

Jörg Eberspächer • Stefan Holtel  
Herausgeber

# Suchen und Finden im Internet

Mit 136 Abbildungen

 Springer

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Begrüßung und Einführung</b>	<b>1</b>
	Prof. Dr. Arnold Picot, Universität München	
<b>2</b>	<b>Interaktive Einleitung: Zur Psychologie des Findens und Verknüpfens</b>	<b>3</b>
	Klaus Marwitz, Institut für Kommunikation und Zeitdesign, Bergheim bei Bonn	
<b>3</b>	<b>Wie Menschen Informationen finden</b>	
<b>3.1</b>	<b>Erkenntnisse aus dem Suchverhalten im Web „Muster in Suchanfragen“</b>	<b>21</b>
	Nadine Schmidt-Mänz, Universität Karlsruhe (TH)	
<b>3.2</b>	<b>Digitales Jagen und Sammeln: Ein kritischer, bedürfnis-semantischer Exkurs aus Nutzersicht</b>	<b>29</b>
	Oliver Gerstheimer, chilli mind GmbH, Kassel	
<b>3.3</b>	<b>Diskussion</b>	<b>41</b>
	Moderation: Stefan Holtel, Vodafone Group R&D .DE, München	
<b>4</b>	<b>Wie arbeiten Suchmaschinen?</b>	
<b>4.1</b>	<b>Search Engine Technologies: Status and Directions</b>	<b>47</b>
	IngVar Aaberg, Fast Search & Transfer ASA, Oslo, Norwegen	
<b>4.2</b>	<b>Integrating Information for Enterprise Search</b>	<b>63</b>
	Dr. Nelson M. Mattos, IBM Information Integration, San Jose, CA	
<b>A3</b>	<b>Diskussion</b>	<b>83</b>
	Moderation: Udo Hertz, IBM Deutschland Entwicklung GmbH, Böblingen	

<b>5</b>	<b>Die Suchmaschine als Geldmaschine</b>	
<b>5.1</b>	<b>Search Engine Marketing: The Next Generation</b>	<b>87</b>
	Hellen K. Omwando, Forrester Research	
<b>5.2</b>	<b>Suchen und Finden als Bindeglied zum Produktportfolio</b>	<b>102</b>
	Volker Gläser, Yahoo! Deutschland GmbH, München	
<b>5.3</b>	<b>Suchen und Finden als Bindeglied zum Produktportfolio</b>	<b>108</b>
	Volker Heise, Infopeople AG, Erlangen	
<b>5.4</b>	<b>Suchmaschinen als Gralshüter</b>	<b>115</b>
	Prof. Dr. Hendrik Speck, Fachhochschule Kaiserslautern	
<b>5.5</b>	<b>Die Produktsuche als Bindeglied zum Produktportfolio</b>	<b>134</b>
	Stefanie Waehlert, T-Online International, Darmstadt	
<b>5.6</b>	<b>Diskussion</b>	<b>138</b>
	Moderation: Prof. Dr. Thomas Hess, Universität München	
<b>6</b>	<b>Die Zukunft der Suchmaschinen</b>	
<b>6.1</b>	<b>Machine Vision Technology</b>	<b>157</b>
	Dr. Hartmut Neven, Neven Vision, Santa Monica, CA	
<b>6.2</b>	<b>Search and Find in Scientific Literature</b>	<b>177</b>
	Richard Charkin, Macmillan Ltd., London	
<b>6.3</b>	<b>Herausforderungen im Umfeld Enterprise Search</b>	<b>181</b>
	Hermann Friedrich, Siemens AG, München	
<b>6.4</b>	<b>Challenges of the Next Years</b>	<b>187</b>
	Bradley Horowitz, Yahoo!, Sunnyvale, CA	
<b>6.5</b>	<b>Zur Bewertung der Qualität von Suchmaschinen</b>	<b>195</b>
	Dr. Dirk Lewandowski, Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf	
<b>6.6</b>	<b>Von Quasi-Monopolen zur Vielfalt</b>	<b>200</b>
	Dr. Wolfgang Sander-Beuermann, Universität Hannover, SuMaeV	
<b>6.7</b>	<b>Aspekte des Datenschutzes und Urheberrechts</b>	<b>207</b>
	Prof. Dr. Marie-Theres Tinnefeld, München	

<b>6.8 Internetmarketing</b>	<b>213</b>
Michael Dieckmann, VIAVIUS, München	
<b>6.9 Diskussion</b>	<b>217</b>
Moderation: Prof. Dr. Jörg Eberspächer, Technische Universität München	
<b>7 Schlusswort</b>	<b>229</b>
Prof. Dr. Arnold Picot, Universität München	
<b>Anhang</b>	<b>231</b>
Liste der Referenten und Moderatoren Programmausschuss	