

# **Wissensbasierte Beratungssysteme in WWW-Anwendungen**

## **Elektronische Koordination der Schnittstelle zwischen Informationsangebot und -nachfrage für beratungsintensive Produkte am Beispiel einer Urlaubsreise**

*Stefan Dransmann*

Universität Gesamthochschule Kassel ([dransmann@wirtschaft.uni-kassel.de](mailto:dransmann@wirtschaft.uni-kassel.de))

Betreuer: Prof. Dr. Udo Winand, Universität Gesamthochschule Kassel

### **Inhalt**

- 1 Thematik und Zielsetzung**
- 2 Methodologische Grundlegung: Aufstellung des Bezugsrahmens**
- 3 Beratung als ein gleichgewichtiger Koordinations- mechanismus**
- 4 Internetbezogene Operationalisierung auf das gewählte Beispiel der Urlaubsreise**
- 5 Ein internetbasiertes elektronisches Beratungssystem**

### **1 Thematik und Zielsetzung**

Die gewählte Thematik ist im Bereich des E-Commerce einzuordnen. Sie basiert auf der wachsenden Bedeutung des Internets als Informationspool für den Entscheider einerseits und als ein neuer Absatzkanal für die Unternehmen andererseits. Die Behandlung der Thematik erfolgt in deskriptiv-analytischer Form. Bezugspunkt ist eine kaufentscheidungsorientierte Betrachtung des Informationsverhaltens des individuellen Käufers. Die Effizienz einer Kaufentscheidung wird - Witte folgend - durch das Gleichgewicht zwischen Informationsnachfrage und -angebot determiniert. Das Gleichgewicht ist genau dann erreichbar, wenn der an der Informationsschnittstelle wirkende Mechanismus den in der Informationsnachfrage des Entscheiders artikulierten subjektiven Informationsbedarf und das objektiv ausgerichtete Informationsangebot zusammenführt, folglich „koordiniert“. Ein ungleichgewichtiger Koordinationsmechanismus führt zwangsläufig zu einer Verminderung der Entscheidungseffizienz. Die Dissertation wird zeigen, wie ein - im Sinne von gleichgewichtsfördernd - „optimaler“ Koordinationsmechanismus gestaltet sein muß und wie eine Realisation in praxi zu erfolgen hat. Im einzelnen ist zu untersuchen welche Einflußgrößen auf das Informationsverhalten einwirken, welche Barrieren sich bei einer Nutzung entscheidungsunterstützender Informations- und Kommunikationssysteme<sup>1</sup> ergeben, welche Anforderungen an einen gleichgewichtigen Koordinationsmechanismus sich ableiten

---

<sup>1</sup> im weiteren abgekürzt als eLuK

lassen und in wie weit die in praxi zur Verfügung stehenden Koordinationsmechanismen diesen Anforderungen entsprechen.

## 2 Methodologische Grundlegung: Aufstellung des Bezugsrahmens

Die der Dissertation zu Grunde liegende Entscheidung über die Durchführung einer Urlaubsreise ist in der Weinberg'schen Kaufentscheidungstypologie in die Klasse des extensiven oder limitierten Entscheidungsverhaltens einzugliedern. Gekennzeichnet sind limitierte und extensive Kaufentscheidungen durch eine hohe Anzahl von Informationsaktivitäten in Form von Informationsbeschaffungs-, Informationsverarbeitungs- Informationsspeicherungsvorgängen. Kuß faßt diese, als „echte Entscheidungen“ zu bezeichnenden Typen, unter dem Begriff der „kognitiven Kaufentscheidungen“ zusammen, welche in der Literatur häufig durch formale deskriptive oder normative Modelle abgebildet werden. Kennzeichnend für kognitive Kaufentscheidungen ist der Versuch des Entscheiders, gemäß seinem Anspruchsniveau rational zu handeln. Insofern folgt er der Verhaltensfiktion der normativen Entscheidungstheorie. In seiner Rationalität unterliegt er dabei allerdings diverser kognitiver, emotionaler und sozialer Restriktionen. Vor allem soziale Restriktionen zeigen, daß der Konsument nicht isoliert, sondern in Abhängigkeit von seiner Umwelt entscheidet. Auch ist der Entscheider kein konfliktloses Wesen. *Intraindividuelle Konflikte* bestimmen maßgeblich das Problembewußtsein sowie die Intensität und Richtung des Informationssuchverhaltens vor der Entscheidungsfindung. Kognitive Dissonanzen lassen sich vornehmlich nach der Entscheidung beobachten. Die Betrachtung des Kaufentscheidungsprozesses darf sich folglich nicht auf einen Auswahlakt alternativer Handlungsmöglichkeiten reduzieren. Explizit gilt es, die Gewinnung von Informationen, die Genese von Entscheidungsproblemen und die Beeinflussung durch Umwelteinflüsse zu berücksichtigen. Dieser Problematik widmen sich vor allem die verhaltenswissenschaftlichen Kaufentscheidungsmodelle. Sie berücksichtigen aus einer eher deskriptiven Sichtweise den Einfluß exogener und endogener Variablen auf das Kaufentscheidungsverhalten. Ihr Bemühen liegt folglich in einer „Erklärung der Aktivierung und Steuerung realer Entscheidungen. Damit wird die Entscheidung zu einem Problem der Informationsverarbeitung im weiteren Sinne. Die psychische Aktivierung liefert die Schubkraft für die kognitive Informationsverarbeitung“<sup>2</sup>.

