

Soziale Suchdienste und Tagging in der Praxis

Status quo und Entwicklungstendenzen



Christian Maaß & Dirk Lewandowski

Lübeck, 8. September 2008

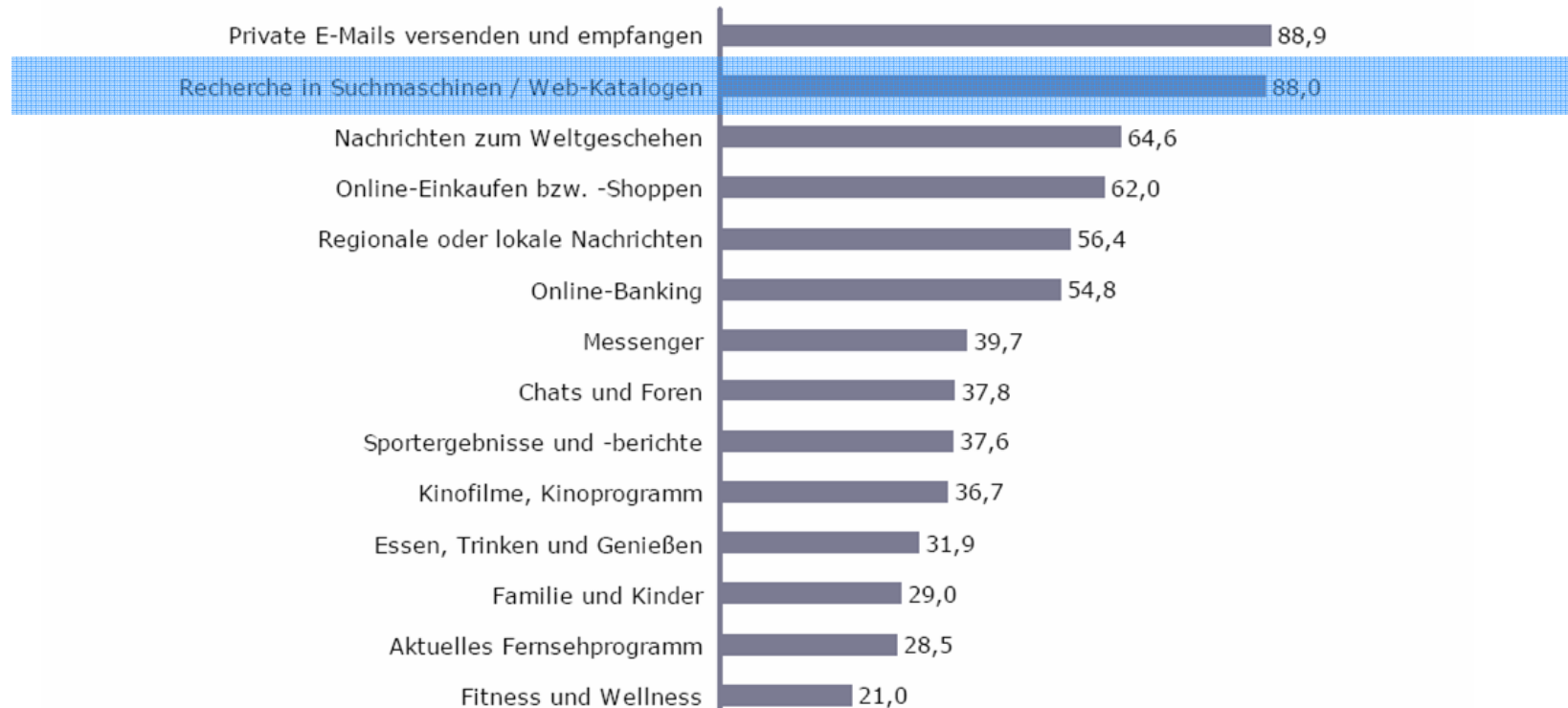
Warum eigentlich dieser Vortrag?

- Hintergrund: Lycos, T-Online und die HAW Hamburg kooperierten im WS 2007/2008 im Rahmen eines Forschungsprojektes
- Projektziel: Potenzialanalyse sozialer Suchdienste
 - Welche Bedeutung haben soziale Suchdienste als alternativer Suchansatz?
 - Mit welchen Problemfeldern sind soziale Suchdienste in der Praxis konfrontiert?
 - Unter welchen Umständen sollten die Ergebnisse sozialer Suchdienste in die Ergebnislisten algorithmenbasierter Suchmaschinen integriert werden?
- Fragestellung dieses Vortrags: Welche Bedeutung haben soziale Suchdienste als alternativer Suchansatz?

