

Im Internet suchen und effizienter finden

02.04.2009, 11:43 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Intershop Communications AG*



Intershop und Universität Jena erproben gemeinsam die Einsatzmöglichkeiten der Semantischen Suche

- Umsetzung der Erkenntnisse in Intershop-Software leicht möglich

Jena, 2. April 2009 – In einer gemeinsamen Forschungsarbeit der Friedrich-Schiller-Universität Jena und der Intershop Communications AG wurden Verfahren und Vorgehensweisen untersucht, die die Suche über Suchmaschinen im Internet und die Auffindbarkeit von Produkten aus Online-Shops effizienter gestalten sollen. Erforscht wurde, wie Informationen im Internet aufbereitet und dargestellt werden müssen, damit Suchmaschinen wirklich die erwarteten und für die Nutzer am besten passenden Seiten anzeigen.

Um sich im Internet über gewünschte Produkte zu informieren oder einen passenden Online-Shop zu finden, nutzen Interessenten häufig Suchmaschinen, wie beispielsweise von Google oder Yahoo. Um die Suche weiter zu verbessern und die Trefferquote zu erhöhen, werden die Möglichkeiten der Semantischen Suche erprobt. Hier setzt die Diplomarbeit von Christoph Hartleib an, die von Prof. Dr. Klaus Küspert vom Datenbanklehrstuhl der Friedrich-Schiller-Universität Jena und Peter Hänsgen von Intershop betreut wurde.

In dieser Forschungsarbeit analysierte Hartleib, wie durch das Zuweisen von Bedeutungen (Semantik) zu den Informationen bei der Angebotspräsentation in Online-Shops zielgenauere Suchergebnisse gewonnen werden können. Beispielsweise muss der Preis eines Produktes so ausgezeichnet werden, dass die Suchmaschine erkennt, dass es sich bei diesem Wert tatsächlich um den Preis handelt, in welcher Währung er angegeben ist und ob Rabatte möglich sind. So kann die Suchmaschine diesen Wert richtig interpretieren und verarbeiten. Ähnliches gilt für Produkteigenschaften, Versandkosten, Liefergebiete und alle anderen Informationen, die zu einem Angebot existieren. Reine Angaben auf den Web-Seiten ohne nähere Bedeutungszuweisung sind für die Suchmaschinen oft unverständlich

Als einer der führenden Anbieter von Lösungen für den elektronischen Handel hat Intershop großes Interesse daran, die Auffindbarkeit der angebotenen Produkte stetig zu optimieren, damit Kaufinteressenten tatsächlich das gesuchte Produkt umweglos finden. Die durch die Arbeit gewonnenen Erkenntnisse werden in die Produktentwicklung bei Intershop einfließen.

„Die Unterstützung des Semantic Web durch die Intershop-Software ist leicht möglich. Entsprechende Standards und Lösungsansätze existieren bereits“, fasst Christoph Hartleib zusammen.

Informationen über den Lehrstuhl

Der Lehrstuhl für Datenbanken und Informationssysteme am Institut für Informatik der Friedrich-Schiller-Universität Jena wurde 1995 mit Prof. Dr. Klaus Küspert besetzt.

Im Mittelpunkt der Forschungsarbeiten am Lehrstuhl standen und stehen Themen aus den Gebieten Datenbankadministration, Umgang mit sehr großen Datenbanken (Very Large Databases, VLDB), autonome Funktionalität in Datenbanksystemen (Autonomous Computing, Self-Tuning) sowie verschiedene anwendungsnahe Themen etwa aus den Bereichen datenbankgestützter Produktkonfiguratoren, eCommerce und anderen.

Der Lehrstuhl arbeitet in Lehre und Forschung eng mit der Wirtschaft zusammen, regional und überregional. Seit Einrichtung des Lehrstuhls 1995 wurden insgesamt mehr als 110 Absolventen der Studiengänge Informatik, Wirtschaftsinformatik, Bioinformatik und anderer Studienrichtungen in die IT-Praxis entlassen. 2008 wurde der

Lehrstuhlinhaber von der Zeitschrift "UNICUM Beruf" als Professor des Jahres und Wegbereiter für Karrieren seiner Absolventen ausgezeichnet.

Diese Mitteilung enthält Aussagen über zukünftige Ereignisse bzw. die zukünftige finanzielle und operative Entwicklung von Intershop. Die tatsächlichen Ereignisse und Ergebnisse können von den in diesen zukunftsbezogenen Aussagen dargestellten bzw. von den nach diesen Aussagen zu erwartenden Ergebnissen signifikant abweichen. Risiken und Unsicherheiten, die zu diesen Abweichungen führen können, umfassen unter anderem die begrenzte Dauer der bisherigen Geschäftstätigkeit von Intershop, die geringe Vorhersehbarkeit von Umsätzen und Kosten sowie die möglichen Schwankungen von Umsätzen und Betriebsergebnissen, die erhebliche Abhängigkeit von einzelnen großen Kundenaufträgen, Kundentrends, den Grad des Wettbewerbs, saisonale Schwankungen, Risiken aus elektronischer Sicherheit, mögliche staatliche Regulierung, die allgemeine Wirtschaftslage und die Unsicherheit bezüglich der Freistellung gegenwärtig verfügbungsbeschränkter liquider Mittel.

Lehrstuhl Pressekontakt:
Prof. Dr. Klaus Kuespert

Tel: +49.3641.946360, klaus.kuespert@uni-jena.de, www.informatik.uni-jena.de/dbis/

Intershop Pressekontakt:
Dr. Ute Danz, Unternehmenssprecherin
Tel: +49.3641.50-1000, pr@intershop.de, www.intershop.de/news

Portrait

Informationen über Intershop

Intershop Communications AG (gegründet 1992; Prime Standard: ISH2) ist ein führender Anbieter innovativer und umfassender E-Commerce-Lösungen. Das Unternehmen bietet mit Enfinity Suite 6 eine leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet, alle zugehörigen Dienstleistungen sowie umfassende Online-Marketing-Services an. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Weltweit setzen über 300 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Tchibo, Deutsche Telekom und Quelle. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA und Europa. Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter www.intershop.de.

News-ID: 297530 • Views: 256 (Stand: 02.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:
<https://www.openpr.de/news/297530/Im-Internet-suchen-und-effizienter-finden.html>