

Das Internet als betriebliche Informationsquelle für die Ernährungswirtschaft

MELANIE FRITZ, BONN

GERHARD SCHIEFER, BONN

Abstract

This paper develops a systematic process for seeking high quality websites that provide information about the agrifood business environment. The process firstly focuses on seeking relevant websites and secondly evaluates the information quality. The basis for the developed process are approaches from research areas that consider the information seeking process in general, information seeking on the Internet, business information and information quality.

1 Einführung

Das Internet ist für Unternehmen eine wichtige Quelle für externe Information. Aufgrund der Größe und der Komplexität des Internets bereitet jedoch die Identifikation relevanter Informationsquellen, die Wirtschaftsinformation bereitstellen, enorme Schwierigkeiten. Außerdem spielt im Zusammenhang mit Informationen aus dem Internet die Einschätzung der Informationsqualität eine herausragende Rolle, da Zweifel im Hinblick auf deren Vertrauenswürdigkeit bestehen können. Ziel dieses Beitrags ist die Präsentation einer systematischen Vorgehensweise, mit der qualitativ hochwertige Webseiten, die für Unternehmen relevante Information bereitstellen, aus dem Internet gefiltert werden können. Zentral ist dabei eine zweistufiges Vorgehen, das zunächst den Suchprozess und anschließend die Evaluierung der Informationsqualität betrachtet.

Die aktuelle Forschung setzt das entwickelte, allgemeingültige Instrument ein zur Identifikation und Qualitätsbeurteilung von Webseiten, die Informationen für die Ernährungswirtschaft und deren verschiedene Teilsektoren bereitstellen. Auf der GIL 2002 wird gezeigt werden, wie das Internet den Informationsbedarf von Unternehmen der Ernährungswirtschaft inhaltlich und qualitativ spiegelt.

2 Suche von Wirtschaftsinformation im Internet

Dieser Abschnitt präsentiert eine systematische Vorgehensweise für die Suche von Wirtschaftsinformation im Internet bzw. von Webseiten, die entsprechende Information bereitstellen. Die Vorgehensweise basiert auf Ansätzen aus den Forschungsbereichen Informationssuche (siehe z.B. MARCHIONINI 1995; BATES 1989; KUHLETHAU 1993), Informationsrecherche im Internet (z.B. BABIAK 2001; LAMPRECHT 1999; POTEPA u.a. 2000; STEINHAUS 1999) und Wirtschaftsinformation (z.B. POETZSCH 2001, LOWE 1999), die entsprechend der Zielsetzung modifiziert und integriert wurden. Die primäre Grundlage bildet das von MARCHIONINI (1995) vorgestellte Modell des Informationssuchprozesses (siehe Abbildung 1), das die einzelnen Schritte einer Informationssuche abbildet. In erster Linie wurden die in Abbildung 1 hervorgehobenen Teilschritte aufgegriffen und inhaltlich spezifiziert.

Der modifizierte Suchprozess verläuft wie folgt: Das *Erkennen und Akzeptieren des Informationsproblems* (Phase 1) ist durch die Zielsetzung, Wirtschaftsinformation im Internet zu finden, erfüllt. Phase 2 *Problemdefinition* zielt auf die Identifikation inhaltlicher Schlüsselkonzepte und somit der genauen Determinierung der Suchaufgabe ab. Der unternehmensexterne Informationsbedarf der einzelnen Teilsektoren der Ernährungswirtschaft, der beispielsweise in Form einer hierarchischen Taxonomie abgebildet werden kann, wird dabei mit Hilfe fachbezogener Thesauri (z.B. Agrovoc, Standard Thesaurus Wirtschaft) erweitert, um auf diese Weise ein möglichst umfassendes und präzises inhaltliches Bild der Suchaufgabe zu erhalten. Dieser Suchaufgabe werden verschiedene Kategorien von Webseiten als mögliche Lösung