1. **Zum Einstieg: Charakterisierung des Suchmaschinenmarktes**
2. Untersuchungsmethodik: Online-Befragung und Retrieval-Tests
3. Diskussion der Ergebnisse: Soziale Suchdienste in der Nische?
4. Ausblick und zukünftige Herausforderungen

Status quo und Trends im Suchmaschinenmarkt

- Algorithmenbasierte Suchmaschinen wie Google und Yahoo zählen zu den meistgenutzten Internetanwendungen (vgl. AGOF 2008)



Status quo und Trends im Suchmaschinenmarkt

- Algorithmenbasierte Suchmaschinen wie Google und Yahoo zählen zu den meistgenutzten Internetanwendungen (vgl. AGOF 2008)

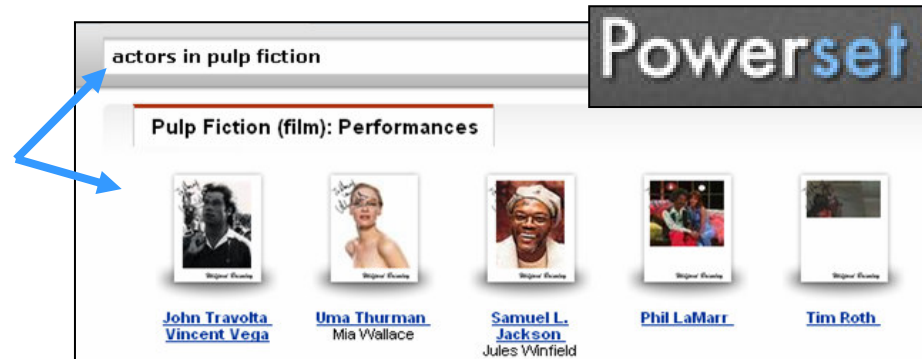
| Suchmaschine | Marktanteil weltweit | Suchanfragen pro Monat in Mio. |
|------------------|----------------------|--------------------------------|
| Google | 61,6 % | 6.514 |
| Yahoo! | 20,4 % | 2.159 |
| Microsoft | 9,1 % | 961 |
| AOL | 4,6 % | 491 |
| ASK | 4,3% | 458 |

Quelle: www.comscore.com 2008

Status quo und Trends im Suchmaschinenmarkt

- Algorithmenbasierte Suchmaschinen wie Google und Yahoo zählen zu den meistgenutzten Internetanwendungen (vgl. AGOF 2008)
- Suchmaschinen erwirtschaften Milliardenumsätze: € 1,7 Mrd. Umsatz mit Suchmaschinenwerbung in Deutschland 2007
- Zahlreiche neue Suchansätze werden/wurden entwickelt, um dieses Potenzial abzuschöpfen: **Semantische Suchdienste**

Beispiel: Suche nach allen Schauspielern des Films Pulp Fiction



Status quo und Trends im Suchmaschinenmarkt

- Algorithmenbasierte Suchmaschinen wie Google und Yahoo zählen zu den meistgenutzten Internetanwendungen (vgl. AGOF 2008)
- Suchmaschinen erwirtschaften Milliardenumsätze: € 1,7 Mrd. Umsatz mit Suchmaschinenwerbung in Deutschland 2007
- Zahlreiche neue Suchansätze werden/wurden entwickelt, um dieses Potenzial abzuschöpfen: **Multimedia Suchmaschinen**

Beispiel: Suche auf Basis gezeichneter Konturen



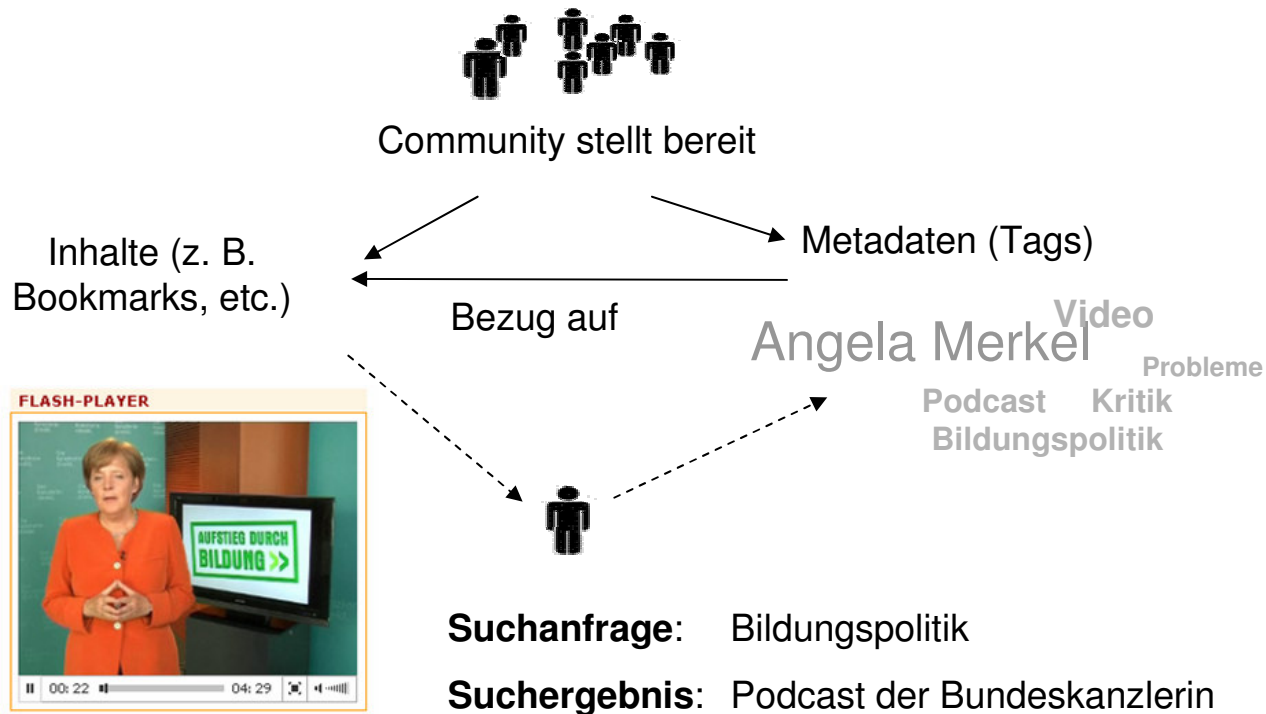
Status quo und Trends im Suchmaschinenmarkt