Bei kognitiven Kaufentscheidungen gestaltet sich die Entscheidungssituation für den Entscheider als innovativ. Seine Informationslage ist als unvollkommen in Bezug auf die faktischen, wertenden und methodischen Entscheidungsprämissen anzusehen, wodurch ein hoher Informationsbedarf entsteht. Informationen dienen aber nicht nur der rein intellektuell-kognitiven Entscheidungsfindung, sondern üben auch einen psychologischen Effekt aus, in dem sie die *subjektive Ungewißheit* des Entscheiders reduzieren. Zu vermuten ist, daß die Kaufentscheidungseffizienz nicht unabhängig vom Ausmaß der Informationsaktivitäten ist, daß die Qualität der Entscheidungen folglich in einem unauflösbaren Zusammenhang mit dem Informationsstand des Entscheiders steht. Gerhard nennt drei *elementare Verhaltensweisen* seitens des Entscheiders unter

---

<sup>2</sup> Vgl. Weinberg<sup>81</sup>, S.11

einer unvollkommenen Informationslage<sup>3</sup>, die dem Entscheider als „informativische Perspektiven“ zur Verfügung stehen:

- a) Der Entscheider reagiert mit einem Verzicht auf Bedürfnisbefriedigung.
- b) Es findet eine Wiederholung bereits durchlaufener Prozesse innerhalb der Entscheidungsfindung statt. Der Entscheider versucht - bei unverändertem Anspruchsniveau - durch eine weitere Informationssuche seine informativische Entscheidungsgrundlage mit dem Ziel zu verbessern, eine Alternative zu finden, die seinem Anspruchsniveau entspricht.
- c) Der Entscheider führt seinen „eingeschlagenen“ Weg zu Ende. Es erfolgt ein ungehindertes, direktes Durchlaufen des Entscheidungsprozesses. Den emotional wichtigen Zustand der subjektiven Sicherheit erreicht er dabei einerseits durch eine Habitualisierung seiner Entscheidung, wobei er auf bereits bewährte Entscheidungen zurückgreift. Andererseits kann Unsicherheit absorbiert werden. In beiden Fällen findet eine Anpassung des Anspruchsniveau statt.

Von den Verhaltensweisen scheint nur die Alternative b) von weiterem Interesse. Nur hier versucht das Individuum seine unvollkommene Informationsbasis mit dem Ziel zu verbessern, eine seinem **unverändertem** Anspruchsniveau genügende Handlungsalternative zu finden. Diesem Gedankengang folgend scheint es nötig, das Ergreifen von Informationsaktivitäten genauer zu betrachten, welches unmittelbar zum Begriff des „Informationsverhaltens“ leitet.

