

Willi Bredemeier
Sabine Graumann
Heike Hartmann

Firmeninformation im Internet: Inhalte, Qualität, Geschäftspolitik



Verlag für Berlin-Brandenburg
Potsdam

Inhalt

I.	Bezugsrahmen - Problemstellung - Untersuchungsdesign	
1.1	Bezugsrahmen: Zum Stand der aktuellen Fachdiskussion.....	7
1.2	Untersuchungsdesign.....	14
II.	Qualitätskriterien und Indikatoren für Firmeninformationen.....	17
III.	Firmeninformationen im Internet: Einzelfallstudien	
III.0	Die ausgewählten Unternehmen.....	25
III.1	Firmeninformationsanbieter (1): Verlagsgruppe Hoppenstedt.....	26
111.2	Firmeninformationsanbieter (2): Verlagsgruppe Sachon.....	33
111.3	Firmeninformationsanbieter (3): Creditreform.....	39
111.4	Firmeninformationsanbieter (4): Dun & Bradstreet.....	46
111.5	Firmeninformationsanbieter (5): Verlag AZ Bertelsmann.....	53
111.6	Firmeninformationsanbieter (6): Kompass-Verlag.....	60
111.7	Firmeninformationsanbieter (7): Wer liefert was? GmbH.....	67
111.8	Firmeninformationsanbieter (8): Schober Information Group.....	76
111.9	Firmeninformationsanbieter (9): ABC-Verlagsgruppe.....	82
m. 10	Firmeninformationsanbieter (10): ALLECO - All Economy Online....	87
ULI 1	Firmeninformationsanbieter (11): Whois Verlags- und Vertriebsgesellschaft.....	96

IV. Firmeninformationen im Internet: Anbieterübergreifende Vergleiche.....	103
V Zusammenfassende Ergebnisse	
VI Zur Reichweite der vorliegenden Ergebnisse.....	110
V2 Quantitative Abschätzung des Marktvolumens für Elektronische Informationsdienste.....	112
V3 Grundsätze des Internet-Engagements: Stand - Ziele - Vergleich mit anderen Vertriebswegen.....	119
V4 Qualitätskriterium „Informationen über das eigene Angebot“.....	121
V5 Qualitätskriterien „Vollständigkeit“ und „Richtigkeit“ der angebotenen Informationsinhalte.....	124
V6 Firmeninformationsangebote im Internet auf der Höhe der Zeit: Recherchierbarkeit in deutscher Sprache, Schnelligkeit der Recherche, Navigationshilfen/Menue.....	131
V7 Fragen zur Gestaltung von WebSites: Ist ein Konsens möglich?.....	134
V8 Qualitätskriterien „Kommunikationsmöglichkeiten“ sowie „Kunden- und Zielgruppenorientierung“.....	137
V9 Ergänzende Dienste (1): News, zusätzliche Dienste, Links.....	140
V10 Ergänzende Dienste (2): eigene Produkte und Dienste außerhalb des Internet; Banner-Werbung und andere Formen des Online Advertising; Elektronischer Handel.....	145
I 1 1 Nicht nur die gemeinsamen, sondern auch die unterschiedlichen Merkmale von Unternehmen anbieten?.....	150
V.12 Qualitätskriterium „Internationalität“.....	151
V13 Firmeninformationsanbieter im Internet zwischen Professionalisierungslücke und Vorbild.....	153