- Algorithmenbasierte Suchmaschinen wie Google und Yahoo zählen zu den meistgenutzten Internetanwendungen (vgl. AGOF 2008)
- Suchmaschinen erwirtschaften Milliardenumsätze: € 1,7 Mrd. Umsatz mit Suchmaschinenwerbung in Deutschland 2007
- Zahlreiche neue Suchansätze werden/wurden entwickelt, um dieses Potenzial abzuschöpfen: **Soziale Suchdienste** in diversen Ausprägungsformen



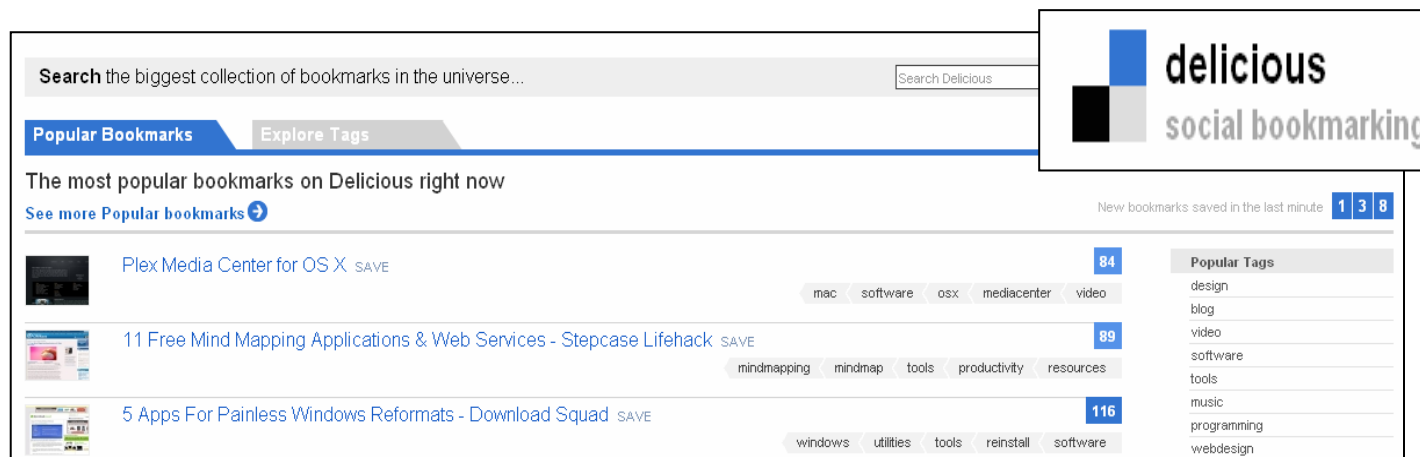
Charakterisierung sozialer Suchdienste

- **Grundprinzip:** Anwender generieren den Suchmaschinenindex → manuelle Verschlagwortung von Inhalten („tagging“)



Charakterisierung sozialer Suchdienste

- **Grundprinzip:** Anwender generieren den Suchmaschinenindex → manuelle Verschlagwortung von Inhalten („tagging“)
- Soziale Suchdienste existieren in unterschiedlichen **Ausprägungsformen**, z. B. **soziale Bookmarksysteme**, Frage-Antwort-Dienste, etc.



