

Nicht »Online oder CD-ROM« sondern »CD-ROM und »Online«

Seit der Markteinführung von CD-ROM wird in Fachkreisen diskutiert, ob die auf CD-ROM angebotenen Datenbanken zu einer ernsthaften Konkurrenz von Online-Datenbanken werden könnten. Zahlreiche Experten haben sich hierzu in den Fachmedien geäußert. Es wurden dabei grundlegende Überlegungen zu den Potentialen der beiden Angebotsformen formuliert und in klärender Weise gegenübergestellt. Fundierte empirische Untersuchungen liegen vor, in denen konkrete Produkte in Anwendungssituationen miteinander verglichen wurden. Die Ergebnisse lassen sich verkürzt so zusammenfassen:

1. Nicht allein die Technologie ist entscheidend, sondern das, was aus den spezifischen Potentialen der genutzten Technologie und der daraus entwickelten Angebotsform gemacht wird.

2. Für alle nicht direkt zeitkritischen Recherchen gewinnen CD-ROM-Angebote im Hinblick auf ihre Nutzungsmöglichkeiten zunehmend an Bedeutung. Die Anbieter von CD-ROM-Produkten und mit ihnen Datenbasen-Produzenten und Software-Hersteller erweisen sich als weitaus schneller in der Lage, auf spezifische Nutzerinteressen und -wünsche einzugehen, als dies die meisten Online-Anbieter bislang konnten. Im Online-Bereich formulierte Wünsche werden im Offline-Bereich der CD-ROM's phantasievoll umgesetzt. Z. B.: zielgruppenspezifische Benutzeroberflächen. Für die großen Hosts erweist sich hier die Vielfalt und Vielsgestaltigkeit ihres Angebotes als Problem.

3. Die mittelfristigen Nutzungsperspektiven für optische Speichertechnologien, zu denen CD-ROM als eine, derzeit boomende Variante zu zählen ist, weisen weit über die der Online-Datenbanken hinaus. Die Anwender werden nicht auf das Jahr 2000 plus x verwiesen, bis ihnen die Vorteile eines ISDN-Anschlusses die Welt multimedialer Online-Datenbanken zugänglich machen. Optische Speichertechnologien bieten dies in Ansätzen schon jetzt, und schon bald erschwinglich.


Die Befürchtungen mancher Datenbankanbieter, CD-ROM-Angebote könnten zu Umsatzeinbußen im Online-Bereich führen, waren nicht unberechtigt. Dennoch: Eine Existenzberechtigung haben beide Angebotsformen, denn es ist deutlich erkennbar, daß in vielen Fällen das CD-ROM-Angebot einer Datenbasis, die bislang nur als Online-Datenbank verfügbar war, zu jener langersehnten Erweiterung des Nutzerkreises geführt hat, die die Hosts trotz jahrelanger, heftigster Marketingbemühungen nicht erreichen konnten. Dies gilt vor allem für den akademischen Bereich.


Die Entscheidung über diese oder jene Angebotsvariante wird oft allein im Hinblick auf den Vergleich von einmaligen Anschaffungskosten für die CD-ROM einerseits und die nutzungsabhängigen Kosten bei Online-Datenbanken andererseits getroffen. Dies ist zwar insofern ein wesentlicher Aspekt, als hier Kalkulierbarkeit gegen die Gefahren massiver Etatüberschreitungen steht. Er stellt aber nur einen Teilbereich der ökonomisch begründeten Abwägungen dar. Genaue Bedarfsanalysen und Nutzen-Überlegungen sollten einer solchen Entscheidung selbstverständlich ebenso vorausgehen. So dürfte z. B. die Anschaffung einer CD-ROM-Version und des zugehörigen Equipments für den unregelmäßigen Bedarf schwer zu rechtfertigen sein.