gegenübergestellt: Unternehmenshomepages, Informationsbereitsteller sowie Newsgroups bzw. Chatrooms. Phase 3 *Selektion der Quelle* ist durch die Zielsetzung determiniert. Die Quelle ist das Internet mit entsprechenden Suchmaschinen als Suchsysteme. In Phase 4 *Formulieren der Suchabfrage* soll die Suchaufgabe inhaltlich und technisch auf die Charakteristika des Suchsystems, also der Suchmaschinen übertragen werden. Die inhaltlichen Konzepte aus Phase 2 müssen hierzu in aussagekräftige Stichworte überführt werden. Besonders ist dabei zu beachten, dass die gesuchten Webseiten bei Suchmaschinen vor allem nach ihrem Inhalt und weniger nach übergeordneten Bezeichnungen indiziert sind. Phase 5 *Ausführen der Suche* fokussiert die physische Realisierung der Suche, also die konkrete Eingabe der entsprechenden Suchbegriffe in die Maske einer Internetsuchmaschine. In Phase 6 *Untersuchung der Ergebnisse* gilt es, eine Entscheidung über die weitere Vorgehensweise zu treffen, also z.B. zu bestimmen, ob ein Dokument näher untersucht oder zur Reduktion der Treffermenge eine neue Suchabfrage formuliert werden soll. In dieser Phase wird die Trefferliste anhand der URLs, der Inhaltsangaben sowie des Dokumententyp untersucht, um interessant erscheinende Webseiten für eine nähere Analyse aufzurufen. In Phase 7 *Extraktion der Information* werden als möglicherweise relevant erachtete Webseiten gespeichert. In Phase 8 *Reflektieren / Wiederholen / Beenden* gilt es entweder, bereits vorhandene Treffer als Feedback für die weitere Suche einzusetzen, oder die Suche als beendet zu erklären. Aufgrund der hohen Dynamik des Internets empfiehlt es sich, die Suche vor allem bei den Webseitenkategorien Informationsbereitsteller sowie Newsgroups bzw. Chatrooms periodisch zu wiederholen. Für eine ausführliche Darstellung der entwickelten Vorgehensweise für die Suche sowie deren Grundlagen sei auf FRITZ (2002) verwiesen.

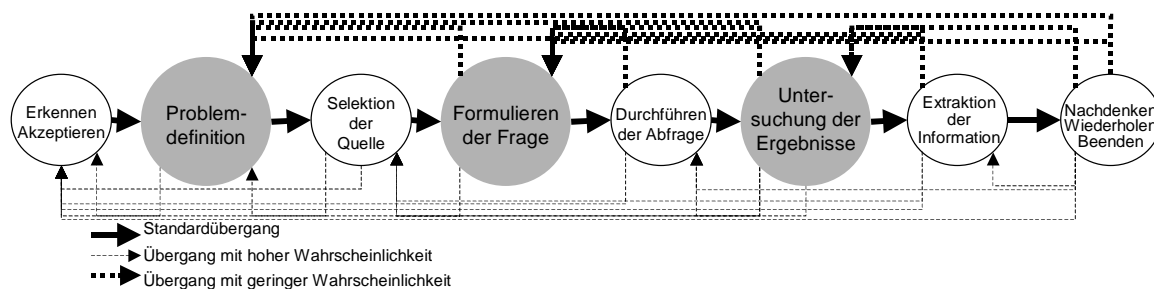


Abb. 1: Informationssuchprozess
(Quelle: verändert nach MARCHIONINI 1995, S.50)

Weder der konkrete Verlauf, noch der Ausgang einer Informationssuche können völlig vorgegeben und determiniert werden, da Fachkenntnis oder Kreativität immer wichtige Einflussfaktoren sind. Die entwickelte Vorgehensweise ist also vor allem als Strategie für eine erfolgreiche Suche von Wirtschaftsinformation im Internet zu verstehen.

3 Qualitätsbeurteilung

Die Vertrauenswürdigkeit der aus der Suche resultierenden Webseiten ist eventuell ungewiss. Da die veröffentlichte Information jedoch als Entscheidungsgrundlage in Unternehmen genutzt wird, ist eine eingehende Evaluierung der Informationsqualität essentiell. Informationsqualität ist definiert durch „Fitness for Use“ (HUANG, LEE, WANG, 1999, S. 43) und betrachtet sowohl Charakteristika der Information selbst, wie auch die Anforderungen des Nutzers. Das für die Evaluierung entwickelte Modell (siehe Abbildung 2) beabsichtigt die Determinierung und Abbildung von Merkmalen, die für die Qualität von Wirtschaftsinformation aus dem Internet ausschlaggebend sind und anhand derer eine praktische Qualitätsbeurteilung der identifizierten Webseiten möglich ist. Es basiert auf Ansätzen aus dem Forschungsfeld der

Informationsqualität (siehe z.B. NAUMANN, ROLKER 2000; RITTBERGER 1999; HUANG, LEE, WANG 1999) und fokussiert sowohl Charakteristika der Webseite, als auch der Information selbst, da beide Bereiche Hinweise auf die Informationsqualität geben. Im Hinblick auf die Nutzung wird von einer Integration der Webseiten in ein betriebliches Informationssystem und dessen automatische Beobachtungsroutrinen ausgegangen (siehe z.B. SCHIEFER, FRITZ 2002).

