

[Musterdokument](#) [Datenbankfelder](#) [Suchhinweise](#)

## Wissensbasis Mittelstand-Materialien

Die Wissensbasis Mittelstand-Materialien enthält Abstracts mit Links zu kostenlos verfügbaren Volltexten zu Forschungsergebnissen, anwendungsorientierten Themen und Praxisbeispielen schwerpunktmäßig für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) sowie Handwerksbetriebe. Die Publikationen liefern Information über den effizienten Einsatz von IKT, eBusiness, eCommerce, elektronischer Zahlungsverkehr, IT-Sicherheit für KMU, Industrie 4.0, Kundenbeziehungen, mobiles Arbeiten, Usability für KMU, Unternehmensprozesse und unternehmerisches Wissen, die im Rahmen von Mittelstand-Digital bzw. weiterer Förderinitiativen des Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) erstellt wurden. Die Datenbank bündelt Informationen aus Reports, Forschungsberichten, Checklisten, Informationsbroschüren und Leitfäden sowie Praxisbeispiele schwerpunktmäßig für Anwendungen in KMUs und Handwerksbetrieben. Die Wissensbasis Mittelstand-Materialien beinhaltet deutschsprachige Abstracts. Gesucht werden kann sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache.

### Inhalt

- **eBusiness**  
Allgemeine Studien zum Einsatz von eBusiness-Anwendungen im Geschäftsverkehr in Deutschland
- **eBusiness-Standards**  
Projekte aus der Förderinitiative "eStandards: Geschäftsprozesse standardisieren, Erfolg sichern" und digitale Standards im elektronischen Geschäftsverkehr.
- **eCommerce**  
Beziehungen zum Kunden optimieren sowie Marketingmaßnahmen effektiver durchführen. Informationen des Netzwerks elektronischer Geschäftsverkehr und von Mittelstand-Digital mit den Themen eCommerce, Kundenbeziehungen und Marketing.
- **Elektronischer Zahlungsverkehr**  
Effiziente Abwicklung des elektronischen Zahlungsverkehrs in kleinen und mittleren Unternehmen.
- **Industrie 4.0**  
Chancen und Potenziale von Industrie 4.0 für kleine und mittlere Unternehmen: Checklisten, Möglichkeiten, Umsetzungen und Anwendungsbeispiele.
- **IT-Sicherheit für KMU**  
Informationen aus dem Verbundprojekt "Sichere E-Geschäftsprozesse in KMU und Handwerk" des "Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr" (NEG) sowie der Task-Force IT-Sicherheit mit den entsprechenden IT-Sicherheits-Studien und -Ratgeber.
- **Kundenbeziehungen**  
Zielgerichtetes Management von Kundenbeziehungen sowie strategisch angelegtes Marketing, Nutzung innovativer Medien und Optimierung der Instrumente wie Webseiten und Social Media.
- **Mobiles Arbeiten**  
Mobilität, Mobiles Arbeiten und Mobile Anwendungen und die dazu gehörigen Geräte.

- **Unternehmensprozesse**  
Optimierungspotential im Unternehmen, RFID, ERP-Systeme, Big Data, IT-Projekte, Customer Relationship Management
- **Unternehmerisches Wissen**  
Publikationen der Initiativen "WissensMedia" und "Fit für den Wissenswettbewerb" des BMWi und zu Wissensmanagement
- **Usability für KMU**  
Veröffentlichungen und Erfahrungsberichte der Projekte aus der Förderinitiative "Einfach intuitiv - Usability für den Mittelstand" zu Usability und User Experience. Vorgehensmodelle und Anwendungsfälle.