Unter dem Informationsverhalten wird nach Witte „das auf Information gerichtete Tun und Unterlassen von Menschen“ verstanden. Ziel ist es, den aktuellen Informationsstand zu verbessern. Da normalerweise mehrere, zudem zeitverbrauchende Aktivitäten ergriffen werden, stellt das Informationsverhalten keinen punktuellen Akt, sondern einen aktiven Prozeß dar. Das Informationsverhalten wird ausgelöst durch Wahrnehmung von Informationslücken bei der Behandlung eines Problems. Der Entscheider durchforstet daraufhin die ihm bekannten Informationsquellen, wobei er zunächst seinen Fokus auf die interne Quelle des Gedächtnisses richtet. Ist diese als unzureichend erkannt, erfolgt auf Grundlage des subjektiv erkannten, noch nicht durch Vorwissen gedeckten Informationsbedarfs eine Artikulation von Informationsnachfrage. Hiermit tritt er in die wohl zentrale Phase im Informationsverhalten – der Generierung und Artikulation von Informationsnachfrage ein. Nur durch artikulierte Informationsnachfrage, Hauschildt folgend verstanden als das „aktive, gerichtete und artikulierte Begehren eines Entscheidungsträgers nach problemspezifischen Informationen“, kann der Entscheider seinen Zustand der unvollkommenen Information verringern. Die Informationsnachfrage erwächst somit einem ausschließlich intern ablaufenden Prozeß der unmittelbaren Problemdurchdringung und unterbricht diesen, indem sie die Zuführung neuer Informationen veranlaßt. Mit der Aufnahme von Informationen aus externen Informationsquellen setzt der interne Problemlösungsprozeß mit der Informationsverarbeitung wieder ein. Ihm folgt eine erneute Beurteilung der Informationsversorgung, die wiederum ein neues Informationsbedürfnis auslösen kann.<sup>4</sup> Die Aufnahme zusätzlicher Informationen kann nun keineswegs ein allgemeingültiges „willfähiges“ Instrument der Effizienzsteigerung darstellen. Vielmehr kann bei unsachgemäßen In-

---

<sup>3</sup> Hauschildt bezeichnet die Reaktionen als „Resignation“, „Problemlösungsprozeß“ und „Handstreich“

<sup>4</sup> Mit Silberer ist darauf hinzuweisen, daß jede Phase des Kaufentscheidungsprozesses mit den aufgezeigten Informationsaktivitäten verbunden sein kann.

formationsverhalten („wilde Informationsbeschaffung“) sogar eine Erhöhung der Unvollkommenheit eintreten. Es gilt daher im weiteren zu untersuchen, welches *Informationshandling* eine Verbesserung der Entscheidungseffizienz fördert.

Nimmt man den Informationsgrad, einem Maß für die Informiertheit des Entscheiders, zur Hilfe lassen sich zwei Punkte erkennen, an denen einen differenzierte Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Informationsstand und Entscheidungseffizienz erfolgen kann. Zum einen ist dies die Informationsversorgung durch das Informationsangebot, zum anderen die Person des Entscheiders, genauer seine Informationsnachfrageaktivitäten. Im ersten Ansatz spiegelt sich die allgemeine, vor allem im Habitus der Informationsanbieter häufig anzutreffende Meinung wieder, daß die Effizienz des informationsverarbeitenden System „Mensch“ dadurch gesteigert werden kann, daß ihm mehr und bessere Informationen geliefert und durch Erziehung sowie Aufklärung bessere Informationsverarbeitungsprogramme "verpaßt" werden. Die von Witte 1972 durchgeführten und seitdem mehrfach verifizierten empirischen Untersuchungen lassen starke Zweifel am Wahrheitsgehalt des Postulates unbedingter Informationsversorgung hegen, denn ein signifikant positiver Zusammenhang zwischen Informationsversorgung und Entscheidungseffizienz ließ sich nicht nachweisen. Sehr wohl konnte Witte dagegen mit hinreichender Signifikanz einen positiven Zusammenhang zwischen der Menge der Informationsnachfrageaktivitäten und der Entscheidungseffizienz nachweisen, welches zur Formulierung der Informationsgleichgewichts-These führt. Hiernach nimmt die Entschlußeffizienz mit steigendem *Informationsgleichgewicht* zu. Da gemäß dem oben aufgezeigten Curriculum des Informationsverhaltens alle vor- und nachgelagerten Aktivitäten, als Antecedenzfeld in die Betrachtung des Informationsnachfrageverhaltens einbezogen werden müssen, kann in diesem Sinne eine Gleichsetzung von Informationsverhalten und Informationsnachfrageverhalten erfolgen.

Wird nun eine „Vitalisierung“ der Informationsnachfrage als verhaltensgerichtete Maßnahme zur Erreichung eines effizienzfördernden Informationsgleichgewichtes unterstellt, so muß gefragt werden, auf welche Art und Weise eine solche Vitalisierung erfolgen kann. Witte konnte experimentell nachweisen, daß sich eine Nachfragevitalisierung selbst durch eine persönliche Aufforderung, sei es in Form von Belobigung oder von Bestrafung, nicht erzwingen läßt. Informationsverhalten ist demnach nicht befehlbar. Ein *werbendes Informationsangebot* hat sich dagegen als nachfragebelebend erwiesen. Wenn das Informationsangebot die Nachfrage vitalisieren soll, muß es die Einflußfaktoren des Informationsverhalten positiv in Bezug auf das Ergreifen von Informationsnachfrageaktivitäten beeinflussen. In der wissenschaftlichen Literatur ist eine Fülle jeweils theoretisch und empirisch untersuchter Einflußgrößen zu finden. Sortiert man die Einflußgrößen gemäß des SOR-Ansatzes, ergeben sich das *zu lösende Problem*, das benutzte *Informations- und Kommunikationssystem* sowie das *soziale Umsystem* als exogene, *Merkmale der Person* als endogene Determinanten des Informationsverhalten. Diese Einflußgruppen wirken auf seine intern ablaufenden aktiverenden und kognitiven Prozessen, die den Generierungsprozeß der Informationsnachfrage prägen und somit als internen Determinaten anzusehen sind.<sup>5</sup> Da sich