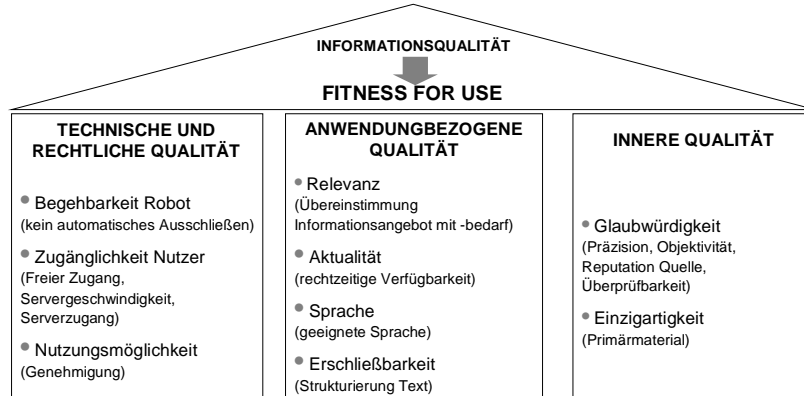


Abb. 2: Modell Informationsqualität Webseiten mit Wirtschaftsinformation
(Quelle: Eigene Darstellung)

Das Modell unterscheidet drei Dimensionen der Informationsqualität: Die Technische und rechtliche Qualität, die Anwendungsbezogene Qualität sowie die Innere Qualität. Zu jeder dieser drei Dimensionen gehören spezifische Qualitätskriterien. Die Technische und rechtliche Qualität fokussiert die Begehrbarkeit der Seite durch einen Robot, die Zugänglichkeit der Seite für den Nutzer, sowie die urheberrechtliche Nutzungsmöglichkeit der veröffentlichten Information. Die Anwendungsbezogene Qualität konzentriert sich auf Qualitätsmerkmale, die durch den Einsatz der Information begründet sind: die Relevanz der Information für die gegebene Problemstellung, die Aktualität, die Sprache sowie die inhaltliche Erschließbarkeit. Die Innere Qualität betrachtet Merkmale, die der Information selbst innewohnen, also deren Glaubwürdigkeit und – im Falle von subjektiven Aussagen, die Relevanz für Unternehmen besitzen – Einzigartigkeit.

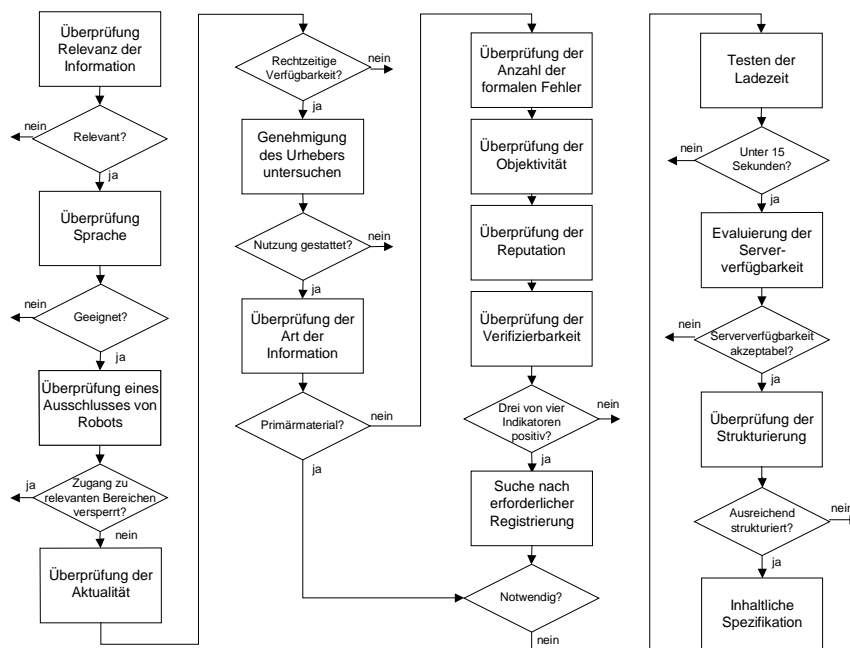


Abb. 3: Vorgehensweise zur Evaluierung der Informationsqualität von Webseiten
(Quelle: Eigene Darstellung)

