

Sonja Kempa

Qualität von Online-Fachinformation

---

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	13
1. Einleitung .....	14
2. Das Untersuchungsmaterial .....	16
3. Das Marktumfeld der elektronischen Fachinformation .....	18
3.1. Fachinformationspolitik.....	18
3.2. Der Markt für Online-Fachinformation.....	20
3.3. Die Entwicklung der Anbieter von Online-Fachinformation .....	22
3.4. Neue Informationsanbieter im Markt Internet .....	23
3.5. Die CD-ROM.....	25
4. Begriff der Qualität.....	27
4.1. Geschichte.....	27
4.2. Definition von Qualität.....	29
4.2.1. Aspekte von Qualität: absoluter Qualitätsbegriff .....	30
4.2.2. Subjektive und objektive Qualität .....	33
4.2.3. Produktqualität und Dienstleistungsqualität.....	34
4.2.3.1. Definition der Begriffe Produkt, materielles Gut und Dienstleistung.....	35
4.2.3.2. Definition Produktqualität.....	36
4.2.3.3. Definition Dienstleistungsqualität .....	37
4.2.3.4. Unterschiede zwischen Produkt- und Dienstleistungsqualität.....	40
4.2.4. Allgemeine Definition von Qualität für den Informationsbereich.....	40
4.3. Meßbarkeit von Qualität.....	41

---

4.3.1. Ist Qualität meßbar? .....	41
4.3.2. Methoden der Qualitätsmessung.....	43
4.3.2.1. Grundlegende Werkzeuge aus der Statistik zur Qualitätsmessung.....	44
4.3.2.1.1 Prozeßanalyse.....	44
4.3.2.1.2 Datenerhebung .....	44
4.3.2.1.3 Pareto-Diagramme .....	45
4.3.2.1.4 Datenanalyse und Messung von Abweichung .....	46
4.3.2.1.5 Statistische Prozeßkontrolle .....	47
4.3.2.2. Modelle zur Bestimmung und Messung von Dienstleistungsqualität.....	49
4.3.2.2.1 Modelle der Dienstleistungsqualität .....	49
4.3.2.2.2 Methoden zur Messung von Dienstleistungsqualität.....	52
4.3.2.2.3 Verwendung für den Bereich der Online-Fachinformation.....	54
4.4. Total Quality Management und Total Quality Control.....	54
4.4.1. Geschichte .....	54
4.4.2. (Total) Quality Control.....	56
4.4.3. Definition von Total Quality Management .....	59
4.4.4. TQM im Detail.....	60
4.4.4.1. Der Kunde im TQM .....	60
4.4.4.2. Produktentwicklung.....	61
4.4.4.2.1 Quality Function Deployment .....	62
4.4.4.2.2 Zuordnung der Qualitätseigenschaften nach Relevanz.....	65
4.4.4.2.3 Beurteilung von QFD.....	66
4.4.4.3. Fehlervermeidung .....	66
4.4.4.4. Einbindung des Top-Managements.....	67
4.4.4.5. Kaizen und Kontrolle.....	69
4.4.4.6. Delegation von Verantwortung .....	71
4.4.4.7. Mitarbeiter und Qualitätszirkel .....	72
4.4.4.8. Schulung der Mitarbeiter.....	73

---

4.4.5.	Kritik am TQM.....	74
4.4.6.	Entwicklung des TQM.....	75
4.4.7.	Schlüsselkonzepte des TQM heute .....	76
4.5.	ISO 9000 .....	79
5.	Qualität in der Informationswirtschaft.....	83
5.1.	Definition Information .....	83
5.2.	Definition der Aspekte von Informationsqualität .....	87
5.3.	Qualitätsmerkmale des Informationsdienstes .....	92
5.3.1.	Angebotsumfang.....	93
5.3.2.	Widerspruchsfreiheit .....	93
5.3.3.	Archivumfang.....	94
5.3.4.	Aggregation.....	94
5.3.5.	Integration.....	94
5.3.6.	Indexierung .....	95
5.3.7.	Sprache .....	95
5.3.8.	Bedienerfreundlichkeit .....	96
5.3.9.	Funktionalität.....	96
5.3.10.	Effizienz .....	98
5.3.11.	Ausgabe .....	98
5.3.12.	Kundenservice.....	99
5.3.13.	Zugang.....	99
5.3.14.	Kosteneffektivität .....	100
5.3.15.	Abrechnung .....	102
5.3.16.	Mehrwert.....	103
5.4.	(T)QM im Bereich der Online-Fachinformation.....	103
5.4.1.	Erfolgsfaktoren .....	104
5.4.2.	Methoden .....	106

