

Dirk Lewandowski
(Hrsg.)

HANDBUCH INTERNET- SUCHMASCHINEN

Nutzerorientierung in
Wissenschaft und Praxis



HANDBUCH INTERNET-SUCHMASCHINEN

Handbuch Internet-Suchmaschinen

Nutzerorientierung in Wissenschaft und Praxis

Herausgeber

Dirk Lewandowski

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg



Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Verlag

Akademische Verlagsgesellschaft AKA
GmbH
Postfach 103305
69023 Heidelberg
Tel.: 06221 21881
Fax: 06221 167355
info@aka-verlag.de
www.aka-verlag.com

Auslieferung

Herold
Verlagsauslieferung und Logistik GmbH
Raiffeisenallee 10
82041 Oberhaching/München
Fax: 089/6138 7120
herold@herold-va.de

©2009, Akademische Verlagsgesellschaft Aka GmbH, Heidelberg

Das Werk ist in allen seinen Teilen urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ohne ausdrückliche Zustimmung des Verlages ist unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung in und Verarbeitung durch elektronische Systeme.

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-89838-607-4

Vorwort

Dirk Lewandowski
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Fakultät Design, Medien und Information
Department Information
Berliner Tor 5
20099 Hamburg
E-Mail: dirk.lewandowski@haw-hamburg.de.

Das vorliegende Handbuch versucht, eine Lücke zu füllen. Zwar mangelt es nicht an Literatur über Suchmaschinen, jedoch wurde diese verstreut veröffentlicht und man kann sich auch des Eindrucks nicht erwehren, dass die Erkenntnisse der unterschiedlichen Fachcommunities in den jeweils anderen Fächern nicht oder doch zumindest nicht ausreichend wahrgenommen werden. Insofern war es nicht nur der Wunsch des Herausgebers, in einem Band unterschiedliche Perspektiven auf das Thema Suchmaschinen in Form von Überblicksartikeln zusammenzuführen, sondern auch, mit diesem Band den Austausch zwischen den unterschiedlichen Communities zu fördern.

Das gleiche gilt für den Austausch zwischen Wissenschaftlern und Praktikern. In diesem Handbuch kommen also nicht nur Autorinnen und Autoren mit einem Hintergrund in so verschiedenen Fächern wie Informationswissenschaft, Informatik, Betriebswirtschaft, Rechtswissenschaft, Pädagogik, Philosophie und Medienwissenschaft zu Wort, sondern die Beiträge sind sowohl von Wissenschaftlern als auch von Praktikern verfasst worden.

Die Vorgabe für jeden der Artikel war, dass er einen Überblick über das behandelte Themenfeld schaffen und Anknüpfungspunkte für die weitere Beschäftigung mit dem Thema aufzeigen sollte. Eine solche Beschäftigung kann sowohl im Rahmen der Forschung erfolgen, aber auch im Rahmen einer praktischen Umsetzung. Dem Wissenschaftler soll der Stand der Forschung vermittelt werden, dem Praktiker die Grundlage, auf der er ein Produkt aufbauen kann. Dem Information Professional schließlich sollen die Möglichkeiten und Einschränkungen der Suchmaschinen verdeutlicht werden.

Wie der Untertitel des Handbuchs schon verrät, steht bei aller Themenvielfalt ein Aspekt stets im Vordergrund: die Nutzerorientierung. Auf Dauer werden nur Suchmaschinen bestehen können, die sich an ihren Nutzern orientieren und die Suche so anbieten, wie die Nutzer sie wünschen. Dabei bedeutet Nutzerorientierung nicht nur die nutzergerechte Gestaltung von Schnittstellen, sondern bezieht sich auf alle Bereiche der Suchmaschinen.

Ich hoffe, dass dieses Handbuch die Beschäftigung mit Suchmaschinen im deutschen Sprachraum stimulieren und insofern hilfreich sein wird, dass es die Grundlagen für weitere Forschungs- und Entwicklungsarbeiten kompakt darstellt.

Mein Dank gebührt daher in erster Linie den über 20 Autorinnen und Autoren, die sich auf meine Anfrage hin bereit erklärt haben, an dem Handbuch mitzuwirken, oder auf den Call for Papers hin einen Vorschlag eingereicht haben. Die Auswahl der Autoren und die Sicherung der Qualität der Artikel erfolgten über ein mehrstufiges Review-Verfahren. Nicht nur für die guten Beiträge möchte ich mich bedanken, sondern auch für die Disziplin bei der Einhaltung der Einsendetermine, die eine Veröffentlichung zum geplanten Termin möglich gemacht haben.

Doch nicht nur den jetzt vertretenen Autoren möchte ich danken, sondern auch denjenigen, die auf den Call for Papers einen Vorschlag eingereicht haben, der dann schließlich doch nicht berücksichtigt werden konnte. Weiterhin möchte ich meinen beiden Hilfskräften für ihre Assistenz während der Arbeit an diesem Handbuch danken: Rita Strebe, die auch das Register erstellt hat, und Julia Hübner.

Über Rückmeldungen zu diesem Handbuch würde ich mich sehr freuen. Zögern Sie bitte nicht, mich bei Fragen und Anregungen, aber auch bei Kritik zu kontaktieren.

Hamburg, im August 2008

Dirk Lewandowski

Inhaltsverzeichnis

Vorwort <i>Dirk Lewandowski</i>	v
I. Suchmaschinenlandschaft	
Der Markt für Internet-Suchmaschinen <i>Christian Maaß, Andre Skusa, Andreas Heß und Gotthard Pietsch</i>	3
Typologie der Suchdienste im Internet <i>Joachim Griesbaum, Bernard Bekavac und Marc Rittberger</i>	18
Spezialsuchmaschinen <i>Dirk Lewandowski</i>	53
Suchmaschinenmarketing <i>Carsten D. Schultz</i>	70
II. Suchmaschinentechnologie	
Ranking-Verfahren für Web-Suchmaschinen <i>Philipp Dopichaj</i>	101
Programmierschnittstellen der kommerziellen Suchmaschinen <i>Fabio Tosques und Philipp Mayr</i>	116
Personalisierung der Internetsuche – Lösungstechniken und Marktüberblick <i>Kai Riemer und Fabian Brüggemann</i>	148
III. Nutzeraspekte	
Methoden der Erhebung von Nutzerdaten und ihre Anwendung in der Suchmaschinenforschung <i>Nadine Höchstötter</i>	175
Standards der Ergebnispräsentation <i>Dirk Lewandowski und Nadine Höchstötter</i>	204
Universal Search – Kontextuelle Einbindung von Ergebnissen unterschiedlicher Quellen und Auswirkungen auf das User Interface <i>Sonja Quirnbach</i>	220
Visualisierungen bei Internetsuchdiensten <i>Thomas Weinhold, Bernard Bekavac, Sonja Hierl, Sonja Öttl und Josef Herget</i>	249

IV. Recht und Ethik

Datenschutz bei Suchmaschinen	285
<i>Thilo Weichert</i>	
Moral und Suchmaschinen	301
<i>Karsten Weber</i>	

V. Vertikale Suche

Enterprise Search – Suchmaschinen für Inhalte im Unternehmen	329
<i>Julian Bahrs</i>	
Wissenschaftliche Dokumente in Suchmaschinen	356
<i>Dirk Pieper und Sebastian Wolf</i>	
Suchmaschinen für Kinder	375
<i>Maria Zens, Friederike Siller und Otto Vollmers</i>	
Register	403
Autorenverzeichnis	409