---

<sup>5</sup> Die obige Untergliederung in Einflußgruppen dient einer übersichtlichen Darstellung komplexer Sachverhalte und weist damit lediglich systematisierenden Charakter auf. Selbstverständlich wirken die einzelnen Faktoren nicht isoliert sondern im Verbund und zeigen zudem eine enge Verbundenheit untereinander sowie eine gegenseitige Durchdringung auf.

aber das Informationsangebot im Bereich nicht organisationaler, individueller Kaufentscheidungen, als an dem objektiven Informationsbedarf ausgerichtet, kaum im Sinne des individuell ausgeprägten Informationsverhaltens gestalten läßt, ist von dieser Seite eine Annäherung an das Informationsgleichgewicht mittels eines werbenden Angebotes nicht zu erwarten. Damit rückt das zur Entscheidungsunterstützung herangezogene Informations- und Kommunikationssystem in den Mittelpunkt der Betrachtung. Es stellt die direkte Schnittstelle zwischen dem objektiven Informationsanbieter und dem individuellen Informationsnachfrager dar. Das Zusammenführen von Informationsangebot und Informationsnachfrage an der Informationsschnittstelle erfolgt mittels des *Koordinationsmechanismus* des eIuK-Systems. Ein effizienzsteigerndes Informationsgleichgewicht ist über den Koordinationsmechanismus genau dann erreichbar, wenn er die kognitiven Fähigkeiten und Verhaltenstendenzen des Entscheiders „erkennt“ und ihm aus dem objektiven Informationsangebot ein auf seine Bedürfnisse ausgerichtetes - dann werbendes - Informationsangebot bereitstellt. Eine Integration der aufgestellten Teilmodelle mittels des Koordinationsbegriffes liefert für die weitere Vorgehensweise folgenden Bezugsrahmen:

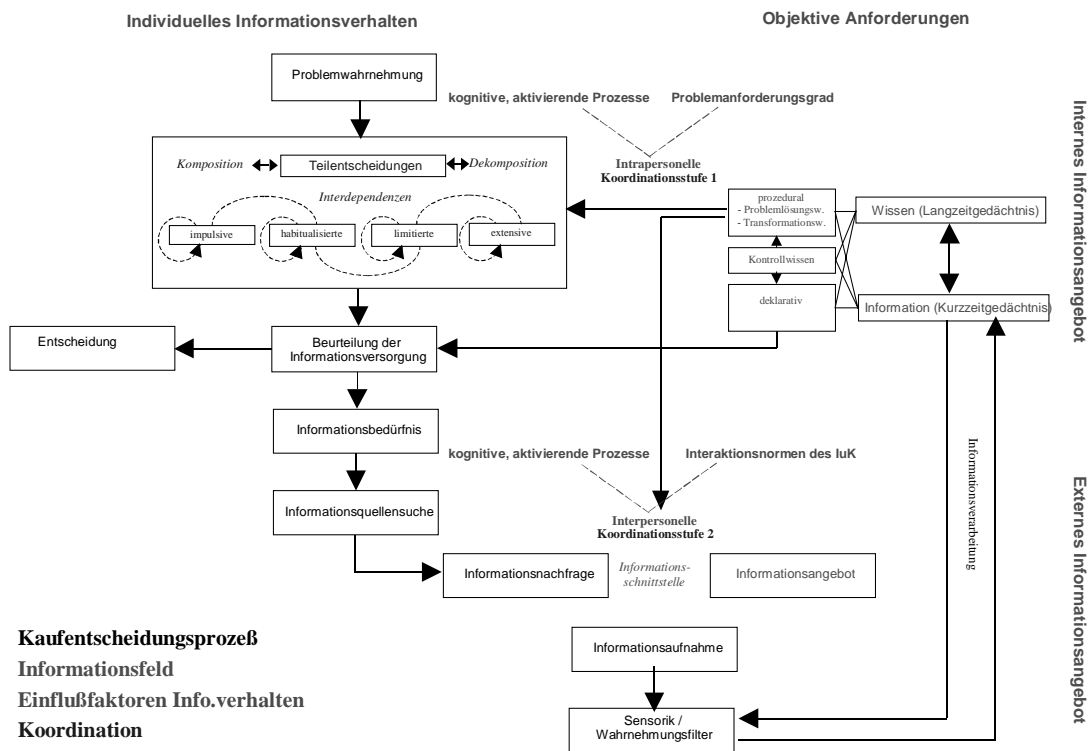


Abbildung 1

### **3 Beratung als ein gleichgewichtiger Koordinationsmechanismus**

Der Entscheider sieht sich bei der Verwirklichung seines Ziels, der Verbesserung seiner Informationslage, zwei Barrieren gegenüber, die er zu überwinden hat:

- Auf der Koordinationsstufe 1 sind es die Anforderungen, die sich aus der zu lösenden Problemstellung ergeben (Problembarrriere). Diese Barriere ist direkt in Verbindung mit den kognitiven Fähigkeiten des Entscheiders zu sehen.
- Auf der Koordinationsstufe 2 sind es Anforderungen, die sich einerseits aus dem Verhältnis des Benutzers zum Informations- und Kommunikationssystem und andererseits aus der Überführung des Informationsangebots in das subjektive Problemlösungsmodell des Nachfragers ergeben (Interaktions- und Transformationsbarriere).

Die Qualität der Lösung beider Koordinationsstufen ist dabei nicht isolierend - weder aus Sicht der Höhe der Anforderungen des jeweiligen Sach- und Interaktionsproblems noch aus Sicht der individuellen Fähigkeiten des Entscheidungsträgers - zu sehen, sondern sie wird vielmehr durch das Verhältnis der Bezugsgrößen bestimmt. Die Schaffung des Informationsgleichgewichtes über den Koordinationsmechanismus ist nun genau dann erreichbar, wenn er durch die Bereitstellung eines „werbenden Informationsangebotes“ die externen und internen Einflußgrößen des Informationsverhaltens vitalisierend beeinflusst, d.h. die Anforderungen der einzelnen Koordinationsstufen reduziert und dysfunktionale kognitive und aktivierende Prozesse eliminiert oder zumindest abschwächt. Analysiert man die Einflußgruppen in ihrer pathologischen Wirkungsweise zeigen sich folgende Ergebnisse:

Ausgelöst durch die hohen Anforderungen der Problemsituation kann aufgrund der begrenzten Problemerkennung und Verarbeitungskapazität eine Verstärkung dysfunktionaler psychischer Prozesse erfolgen. Die Dysfunktionalität kognitiver Prozesse auf dieser Stufe zeigt sich in einer einseitigen Ausrichtung und mangelnden Differenziertheit der verfolgten Entscheidungsziele, einer nicht ausreichenden Kenntnis faktischer Prämissen des Entscheidungsfeldes, sowie einer unzulänglichen Kenntnis anwendbarer Problemlösungsmethoden. Dysfunktionalitäten im Bereich der aktivierenden Prozesse können aufgrund eines übermäßigen Konsistenzdenkens, einer geringen Ungewißheitssensibilität oder einer unzutreffenden Selbsteinschätzung entstehen. Die Schubkraft für eine extensive Auseinandersetzung mit der Problemstellung ist zu gering. Die Folgen beider Dysfunktionalitäten sind Strukturfehler im Problemmodell, die den Entscheider zu wenig, irrelevante oder im Extrem falsche Informationen beschaffen lassen.

Die zu überwindende Barriere im Bereich der Interaktion mit dem eIuK-System wird zum einen aufgebaut durch die organisatorischen und technischen Anforderungen des IuK-Shell. Wird die Barriere nicht durch die psychischen Prozesse des Entscheiders gemildert kann es zu einer Fehlbedienung oder sogar Nichtnutzung des Systems kommen. Hierdurch wird verhindert, daß er das bereitgestellte Informationsangebot überhaupt zur Lösung seines Problems verwenden kann. Die Inadäquanz kognitiver Prozesse basiert vor allem auf einer unzureichenden technischen Medienkompetenz sowie auf syntaktisch und technisch bedingten Kommunikationsstörungen. Eine Dysfunktionalität aktivierender Prozesse wird vorrangig durch eine interaktionsaverse Ein-