The screenshot shows the Delicious social bookmarking website. At the top, there is a search bar with the text "Search the biggest collection of bookmarks in the universe..." and a "Search Delicious" button. Below the search bar, there are two tabs: "Popular Bookmarks" (selected) and "Explore Tags". The main content area displays "The most popular bookmarks on Delicious right now" with a link to "See more Popular bookmarks". Three bookmark entries are listed:

- Plex Media Center for OS X** (84 bookmarks): mac software osx mediacenter video
- 11 Free Mind Mapping Applications & Web Services - Stepcase Lifhack** (89 bookmarks): mindmapping mindmap tools productivity resources
- 5 Apps For Painless Windows Reformats - Download Squad** (116 bookmarks): windows utilities tools reinstall software







On the right side, there is a "Popular Tags" section with a list of tags: design, blog, video, software, tools, music, programming, and webdesign. A counter indicates "New bookmarks saved in the last minute 138".

Charakterisierung sozialer Suchdienste

- **Grundprinzip:** Anwender generieren den Suchmaschinenindex → manuelle Verschlagwortung von Inhalten („tagging“)
- Soziale Suchdienste existieren in unterschiedlichen **Ausprägungsformen**, z. B. soziale Bookmarksysteme, **Frage-Antwort-Dienste**, etc.

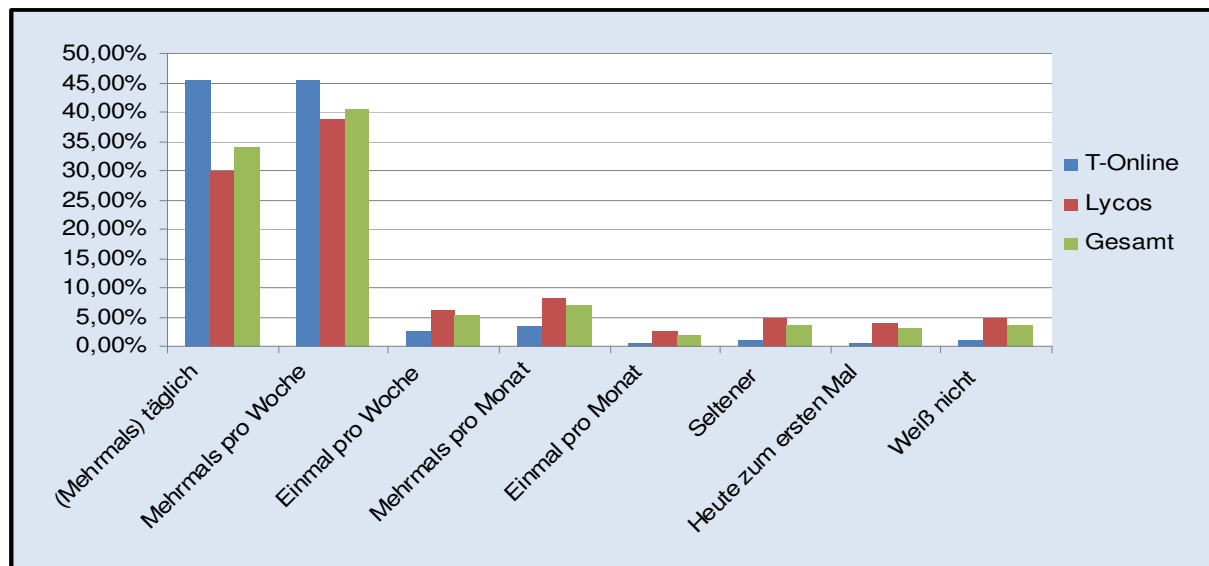


Methodische Vorgehensweise

- **Quantitative Untersuchung:** Einbindung von Fragebögen auf den Portalen von T-Online und Lycos zur Bestandsaufnahme
 - des Bekanntheitsgrades,
 - der Nutzungsintensität,
 - Zufriedenheit und den
 - Gründen für die Nutzung/Nichtnutzung algorithmenbasierter und sozialer Suchdienste (Rücklauf: 915 auswertbare Fragebögen)
- **Qualitative Retrievaltests:** Auswertung der Ergebnisqualität algorithmenbasierter und sozialer Suchdienste (20 Juroren)
 - Algorithmenbasierte Suchmaschinen:  
 - Soziale Bookmarksysteme:  
 - Frage-Antwort-Dienste:  