### Suchsprache

Deutsch

### Datenbestand

Anzahl der Dokumente: 200

Zeitraum: ab 2009

### Produzent

WTI-Frankfurt eG

Ferdinand-Happ-Str. 32

D-60314 Frankfurt/Main

Tel.: (069) 4308-111

Fax.: (069) 4308-200

Internet: <http://www.wti-frankfurt.de>

Redaktion der Datenbank:

Dr. Kirsten Wegmann

Tel.: (069) 4308-226

### Musterdokument [TOP](#)

#### Datenbank

TEMA, Copyright WTI-Frankfurt eG

#### Titel

Schlauer als die Konkurrenz - Im Internet Neukunden identifizieren

#### Deskriptoren

Bedarfsforschung; Datengewinnung; Internet; Internetmarketing; Internet-Seite; Internet-Suche; KMU (Klein- und Mittelbetriebe); Kundenbindung; Kundengewinnung; Marktbeobachtung; systematisches Suchen

#### Freie Begriffe

intelligente Marktbeobachtung; automatisierte Marktbeobachtung

**Abstract**

Im Internet fällt täglich eine enorme Flut an Informationen an, darunter auch solche, die Angaben zu Produkten von Konkurrenten oder Wünsche potenzieller Kunden enthalten. Um den Überblick zu behalten, benötigt ein Unternehmen automatisierte, intelligente Marktbeobachtungssysteme, die mit modernen "Rasterfahndungsmethoden" Millionen von Marktinformationen im Marktumfeld der Branche und speziell des Unternehmens durchkämmen. Im Beitrag wird eine Übersicht als Muster einer Prozess-Analyse für die Rasterfahndung angegeben. Es werden einige wichtige Punkte angeführt, wie man zu Suchbegriffen und Datenquellen kommen kann. Die beschriebenen Methoden identifizieren den potenziellen Kunden durch Analysen fremder Web-Daten. Die Ergebnisse aus einer Profiling-Analyse sind aber auch relevant für die eigene Webseite, da man Inhalte findet, die zeigen, wofür sich potenzielle Kunden interessieren und wie sie ihre Interessen formulieren. Darauf aufbauend kann man dann die eigene Webseite gezielt überarbeiten. Eine weitere Methode, um zu lernen, wie die Konkurrenz Webseiten einsetzt, um die Aufmerksamkeit von Neukunden auf die eigene Seite zu lenken, ist die Messung der Marktreichweite von Webseiten. Bei der Marktbeobachtung helfen heute die Informationstechnik und neue Disziplinen, die sich mit dem Problem auseinandersetzen. Einige der einschlägigen Kernbegriffe sind Competitive Intelligence, Business Intelligence, Intelligence Cycle und Big Data. Der Inhalt dieser Begriffe und der Gebrauch der entsprechenden Tools werden erläutert.

**Autor**

Vierегge, Peter; Siegel, Lena

**Institutionen**

eBusiness-Lotse Südwestfalen-Hagen, HAGENagentur Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourimus, Hagen, DE

**Quelle**

Schlauer als die Konkurrenz - Im Internet Neukunden identifizieren (Online Publikation (Internet)/Report) (2014), Bezug: <http://www.ebusinesslotse-suedwestfalen-hagen.de>

**Fachgebiete**

3AK Marketing, Produktfindung, Absatzförderung, Vertrieb  
3DXA internetbasierte Systeme

**Sprache**

DE Deutsch

**Dokumentnummer**

2016 03 09062

**Themenbehandlung**

M Managementaspekte

**Dokumentart**

Report

**Erscheinungsjahr**

2014

**Update**

2016-04-11

**Datenbankfelder** [TOP](#)

Titel	TI
Autor	AU
Institution	CO
Thesaurus	TH
Deskriptoren	DE
Fachgebiete	CC
Quelle	SO
Publikationscodes	SC
Konferenzangaben	CF
Sprache	LG
Dokumentart	PT
Dokumentform	PF
Abstract	TX
Werkstoffbezeichnung	MT
Werkstoffindexierung	MI
Chemische Indexierung	CI
Freie Begriffe	FT
Themenbehandlung	TC
Verfügbarkeit	AV
Dokumentnummer	NO
Erscheinungsjahr	YR
Update	UP
Land der Institution	COC
Konferenzseriennummer	CSN
Land der Konferenz	CFC
WTI-Zeitschriftencode	FJC

**Suchhinweise** [TOP](#)**Thesaurus**

Bei der Verwendung von Suchwörtern, die im Thesaurus "Technik und Management" der WTI enthalten sind, werden in der Globalsuche automatisch Synonyme, Unterbegriffe und englische Fachbegriffe mitberücksichtigt.

