft & Praxis 2004, Nr.4, S.248-249.

Mueckenheim, Jaqueline K. (Ed.): Gale Directory of Databases. Volume 1, Part 1: Online Databases – Detroit [u.a.]: Thomson Gale, 2005. – 2972 S.

Müller, Patrick: Der klassische Host wird trotz Internet überleben. – In: Nachrichten für Dokumentation 1998, Nr.49, S.282.

Poetzsch, Eleonore: Information Retrieval: Einführung in die Grundlagen und Methoden. 4., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. – Potsdam: Verl. für Berlin-Brandenburg, 2005. – 369 S.

Stock, Mechthild: Karrieretipp: Recherchieren im Internet. – Renningen: expert Verl., 2004. – 98 S.

Stölzel, Anke: Was Google nicht sieht - Das „Invisible Web“. Hausarbeit, FH Potsdam, Institut für Information und Dokumentation – Potsdam, 2004. – 35 S.

Unternehmen des Jahres: GBI the contentmachine. – In: Password 2006, Nr.1, S.9-10.

6.2. Internetquellen

Brightplanet Inc.: Deep Web FAQ.

http://www.brightplanet.com/deepcontent/deep_web_faq.asp (20.01.2006)

Eimeren, Birgit van: ARD/ZDF Online-Studie 2005.

<http://www.daserste.de/service/ardonl05.pdf> (20.01.2006)

Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: GBI Historie.

http://www.gbi.de/i_gbi/historie.html?WID=50582-0540345-23006_3
(20.01.2006)

Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: Preise.

http://www.gbi.de/i_preise/preise.html?WID=02472-7130916-50208_1
(20.01.2006)

Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: Produkte -
Suchmaschine.

http://www.gbi.de/i_produkte/suchmaschine.html?WID=78272-8180936-30800_3 (20.01.2006)

Gesellschaft für Betriebswirtschaftliche Information: Über GBI.

http://www.gbi.de/i_gbi/menu_gbi.html?WID=85162-0550345-13508_2
(20.01.2006)

Müller-Bader, Peter: GBI the contentmachine.

http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/infowiss/admin/public_dateien/files/1/1126790406gbi_neu_pd.pdf (20.01.2006)