Für die Evaluierung der Informationsqualität einer Webseite werden die eher abstrakten Qualitätskriterien zur Operationalisierung, also der Umsetzung des Modells in ein anwendbares Werkzeug, in Indikatoren aufgespalten (siehe Abbildung 2, in Klammern). Abbildung 3 zeigt die generelle Vorgehensweise für die Evaluierung der verschiedenen Indikatoren und präsentiert eine messbare Ebene für jeden Indikator. Entsprechend dem vermutlichen Evaluierungsaufwand werden die schnell zu untersuchenden Indikatoren zuerst beurteilt. Für eine ausführliche Darstellung sei auf FRITZ (2002) verwiesen.

4 Zusammenfassung

Dieser Beitrag verfolgte die Zielsetzung, eine systematischen Vorgehensweise für die Identifikation qualitativ hochwertiger Webseiten, die Wirtschaftsinformation bereitstellen, vorzustellen. Charakteristisch für die entwickelte Vorgehensweise ist ein zweistufiges Vorgehen: die Suche relevanter Webseiten mit Hilfe des vorgestellten Informationssuchprozesses sowie deren anschließende qualitative Beurteilung anhand des diskutierten Modells für die Informationsqualität. Die aktuelle Forschung setzt diese Vorgehensweise für die Suche von qualitativ hochwertigen Webseiten, die externe Information für die Ernährungswirtschaft bereitstellen, ein. Auf der GIL 2002 wird das Ergebnis – die inhaltliche und qualitative Spiegelung des externen Informationsbedarfs von Unternehmen der Ernährungswirtschaft durch das Internet – vorgestellt werden.

5 Literatur

- BABIAK, U. (2001): Effektive Suche im Internet. 4., akt. u. überarb. Aufl., Köln
- BATES, M.J. (1989): The design of browsing and berrypicking techniques for the online search interface. In: Online Review. Jg. 13, Heft 5, S. 407-424
- FRITZ, M. (2002): Das Internet als Quelle für Wirtschaftsinformation. Identifikation und Qualitätsbeurteilung geeigneter Webseiten. Bericht A - 02 / 2, Bonn (in Druck)
- HUANG, K.-T. ; LEE, Y.W. ; WANG, R.Y. (1999): Quality Information and Knowledge. Upper Saddle River
- KULTHAU, C.C. (1993): Seeking Meaning. A Process Approach to Library and Information Services, Norwood
- LAMPRECHT, S. (1999): Professionelle Recherche im Internet. 2., überarb. und erw. Aufl., München, Wien
- LOWE, M. (1999): Business Information at Work, London
- MARCHIONINI, G. (1995): Information Seeking in Electronic Environments, Cambridge
- NAUMANN, F. ; ROLKER, C. (2000): Assessment Methods for Information Quality Criteria. In: Proceedings of the 2000 MIT Conference on Information Quality (IQ 2000), S. 148-162, Boston. <http://www.fzi.de/dbs/publications/rolker/IQ2000.pdf>
- POETZSCH, E. (2001). Wirtschaftsinformation. Online. CD-ROM. Internet, Potsdam
- POTEMPA, T. ; FRANKE, P. ; OSOWSKI, W. ; SCHMIDT, M.-E. (2000): Information finden im Internet. Leitfaden für die gezielte Online-Recherche. 2., akt. Aufl., München, Wien
- RITTBERGER, M. (1999): Certification of Information Services. In: IQ 1999. Proceedings of the Conference on Information Quality. S. 17-37, Boston. www.inf-wiss.uni-konstanz.de/People/MR/pubs/iq99.pdf
- SCHIEFER, G. ; FRITZ, M. (2002): Information Agents for Competitive Market Monitoring in Production Chains. In: ZAZUETA, F.; XIN, J. (Eds.): Proceedings of the World Congress of Computers in Agriculture and Natural Resources. Iguacu Falls, Brazil, 13-15 March, 2002, S. 599-606.
http://uf.ilb.uni-bonn.de/publika/pdfVeroeffilb/brazil_fritz_schiefer.pdf
- STEINHAUS, I. (1999): Recherche im Internet. 2., akt. Aufl., München