Für die Vorauswahl von Suchbegriffen aus dem Thesaurus kann die **Thesaurussuche** (siehe graue Menüleiste) verwendet werden.

*Hinweis: Die Thesaurus-Suche steht Ihnen zur Verfügung bei Recherche in der jeweiligen Einzeldatenbank. Da nicht alle Datenbanken über einen Thesaurus verfügen, können wir diese Option nicht bereitstellen, sobald Sie die **OneSearch** zur datenbankübergreifenden Suche nutzen.*

### **Feldbezogene Suche**

In der Globalsuche wird nicht in allen Feldern gesucht, sondern nur in Titel, Abstract, Autor, Institution, Quelle, Publikationscodes (ISSN und ISBN), Konferenzangaben, Thesaurus, Freie Begriffe und Erscheinungsjahr. In allen anderen Fällen muss das gewünschte Datenbankfeld ausgewählt werden. Dies kann entweder in der "Strategiesuche" erfolgen (Dropdown-Liste) oder durch Direkteingabe des Feldkürzels, gefolgt von Doppelpunkt und dem Suchbegriff, z.B. die Fachgebiete CC:3BFB. Das Feldkürzel (siehe oben: Datenbankfelder) muss in Großbuchstaben eingegeben werden. Die Direktsuche ist in allen Suchvarianten (Einfache Suche, Erweiterte Suche und Strategiesuche) möglich.

### **Feld Autor (AU)**

In der TEMA und ihren Teildatenbanken (DOMA, WEMA, ZDE, BEFO usw.) genügt es, im Autorenfeld (Erweiterte Suche oder Strategiesuche) den Anfang des Vor- oder des Nachnamens eines Autors einzugeben. Es wird dann eine Liste der passenden Einträge angezeigt, aus der der gewünschte Name ausgewählt werden kann.

Alternativ können Namen auch trunkiert (mit \*) gesucht werden: z. B. `hoyer*` findet auch `hoyer-ina`, `hoyer-n-j`, `hoyer-norbert`, `hoyerberg`, `hoyermann` usw. Um genauer zu suchen, kann beim Vornamen trunkiert werden, z. B. `"hoyer n*"` findet nur die Autoren namens Hoyer, deren Vornamen mit "N" beginnen, wie Hoyer, Niklas oder Hoyer, Norbert oder Hoyer, N. Die Suche muss in der Form "Nachname Vorname" im Autorenfeld erfolgen. Diese Suchweise ist in allen Datenbanken möglich. Die Trunkierung ist sinnvoll, da die Vornamen in der Literatur oft abgekürzt werden.

### **Feld Institution (CO)**

Dieses Feld enthält die Institution, bei der der Autor zur Zeit der Veröffentlichung arbeitete. Soweit möglich sind diese Institutionen einheitlich angesetzt und können zum Verfeinern des Suchergebnisses verwendet werden. Namensänderungen sollten bei der Suche berücksichtigt werden (z.B. DaimlerChrysler -> Daimler). Das Land der Institution ist mit dem zweistelligen ISO-Ländercode suchbar unter Verwendung des Kürzels COC (in Großbuchstaben), z.B. `COC:cn` findet alle Veröffentlichungen, bei denen eine Institution aus China mitgewirkt hat.

### **Feld Fachgebiete (CC)**

Im Suchfeld Globalsuche muss unbedingt mit dem Feldkürzel CC gesucht werden, um bei der Suche mit Codes ein korrektes Ergebnis zu erzielen, z.B. `CC:3BFB`. Stattdessen kann auch in der "Strategiesuche" das Feld "Fachgebiete" aus der Dropdown-Liste ausgewählt werden.