---

5.4.3.	Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung.....	111
5.4.4.	Probleme bei der Umsetzung von (T)QM im Bereich der Online-Fachinformation .....	113
6.	Fallbeispiele.....	116
6.1.	Qualität in der Datenbankproduktion.....	116
6.1.1.	Umweltbundesamt.....	116
6.1.1.1.	Zertifizierung .....	116
6.1.1.2.	Arbeitsablauf.....	117
6.1.1.3.	Fazit.....	118
6.1.2.	Nomina.....	119
6.1.2.1.	Datenangebot und Datenstruktur .....	119
6.1.2.2.	Ablauf der Datenbankproduktion.....	121
6.1.2.3.	Qualitätskriterien von Nomina .....	121
6.1.2.4.	Strategie für das Angebot im Internet .....	123
6.1.2.5.	Kundenorientierung .....	123
6.1.2.6.	Kundenstruktur .....	124
6.1.2.7.	Fazit.....	124
6.1.3.	Bliss/GBI.....	124
6.1.3.1.	Inhalte .....	125
6.1.3.2.	Qualitätskontrollmechanismen .....	125
6.1.3.3.	Fazit.....	126
6.2.	Kommerzielle Datenbankanbieter.....	126
6.2.1.	The Dialog Corporation .....	126
6.2.1.1.	Dialog.....	127
6.2.1.2.	Datastar.....	129
6.2.1.3.	Profound .....	130
6.2.1.4.	Fazit.....	131

---

6.2.2.	Lexis-Nexis .....	131
6.2.3.	GBI .....	132
6.2.4.	GENIOS Wirtschaftsdatenbanken .....	134
7.	Hostorganisation zur Sicherstellung der Qualität.....	138
7.1.	Die Definition des Informationsdienstes.....	138
7.1.1.	Zielsetzung.....	138
7.1.2.	Marktanalyse .....	139
7.1.3.	Produktgestaltung .....	140
7.1.4.	Auswahl der Inhalte.....	142
7.1.4.1.	Durch den Anbieter.....	142
7.1.4.2.	Durch den Produzenten.....	143
7.1.4.3.	Durch den Kunden.....	143
7.2.	Formale Qualitätssicherung.....	144
7.2.1.	Ablauf der Datenbankproduktion.....	146
7.2.2.	Datenbankstrukturierung.....	150
7.2.3.	Hypertextuelle Strukturierung.....	151
7.2.4.	Datensicherung und technischer Service .....	154
7.3.	Inhaltliche Qualitätssicherung.....	155
7.3.1.	Indexierung und Verschlagwortung.....	155
7.3.1.1.	Vorgang der intellektuellen Indexierung und Verschlagwortung.....	155
7.3.1.2.	Automatische Indexierung.....	157
7.3.1.3.	Qualitätsbewertung in der Indexierung .....	158
7.3.2.	Überwachung der Inhalte (Vollständigkeit, Plausibilität) .....	159
7.3.3.	Sprachliche Überarbeitung der Inhalte.....	161
7.3.4.	Erweiterung der Inhalte .....	162
7.3.5.	Abstracting.....	163
7.4.	Fremdsprachige Texte.....	164

---

7.4.1.	IBM TranslationManager .....	166
7.4.2.	Babel Fish/Systran Translation Software .....	168
7.5.	Die Plattform.....	169
7.5.1.	Zugang zum System.....	171
7.5.2.	Information über das System.....	172
7.5.3.	Orientierung im System: Informationsarchitektur .....	174
7.5.3.1.	Systemorganisation: Organisationsschemata .....	175
7.5.3.2.	Organisationsstrukturen.....	177
7.5.3.3.	Benennung der Inhalte (Labeling).....	179
7.5.3.4.	Metasuchfunktionalität.....	180
7.5.4.	Zugriff auf die Datenbanken .....	180
7.5.4.1.	Aggregation und Integration der Inhalte in der Anwendung .....	181
7.5.4.2.	Die Klassifikationsstruktur als Zugriffsweg auf die Inhalte.....	182
7.5.4.3.	Suchmasken und Suchfunktionalitäten.....	183
7.5.4.4.	Trefferanzeige und Dokumentausgabe .....	184
7.5.4.5.	Konfektionierung von Information für Profirechercheure .....	185
7.5.4.6.	Nutzerführung für Endnutzer .....	186
7.5.5.	Präsentation verschiedensprachiger Texte.....	187
7.6.	Kundenservice und Beschwerdemanagement.....	188
7.7.	Vertrieb.....	189
7.8.	Schulung der Mitarbeiter .....	190
7.9.	Individuelle Lösungen für Kunden.....	191
7.10.	Individuelle Lösungen für Datenbankproduzenten .....	192
7.11.	Kundenzufriedenheit und Beschwerdemanagement .....	192
8.	Qualitätskontrolle, Qualitätssicherung und Angebotsentwicklung bei Datenbankanbietern .....	194

---

Anhang 1: Beispielhafter Ablauf der Datenbankproduktion.....	198
Anhang 2: House of Quality .....	200
Anhang 3: Ablauf einer gesteuerten Suche für Endnutzer .....	202
Literaturliste .....	204