Ende der Zauberei

Autor(en): **Zürcher, Hansjörg**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Arbido**

Band (Jahr): **17 (2002)**

Heft 10

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-768769

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Ende der Zauberei

Hansjörg Zürcher
Arbeitet im Research bei Egon Zehnder International, Zürich Office

Keine Kunst mehr

Vor ein paar Jahren noch war die Online-Informationssuche eine Zauberei. Mystische Hexenmeister navigierten anhand magischer Tastenkombinationen durch Bildschirmseiten voller kryptischer Zeichen und zauberten wie aus dem Nichts Antworten auf die Fragestellungen der Nutzer hervor.

Diese Zeiten sind vorbei. Sehen wir der Tatsache ins Auge: Seit der Verbreitung des Internets ist das Finden von Informationen keine Kunst mehr. Im Gegenteil: Manch einer ist aufgrund der Fülle möglicher Antworten auf seine Fragestellung schon fast verzweifelt.

Angebot vervielfacht

Das Angebot an allgemeinen wie auch fachspezifischen Informationen hat sich vervielfacht. Wir Rechercheure waren uns gewohnt, aus bekannten Quellen hochwertige Informationen beziehen zu können. Aber immer mehr neue, meist kostenlose Services bieten denselben oder ähnlichen Content über Internet an.

Kostenlose Qualität

Es ist heutzutage nicht mehr möglich, guten Gewissens Kosten für Recherchen zu rechtfertigen, ohne möglichst viele der neuen Quellen zu kennen. Für Artikel aus dem CASH zum Beispiel würde ich (zurzeit) nichts bezahlen, schliesslich können diese kostenlos auf *www.cash.ch* abgerufen werden.

Betreffend Qualität hinken die neuen kostenlosen Angebote den klassischen Hosts keineswegs hinterher. Und diese Qualität wird immer besser. Es kommt nicht von Ungefähr, dass immer mehr Services anfangen, für ihre Dienste Geld zu verlangen. In den Vereinigten Staaten gibt es bereits eine Seite, auf der man verfolgen kann, wie immer mehr kostenlose Dienste verschwinden *(http://www.endoffree.com/)*.

Wahrscheinlich wird diese Entwicklung dazu führen, dass gute Qualität nirgendwo mehr kostenlos zu haben sein wird. Und dann können die klassischen Hosts ihre Stärke ausspielen: die Qualität der Recherchemöglichkeiten. Denn hier ist zurzeit der grösste Unterschied: Dadurch, dass bei den klassischen Hosts eine begrenzte Anzahl Quellen systematisch aufbereitet ist, kann man sehr spezifisch und mit sehr vielen Einschränkungsmöglichkeiten suchen. Und mehrere Quellen gleichzeitig. Das ist bei den meisten neuen Angeboten (noch) nicht möglich. Aber behalten wir Angebote wie *http://www.archivderpresse.de/* gut im Auge: Einige neue Anbieter werden sich zu ernsthaften Konkurrenten der klassischen Hosts entwickeln.

Aktualität

Punkto Aktualität sind die neuen Angebote ganz klar im Vorteil. Vielfach bieten sie rund um die Uhr minutenaktuelle Informationen an, kostenlos. Nur dort, wo diese Schnelligkeit wichtig ist, haben sich kostenpflichtige Modelle durchgesetzt: bei den Realtime-Börseninformationen.

Neue Recherchemethoden und -strategien

Durch diese vielen neuen Angebote ergeben sich für uns Rechercheure ganz neue Suchmethodiken und -strategien. Wir müssen mehr Faktoren berücksichtigen als noch vor ein paar Jahren. Und wir müssen vor allem eines: die vielen neuen Quellen kennen.

Ich persönlich bevorzuge zwei verschiedene Strategien: Bei umfangreichen Anfragen zu bekannten Themen suche ich zuerst bei den klassischen Hosts, wo ich die übliche gute Qualität serviert bekomme. Aber ich ergänze diese Suchergebnisse mit einer Suche im Internet, vorzugsweise mit Google *(http://www.google.ch/)* und anderen Suchdiensten. Und ich konsultiere die entsprechenden fachspezifischen Portale, um zu sehen, ob es noch tagesaktuelle Ergänzungen gibt.

Bei kurzen Anfragen oder bei Anfragen zu Themen, bei denen ich mich nicht so gut auskenne, suche ich zuerst mit Google und den anderen bekannten Suchdiensten. Und erst zuletzt suche ich bei den klassischen Hosts. Dazwischen durchsuche ich noch die nicht indexierten, kostenlosen Datenbanken (das sog. Invisible Web oder Deep Web).

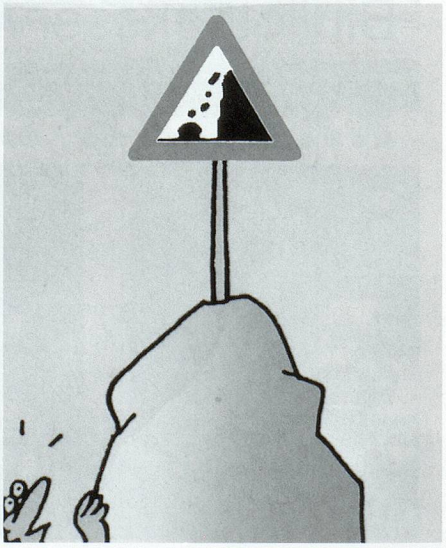
Migros, Coop oder Markt

Das Ganze lässt sich sehr gut mit unseren Einkaufsgewohnheiten vergleichen: Bei einem Grossverteiler wie z.B. Migros oder Coop erhalten wir eine grosse Menge verschiedener Waren in kurzer Zeit zu festen Preisen. Je nach Art der Ware in guter oder sehr guter Qualität. Das ist bequem und einfach: Alles unter einem Dach.

Wir können uns aber auch auf dem lokalen Markt umsehen. Dort erhalten wir auch gute Qualität. Teilweise kostengünstiger als bei den Grossverteilern. Aber um in gleicher Zeit gleich viele Waren einkaufen zu können, müssen wir diese Märkte sehr gut kennen.

Fazit

Das Angebot an Informationen hat sich vervielfacht. Das hat Einfluss auf unsere Recherchemethodik: Neben den althergebrachten Kriterien Qualität und Aktualität ist ein neues sehr entscheidendes Kriterium immer wichtiger geworden: der Preis. Auf dem «neuen» Markt können wir aktuelle, gute Informationen kostenlos erhalten.

Es kommt noch stärker als früher auf die Analyse der Fragestellung und des Informationsbedürfnisses des Nutzers/der Nutzerin an: Kommt es ihm/ihr auf Qualität, Aktualität oder den (günstigsten) Preis an? Erst wenn wir genau wissen, was für ihn/sie am Wichtigsten ist, können wir entscheiden, in welchen Quellen wir am sinnvollsten anfangen zu suchen. ■

contact:
E-Mail: hansjoerg.zuercher@web.de