In der "Erweiterten Suche" und der "Strategiesuche" können die Fachgebiete der Klassifikation "Fachordnung Technik" aus einer Liste (Link unterhalb der Suchfelder) ausgewählt werden, wobei die Auswahl der dort angegebenen obersten Ebene auch die untergeordneten (genaueren) Klassen automatisch mit in die Suche einbezieht. Mehrere ausgewählte Codes werden mit OR verknüpft. Bei der direkten Eingabe des Codes in das Suchfeld, z.B. `CC:3BF`, wird nur die angegebene Klasse gefunden. Werden auch die untergeordneten Klassen gewünscht, muss trunkiert werden (mit \*), z.B. `CC:3BF*`. Codes siehe [Fachordnung Technik](#).

Außerdem besteht die Möglichkeit, z. B. im Anschluss an eine Suche in anderen Feldern, das Suchergebnis anhand der Fachgebiete (Link auf der rechten Seite der Titelliste) nachträglich zu präzisieren. Mehrere dort ausgewählte Fachgebiete werden mit AND verknüpft, müssen also alle zutreffen. Diese Liste ist sortierbar, entweder nach Trefferzahl oder alphabetisch nach den Codes der Fachgebiete.

### **Feld Quelle (SO)**

Titel von Veröffentlichungen können als Phrasen in Anführungszeichen gesucht werden, z.B. "laser in medicine and surgery".

### **Feld Publikationscodes (SC)**

Für die eindeutige Identifizierung von Veröffentlichungen empfiehlt sich die Suche mit ISBN, bzw. ISSN. Die ISSN und ISBN werden mit Bindestrichen ohne Vortext gesucht, z.B. 978-3-18-092009-2. Der **WTI-Zeitschriftencode** ist mit dem Kürzel FJC (in Großbuchstaben) suchbar, gefolgt von Doppelpunkt und dem numerischen Code ohne führende Nullen, z.B. FJC:770 (siehe [WTI-Zeitschriftenliste](#)).

### **Feld Konferenzangaben (CF)**

Seit 1993 werden die Konferenzdaten normiert erfasst. Ab diesem Zeitpunkt gibt es Konferenzseriennummern für regelmäßig ausgewertete Konferenzen (siehe [ausführlicher Konferenzprospekt](#)). Die Suche erfolgt mit dem Kürzel CSN (in Großbuchstaben) z.B. CSN:14 oder CSN:12349. Die Konferenzseriennummern werden ohne führende Nullen gesucht. Die Ausgabe der Konferenznummer erfolgt im **Feld Publikationscodes**. Das Land, in dem die Konferenz stattgefunden hat, kann mit dem Kürzel CFC gesucht werden, z.B. CFC:de. Konferenzen von vor 1993 können, wie üblich, als Phrasen oder mit Operatoren gesucht werden.

### **Feld Dokumentform (PF)**

In diesem Feld werden für die Zeit ab ca. 1991 genauere Angaben zu elektronisch verfügbaren Veröffentlichungen gemacht. Darunter fallen vor allem Zeitschriftenartikel oder Konferenzbeiträge mit Link (DOI) zum Verlagsserver, wo der Volltext abrufbar ist, aber auch CDs/DVDs, E-Books oder elektronische Dissertationen. Herkömmliche gedruckte Veröffentlichungen enthalten kein Feld Dokumentform.

Für die Suche gelten die Codes:

EC für CD-ROM/DVD

ED für Veröffentlichungen mit DOI

EL für Online-Ressourcen, die oft frei im Internet verfügbar sind.

Suchbeispiel: PF:ed

Alle elektronischen Veröffentlichungen findet man mit PF:e\*

Ein Suchergebnis kann stattdessen auch mit **Dokumentart** "Elektronische Veröffentlichung" in der rechten Spalte der Trefferliste verfeinert werden, die alle obengenannten Codes einschließt.

---

**Feld Themenbehandlung (TC)**

Dieses Feld wird seit 1993 angeboten, d.h. bei der Auswahl aus dieser Liste werden ältere Literaturhinweise ausgeschlossen.

**Feld Dokumentnummer (NO)**

Die Dokumentnummer ist eine eindeutige Identifikationsnummer für jeden Literaturhinweis. Sie wird im Feld Dokumentnummer (Strategiesuche) oder mit Feldkürzel, z. B. NO:20080501152 gesucht.

**Stand**

Juni 2016