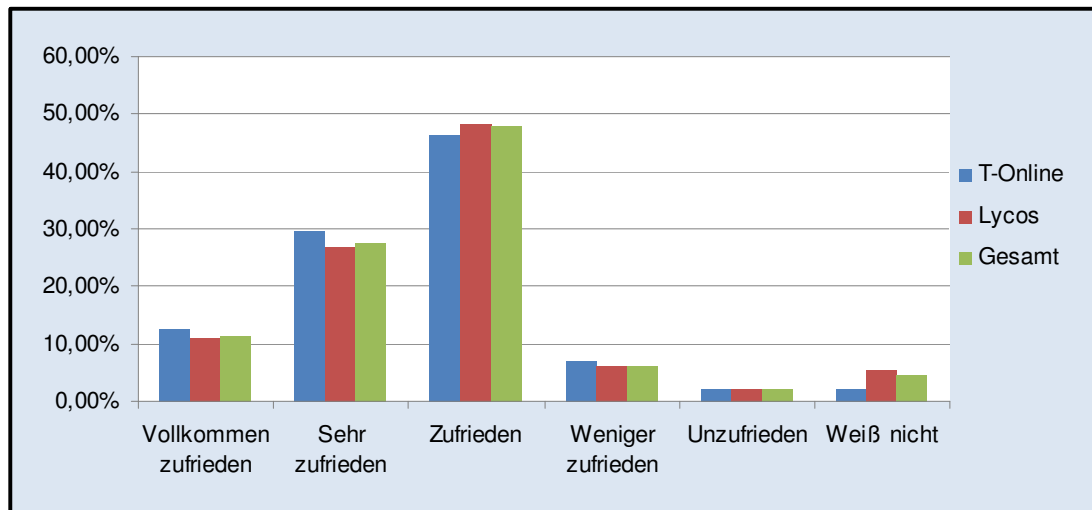
Status quo: Algorithmenbasierte Suchmaschinen

- **Bekanntheitsgrad:** Algorithmenbasierte Suchmaschinen sind 98,51 % der Befragten bekannt
- **Nutzungsintensität:** 79,86 % der Befragten nutzen mindestens einmal pro Woche algorithmenbasierte Suchmaschinen



Status quo: Algorithmenbasierte Suchmaschinen

- **Zufriedenheit der Anwender mit den Suchergebnissen:**

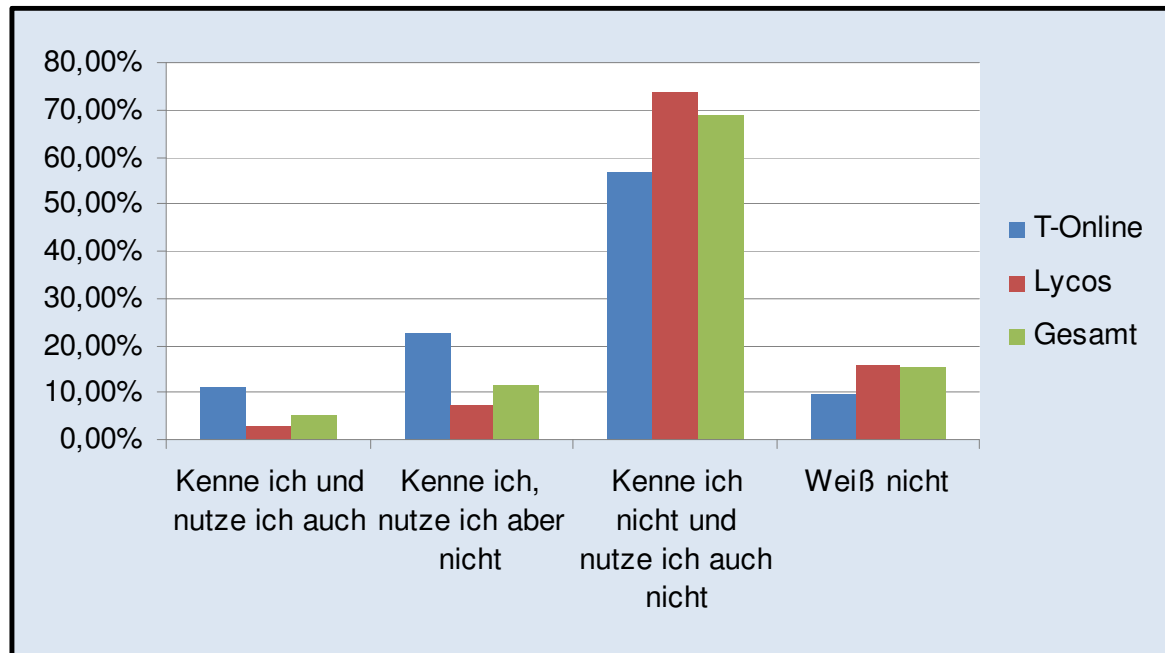


Frage: Wie zufrieden sind Sie mit den Ergebnissen, die Ihnen Suchmaschinen liefern?