Die konkreten Auswahlmöglichkeiten zwischen Online- und Offline-Angeboten sind oft beachtlich. Als Paradebeispiel kann die der Datenbank MEDLINE zugrundeliegende Datenbasis genannt werden, die mittlerweile bei 9 Hosts und in 14 CD-ROM-Versionen angeboten wird. Die daraus entstehende »Qual der Wahl« ist Ausdruck der Tatsache, daß es nicht allein die Frage der Kosten bzw. des Mediums (Online-)Datenbank oder (Offline) CD-ROM ist, die eine Nutzungsentscheidung beeinflusst. Erfahrene Onliner wissen viele Beispiele, wie und worin sich die Angebote einer Datenbasis bei verschiedenen Hosts unterscheiden können: natürlich im Preis, natürlich in den Suchmöglichkeiten, aber beispielsweise auch in den Ausgabeformaten sowie in Aktualität und Vollständigkeit. Im Bereich der CD-ROM-Angebote ist dies nicht anders. CD-ROM-Produkte können jedoch noch mehr Diversifikation bieten, beispielsweise zusätzliche Softwareprodukte zur Auswertung und Aufbereitung jener Daten, die auf der CD-ROM verfügbar gemacht wurden. Bekannt ist dieses Konzept auch aus dem Online-Bereich als Besonderheit hostspezifischer Kommunikationssoftware oder einer zusätzlich zu erwerbenden Auswertungssoftware, wie sie von Anbietern statistischer Daten speziell auf deren Datenangebote zugeschnitten wurde (z. B. AREMOS für Nutzer der WEFA-Datenbanken).

Beratungs-Corner »Geld und Kapital 90« mit Herrn Höse (Toshiba), 3. links.



 Ein Beispiel für die CD-ROM-bezogene Alternative: Eine direkt auf der CD-ROM mitgelieferte Analysesoftware bietet die vom »CD-ROM Verlag & Vertrieb« angebotene CD unter dem Produktnamen »dafne«. Sie stellt Finanzdaten aus den Geschäftsberichten sowie aus allgemeinen Firmeninformationen wichtiger deutscher Unternehmen zur Verfügung. Marktanalysen wie z. B. die Stellung eines Unternehmens im Vergleich zu speziellen Mitbewerbern oder der Gesamtbranche werden nicht nur innerhalb kurzer Zeit ermittelt, sondern auch mittels Business-Grafik je nach gewünschter Darstellungsart präsentiert. Gerade bei solchen Optionen zeigen sich die Stärken der CD-ROM und der mit ihr zur Verfügung gestellten Features: Die Auswahl der Daten vor dem Downloading auf den PC erfordert in erster Linie inhaltlich-fachliche Kenntnisse. Die menügeführte Benutzeroberfläche ermöglicht dem Anwender ohne Rückgriff auf retrievalspezifisches Expertenwissen die Zusammenstellung der notwendigen Daten. Und, ganz nebenbei, wird sie wahlweise in Deutsch, Englisch oder Französisch angeboten, womit eine für Online-Datenbanken häufig genannte Vermarktungshürde genommen ist.

 Das Nutzungsdesign dieser CD-ROM weist in die Richtung vielversprechender Entwicklungen, deren unvollständige Auflistung als Hinweis darauf genügen muß, was uns als Nutzer von CD-ROM's oder anderen optischen Speichermedien noch erwartet:


** Immer häufiger werden CD-ROM's nicht nur zur Wiedergabe schon gedruckter oder Online veröffentlichter Informationsangebote genutzt, sondern mit der Zusammenstellung unterschiedlicher Datentypen wie Texte, Grafiken, Bilder und auch Musik bzw. gesprochenes Wort kommt ein vollkommen anderes Angebot von Informationsprodukten zustande.*


** Window-Techniken verknüpft mit speziellen Menüführungen werden die Orientierung innerhalb des Datenbestandes erleichtern.*


** Die Verknüpfung potentiell weitergeführter Hinweise, Daten oder Dokumente mittels Hypermedia-Techniken wird den Zugriff auf relevante Daten verbessern.*