stellung des Entscheiders hervorgerufen. Aber auch eine interaktionsfördernde Einstellung (z.B. Spieltrieb) kann Ungleichgewichte auf der Koordinationsstufe zwei auslösen. Überwindet der Entscheider diese erste Teilbarriere muß er dann mittels seines Transformationswissens die angebotenen Informationen in sein individuelles Problemmodell einfügen. Ungleichgewichte entstehen hier aufgrund einer hohen Divergenz des individuell ausgeprägten mentalen Problemmodells des Entscheiders zum mentalen Modell der Angebotsersteller. Ein Nichtverstehen auf der syntaktischen Ebene, ein Mißverstehen auf der semantischen Ebene oder Urteilsdifferenzen auf der pragmatischen Ebene sind die Folge. Das Erkennen der Mängel hängt von den kognitiven Fähigkeiten des Entscheiders ab. Besonders problematisch gestaltet sich dieses in Bezug auf die Mensch-Maschine Kommunikation. Das elektronische eIuK-System ist in seiner Anpassung an den Nutzer bezüglich Syntax oder Semantik i.d.R. wenig flexibel. Damit wird der Informationsnachfrager zum „Leiter“ der Kommunikation. Er muß sich die syntaktischen und semantischen Merkmale des Informationsangebots erarbeiten, wodurch er zusätzlich kognitiv belastet wird.

Im Umkehrschluß kann nun das Beheben der aufgezeigten Pathologien eine Vitalisierung der Informationsnachfrage herbeiführen. Als Anforderungen an einen gleichgewichtigen Koordinationsmechanismus lassen sich ableiten:

Ein gleichgewichtsfördernder Koordinationsmechanismus muß das Problem in seiner gesamten Struktur offenlegen, um dadurch die Problemwahrnehmung des Entscheiders zu verbessern und dem Entscheider die Bestimmung vorhandener Wissenslücken zu erleichtern. Eine Unterstützung bei der Umsetzung der Nachfrageintention in artikulierbare Nachfrage kann beispielsweise dadurch erfolgen, daß dem Entscheider Termini vorgeschlagen werden, unter denen sich Informationen zum gesuchten Sachverhalt finden lassen. In Bezug auf eine Überwindung der Interaktionsbarriere muß der Mechanismus dem Entscheider einen „einfachen Zugang“ zum Informationsangebot ermöglichen. Etwaige, durch den Umgang mit dem eIuK-Shell ausgelöste Frustrationen werden vermieden, was die aktivierenden Prozesse positiv beeinflusst. Der Entscheider kann sich dann gänzlich auf die Problemlösung konzentrieren. In Bezug auf die Transformationsbarriere könnte eine Verlagerung der Interaktionsadjustierung auf den Koordinationsmechanismus den Entscheider kognitiv entlasten. Der Koordinationsmechanismus übernimmt hierfür die Leitung der Kommunikation. Er muß falsche oder inadäquate Nachfragen korrigieren oder durch Nachfrage beim Entscheider klären. Die übermittelte Information muß für den Nachfrager einen hohen Informationsgehalt besitzen, sie ist an die Bedürfnisse des Entscheiders anzupassen und sollte darüber hinaus glaubwürdig, verständlich und aktuell sein. Der Koordinationsmechanismus hat folglich das Informationsangebot an das syntaktische und semantische Niveau des Entscheidungsträgers anzupassen.

Der aufgestellte Anforderungskatalog läßt vermuten, daß sich das Konstrukt der „Beratung“ als ein gleichgewichtiger Koordinationsmechanismus aufzeigen könnte. Die theoretische Fassung des Beratungsbegriffes in der wissenschaftlichen Literatur unterstützt diese Hypothese. Aus Struktursicht lassen sich hinsichtlich der Beratungsintensität die Formen Auskunft, Aufklärung und Bildung, aus Prozeßsicht die Formen der auskunftsorientierten, aufklärend entscheidungsorientierten und emanzipatorisch bil-

denden Beratung unterscheiden.<sup>6</sup> Auf Grundlage des Kriteriums der Beratungsintensität lassen sich vier Koordinationsmechanismen an der Schnittstelle zwischen Informationsangebot und -nachfrage abgrenzen:

Koordinationsmechanismus	reine Informationsbereitstellung	Informationsbereitstellung mit Filtermöglichkeit	Informationsbereitstellung mit Kontaktangebot	Informationsbereitstellung mit Lösungsangebot
Beratungsintensität	Selbstinformation	Beratung im weiten Sinne im engeren Sinne		

Abbildung 2

#### 4 Internetbezogene Operationalisierung auf das gewählte Beispiel der Urlaubsreise

Unter Anwendung obiger Typologie lassen sich die im Internet verwendeten Koordinationsmechanismen wie folgt einordnen:

Koordinationsmechanismus	reine Informationsbereitstellung	Informationsbereitstellung mit Filtermöglichkeit	Informationsbereitstellung mit Kontaktangebot	Informationsbereitstellung mit Lösungsangebot
Beratungsintensität	Selbstinformation	Beratung im weiten Sinne im engeren Sinne		
Ausprägung	Surfen	Suchmaschine	News-group Chat	Anbieterseite ----

Abbildung 3

Ein Mechanismus für eine semantisch und syntaktisch anpassungsfähige Beratung ist nicht vorhanden.<sup>7</sup> Operationalisiert auf die Thematik der Reise steht dem Verzicht auf Beratung im Internet jedoch der Vorteil eines unbegrenzten, zeit- und ortsunabhängig nutzbaren Reiseinformationspool gegenüber. Ein Blick auf den „elektronischen Reisemarkt“ zeigt, daß viele Reiseveranstalter mit ihrem traditionellen Informationsangebot in elektronischer Form im Internet vorhanden sind. Kataloge und Prospekte finden

<sup>6</sup> Weggemann unterscheidet in diesem Sinne die Verlaufsformen der Orientierungs-, der Entscheidungs- und der Realisierungsberatung.

<sup>7</sup> Als Ausprägung wäre der Informationbroker zu nennen, welcher allerdings im elektronische Reisemarkt äußerst selten ist.



sich beispielsweise in den Datenbanken der Reiseveranstalterseiten wieder. Die Angebote sind dabei über produkteigenschaftenbezogene Suchfunktionen, ähnlich den Indizes der Kataloge recherchierbar. Ein Gespräch mit Freunden und Bekannten läßt sich über die Chat/Newsgroup-Dienste abwickeln, wobei der Reisende in speziellen touristischen Newsgroups Reiseberichte und Vor-Ort Informationen/Tips von anderen Urlaubsreisenden erhalten kann. Des weiteren stehen anbieterunabhängige Suchmaschinen zur Verfügung, die einen Zugang zum immensen Informationspool des Internets ermöglichen, um z.B. Zusatzinformationen über das gewünschte Reiseziel zu erhalten. Zudem können Reisen online gebucht werden, welches für den Nutzer wiederum den Vorteil einer nicht erforderlichen physischen Präsenz bietet. Auf der anderen Seite zeigt das Internet in absatzpolitischer Sicht auch für den Reiseveranstalter als neuer direkter Distributionskanal eine hohe Relevanz. Eine Verschlankung des Distributionskanals um die besonders kostenintensive Stufe der Reisemittler scheint möglich. Durch elektronische Reisekataloge könnten zudem die enormen Printkosten traditioneller Reisekataloge und -prospekte eingespart werden. Elektronische Reisekataloge sind zudem leichter aktualisierbar, wodurch auch eine aktivere Preispolitik erreichbar ist.

Empirische Untersuchungen zeigen jedoch, daß diese Vorteile den Nachteil mangelnder Beratungsfunktionalität aus Sicht des Kunden nicht aufwiegen können. Die Anwender nutzen das Internet sehr wohl als Informationsquelle, suchen dann allerdings das traditionelle Reisebüro für eine intensivere Beratung auf, um letztendlich auch hier die Reisebuchung vorzunehmen. Die von den Reiseveranstaltern mit dem Vertrieb von Reiseprodukten über das Internet angestrebte Kostenreduktion läßt sich daher nicht realisieren. Der notwendige Verzicht auf die Stufe der Reisevermittler ist aufgrund der mangelnden Beratungsleistung im Internet nicht zu erwarten. Ein echter added value besteht für den Kunden derzeit einzig in dem zeit- und ortsunabhängigen Abrufen von Produktinformationen. Dieser scheint, bei der durchaus vorhandenen Akzeptanz gegenüber dem Online-Shopping, für den Direktvertrieb weniger komplexer Produkte (z.B. Bücher, CD's) auszureichen, für beratungsintensive, hochpreisige Produkte wie es die Urlaubsreise darstellt allerdings nicht.

Eine praxisorientierte Explikation der traditionellen Reisebüroberatung läßt jedoch auch hier deutliche Abweichungen zwischen dem Beratungsideal und der vorzufindenden Praxis erkennen. Vor allem Mängel im Expedientenwissen und in der Abwicklungskapazität sind zu nennen.