- **Gründe für die Nichtnutzung:**
 - Geringe Trefferrelevanz (56 % der Befragten)
 - störende Werbeinblendungen (46 % der Befragten)
 - zu viele Treffer (34 % der Befragten),

Stellenwert sozialer Suchdienste in der Praxis

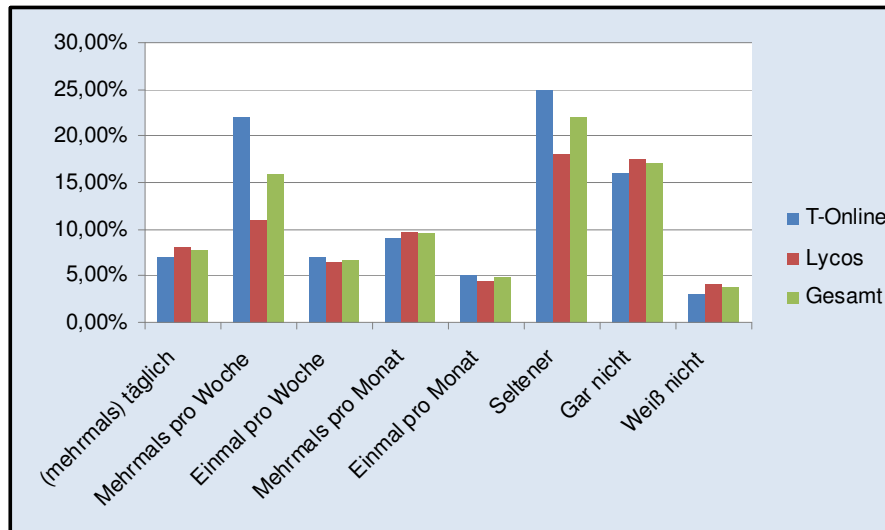
- **Bekanntheitsgrad sozialer Suchdienste:**
 - 40 % der Befragten waren Frage-Antwort-Dienste nicht bekannt
 - 70 % der Befragten kannten keine sozialen Bookmarksysteme (vgl. Abb.)



Frage: Kennen und nutzen Sie soziale Bookmarksysteme?

Stellenwert sozialer Suchdienste in der Praxis

- **Nutzungsintensität von Frage-Antwort-Diensten:** 25,71 % der Anwender nutzen diese Dienste min. ein Mal pro Woche

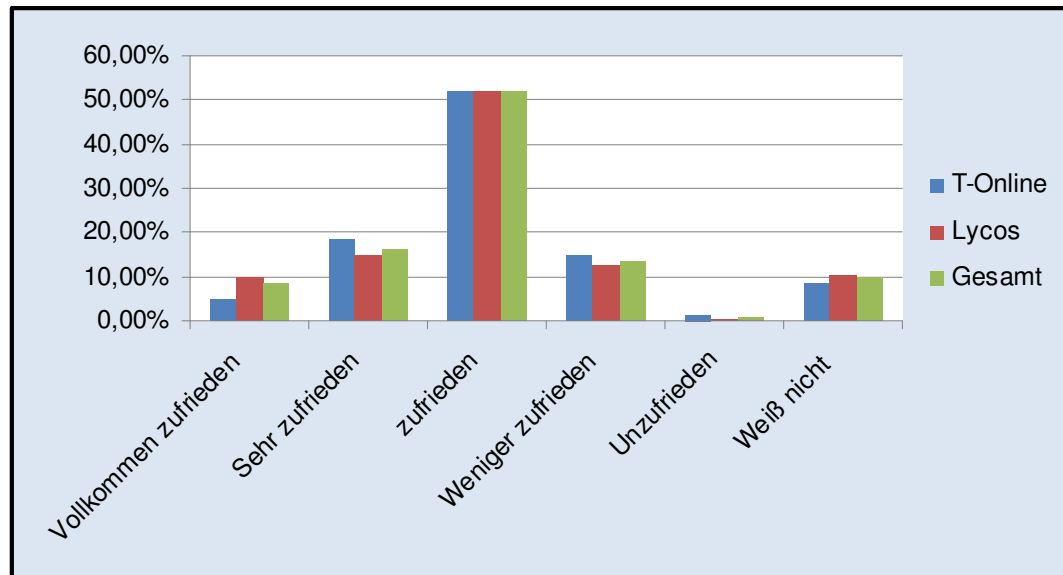


Frage: Wie oft nutzen Sie Frage-/Antwortdienste?