 Die Präsentations- und Zugriffstechniken – so eindrucksvoll sie sich darstellen – wären Blendwerk, wenn die angebotenen Daten nicht halten, was eine überzeugende Oberfläche verspricht. Hier ist auch weiterhin – wie auch im Online-Bereich – die kritische Stimme der Nutzer gefordert. Ebenso aber ist hier die Seriosität der Datenbasenproduzenten unabdingbar. Die neuen Möglichkeiten, in CD-ROM's auch völlig unterschiedlich strukturierte Daten zusammenbringen zu können, birgt nämlich große Gefahren in sich. Sie können hier nur angedeutet werden. So wurden beispielsweise in einer CD-ROM für Architekten Volltextdokumente unterschiedlicher Art zusammengestellt: Normen, Produktdaten, Berichte u. a. m. Ein derart

vielgestaltiges Informationsangebot in einem Produkt, erfordert beim Anbieter nicht nur breit gestreutes Know-how, sondern auch Überlegungen, wie diese Daten den Nutzern inhaltlich aufbereitet bzw. in Zugriff gebracht werden können. So wird die Suche in solch großen Datenbeständen aus Textdokumenten zu einem wachsenden Problem.

 Schon heute bleibt das klassische Volltextretrieval auf der Basis Boole'scher Algebra hinter den Anforderungen für solche Textmengen und unterschiedliche Texttypen zurück. Die Möglichkeit umfangreicher CD-ROM-Datenbanken erhöht die Dringlichkeit einer solchen Weiterentwicklung. Aber auch die wachsende Anzahl von Online-Volltextdatenbanken erfordert von den Hosts neue Ansätze für dieses Problem.

 Es trifft sich insofern gut, daß mancher Host – allen voran DIALOG – mit eigenen CD-ROM's auf den Markt kommt. Dies kündigt vom Transfer des jahrelang gewachsenen Retrieval-Know-how aus dem Online-Bereich in den der CD-ROM-Datenangebote. Gleichzeitig kann es aber auch als Indiz dafür gewertet werden, daß keine direkte Konkurrenz mehr zwischen den beiden Angebotsformen gesehen wird, sondern die Idee der Ergänzung auch unter Marketinggesichtspunkten in den Vordergrund gebracht wird. Viele Gründe sprechen für eine solche Sichtweise. Aufhalten läßt sich der CD-ROM-Boom sowieso nicht. Da ist es schon sinnvoller, auch an diesem Marktsegment mitzuverdienen. Weitsichtige Datenbasenhersteller haben diese Konzeption – wenn auch vielleicht unter anderen Ausgangsüberlegungen - von Beginn an verfolgt. Kluge Datenbankanbieter, die ein breites Anwenderspektrum abdecken wollen, haben schon frühzeitig mit einer offensiven Strategie beide Angebotsformen miteinander verbunden, indem sie den potentiellen Aktualitätsnachteil der CD durch eine sogenannte »Distanzrecherche« (juris) in der Online-Datenbank ausglich. Der Anwender kann somit die Vorteile beider Angebotsformen genießen!

 Auch deshalb wird die eingangs formulierte Fragestellung immer häufiger mit der in der Überschrift formulierten Antwort versehen werden: Nicht CD-ROM oder Online, sondern CD-ROM und Online!

CD-ROM
VERLAG & VERTRIEB
GmbH

INFOBASE '91
23. – 25. April
Frankfurt
Halle 4 – Ebene 4.1
Stand E08

Ihre Geschäftsadresse in Frankfurt:

**Merkurhaus
Am Hauptbahnhof
12**



**Merkur Büroservice
Center Frankfurt GmbH**

Wir vermieten direkt:

- möblierte Büroräume ab 18 qm mit zentralem Empfang
- möblierte Büroetagen, auch in der Innenstadt
- Geschäftsadressen ohne Büroanmietung
- Konferenzzimmer und Tagesbüros

Auf Wunsch zusätzlich Sekretariatsdienste und Übernahme von Domizilvertretungen

Eine Telefonnummer ist bereits für Sie geschaltet. Ihre Geschäftsaktivitäten können Sie sofort aufnehmen