## **5 Ein internetbasiertes elektronisches Beratungssystem**

Es zeigt sich durchaus ein kongruentes Verhältnis zwischen den Vor- und Nachteilen der im Internet vorhandenen Mechanismen und dem Mechanismus der menschlichen Beratung im Reisebüro. Ziel muß es somit sein, eine Aggregation der Vorteile beider Kontexte zu erreichen. Diese ist über den neuen Koordinationsmechanismus einer *internetbasierten elektronischen Beratung* zu realisieren. Betrachtet man ein solches System im Kontext des Informationsverhaltens wird durch die elektronische Beratungskomponente zunächst ein hoher Unterstützungsgrad der Tätigkeiten im Informationsverhalten realisiert. Eine Offenlegung der Problemstruktur, beispielsweise in

Form der „5-W-Formel“<sup>8</sup> fördert die Problemwahrnehmung seitens des Nutzers und erleichtert zudem die Bestimmung seiner Wissenslücken. Fehlende Angaben werden vom System nachgefordert. Durch die indirekte Verlagerung der Leitung der Interaktion auf das System besteht beim Nutzer weniger das Problem der Umsetzung der Nachfrageintention in artikulierbare Nachfrage, sondern eher das Problem der Umsetzung einer Antwortintention in eine artikulierbare, dem System verständliche Antwort. Hierbei kann ihn die Erklärungskomponente unterstützen, indem sie z.B. mögliche Antworten vorgibt oder „Wörterbücher“ bereitstellt, die dem Nutzer die Findung eines passenden Termini erleichtern. Durch die Erklärungskomponente kann der Nutzer darüber hinaus jederzeit den aktuellen Dialogverlauf nachvollziehen. Die ermittelten Präferenzen sind mit den Merkmalen der vorliegenden Reiseangebote zu vergleichen. Dem Kunden werden dann nur bedarfs- und zielgerichtete Reiseangebote sowie wichtige Zusatzinformationen (Visa- und Impfbestimmungen, Klimadaten, Sehenswürdigkeiten,...) zur Verfügung gestellt. Das Internet definiert sich dabei als ein unerschöpflicher Informationspool, wobei die bisher das WWW prägende hohe Quantität der Daten durch die Beratungskomponente in qualitative Informationen transformiert wird. Über integrierte Chat, IRC und E-Mail-Funktionalitäten kann der Kunde darüber hinaus in Kontakt zu anderen Reisenden treten, um z.B. aktuelle „Vorort-Informationen“ zu erhalten. Zudem bietet die elektronische Beratung gegenüber der menschlichen Beratung im Reisebüro zusätzlich den Vorteil der „Tagesformunabhängigkeit“. Sie kennt weder schlechte Laune, noch Zeit- oder Provisionsdruck. Die Kommunikation des Nutzers mit dem System erfolgt zeit- und ortsunabhängig bei einer hohen Abwicklungskapazität, realisiert durch die Möglichkeit des parallelen Zugriffs auf das System.

Ein derartiges System stellt sowohl für den Anbieter als auch für den Nutzer einen added value dar. Der Kunde spart Kosten, die ihm durch den Besuch im Reisebüro entstehen würden. Zudem zeigt er sich besser informiert. Aus Sicht des Anbieters wird nun ein direkter Vertrieb seiner Produkte ohne Einschaltung der Zwischenstufe des Reisemittlers möglich.

## Literaturverzeichnis

- Datzer83/Datzer, R.: Informationsverhalten von Urlaubsreisenden, Starnberg 1983
- Hanewinkel93/Hanewinkel, A./Viefhues, D.: Maschinisierung in der Beratung?, Berlin 1993
- Kroeber96/Kroeber-Riel, W.: Konsumentenverhalten, 6.Aufl., München 1996
- Klutmann95/Klutmann, M.M.F.: Beraten und Verkaufen im Reisebüro, Hamburg 1995
- Kuß87/Kuß, A.: Information und Kaufentscheidung, Berlin 1987
- Lübke85/Lübke, V./Schoenheit, I.: Die Qualität von Beratungen für Verbraucher, Frankfurt am Main 1985.

---

<sup>8</sup> Wer reist? Wie soll die Reise organisiert werden? Was will der Kunde erleben? Wann soll die Reise erfolgen? Wohin soll die Reise führen?

Möllhoff78/Möllhoff, L.: Unvollkommenes Informationsnachfrage-Verhalten im Mensch-Maschine-Dialog, Stuttgart 1978

Schertler94/Schertler, W. (Hrsg.): Tourismus als Informationsgeschäft: Strategische Bedeutung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus. Wien 1994

Weinberg81/Weinberg, P.: Das Entscheidungsverhalten der Konsumenten, Paderborn u.a., 1981

Witte72/Witte, E.: Das Informationsverhalten in Entscheidungsprozessen, Tübingen 1972