- **Zum Vergleich:** Fast 80 % der Befragten nutzen min. ein Mal pro Woche algorithmenbasierte Suchmaschinen

Stellenwert sozialer Suchdienste in der Praxis

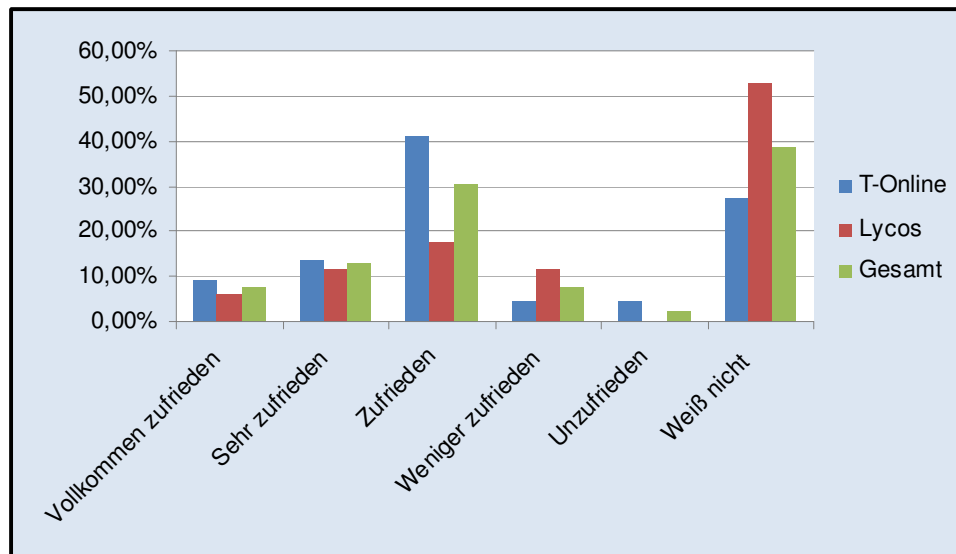
- **Zufriedenheit der Anwender mit sozialen Suchdiensten:**
 - Frage-Antwort-Dienste stoßen grundsätzlich auf Akzeptanz



Frage: Wie zufrieden sind Sie mit den Ergebnissen von Frage-/Antwortdiensten?

Stellenwert sozialer Suchdienste in der Praxis

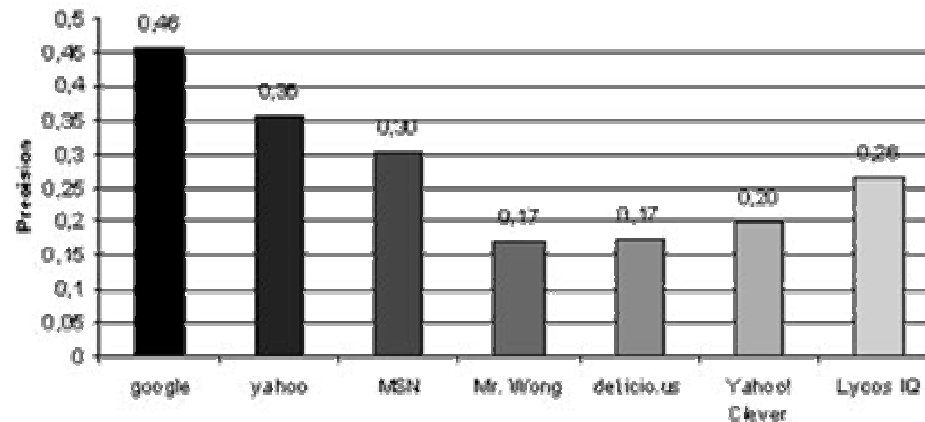
- **Zufriedenheit der Anwender mit sozialen Suchdiensten**
 - Frage-Antwort-Dienste stoßen grundsätzlich auf Akzeptanz
 - Soziale Bookmarksysteme waren nur wenigen Befragten bekannt → hoher Anteil von Anwendern, die keine klare Angabe bezüglich ihrer Zufriedenheit abgeben konnten



Frage: Wie zufrieden sind Sie mit den Ergebnissen von sozialen Bookmarksystemen?

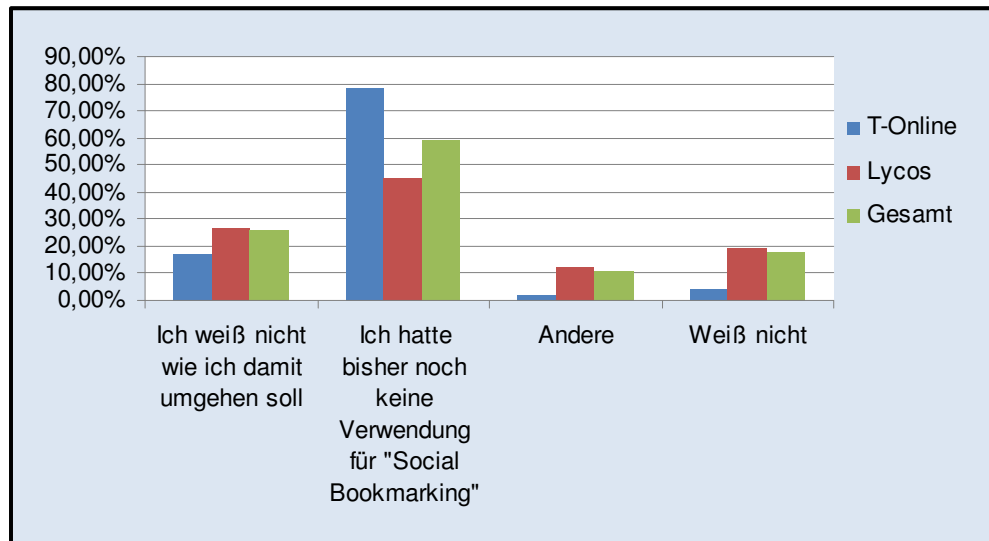
Stellenwert sozialer Suchdienste in der Praxis

- **Zufriedenheit der Anwender mit sozialen Suchdiensten**
 - Frage-Antwort-Dienste stoßen grundsätzlich auf Akzeptanz
 - Soziale Bookmarksysteme waren nur wenigen Befragten bekannt → hoher Anteil von Anwendern, die keine klare Angabe bezüglich ihrer Zufriedenheit abgeben konnten
- **Ergebnisse der Retrievaltests (Auszug)**
 - Frage-Antwort-Dienste schnitten besser als soziale Bookmarksysteme ab
 - Aber: Sie erreichen nicht die Trefferqualität von Google & Co.



Gründe für die Nichtnutzung (Auszug):

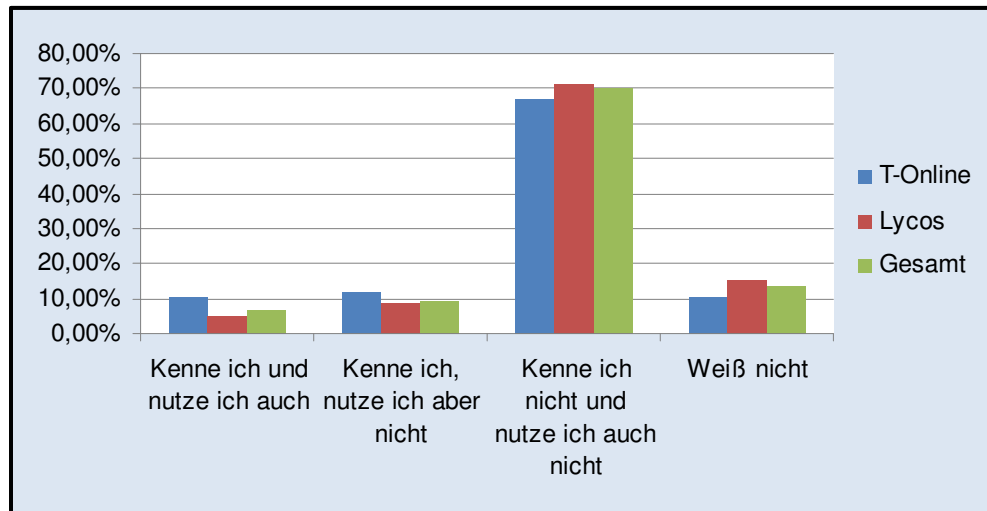
- **Q&A-Dienste:** Antworten passen nicht zu den Fragen (36,11 % der Befragten) und schwer verständliche Antworten (27,7 % der Befragten)
- **Soziale Bookmarksysteme:** Etwa 60 % der Anwender sehen bislang keinen Nutzungsgrund; weiterhin werden tote Links bemängelt



Frage: Warum nutzen Sie keine sozialen Bookmarksysteme?

Probleme sozialer Suchdienste (Auszug):

- **Allgemeines Problem:** Das Konzept des Tagging ist nur wenigen Anwendern bekannt und wird oft nicht verstanden



Frage: Kennen und nutzen Sie „Tagging“?

- **Geringe Akzeptanz zum „tagging“:** 36 % der Befragten – die mit dem Tagging vertraut sind – gaben an, selten oder nie Tags zu vergeben

Fazit

- **Beurteilung sozialer Suchdienste als neuer Suchansatz:**
 - Soziale Suchdienste können derzeit nur bedingt als alternativer Suchansatz angesehen werden
 - Die geringe Antwortqualität behindert eine größere Marktdurchdringung von Frage-Antwort-Diensten
 - Die Bedienung sozialer Suchdienste bereitet Probleme: Bei sozialen Bookmarksystemen blieb für fast 60 % der Befragten unklar, wie sie diese Dienste nutzen sollen
 - Das für soziale Suchdienste essentielle Konzept des „Tagging“ wird nur bedingt verstanden
- **Ausführlicher Projektbericht:** Dirk Lewandowski & Christian Maaß (Hrsg.): Web 2.0-Dienste als Ergänzung zu algorithmenbasierten Suchmaschinen, Berlin 2008

Soziale Suchdienste und Tagging in der Praxis

Status quo und Entwicklungstendenzen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Christian Maaß & Dirk Lewandowski

Lübeck, 8. September 2008
