

CONTENT MANAGEMENT & SEMANTIC WEB



# Vom Suchen zum Finden

Schon mal in Google nach „Golf“ gesucht? Sie erhalten – je nach Tagesverfassung der Suchmaschine – zwischen 300 und 500 Millionen Treffer. Diese sind undifferenziert und für den Benutzer wertlos. Dasselbe Leid erleben tausende von Benutzern tagtäglich: Das ECM-System (Enterprise Content Management, also ein System zur Verwaltung unstrukturierter Inhalte) bietet zwar die Suchmöglichkeit nach Attributen und im Volltext der gespeicherten Inhalte, liefert aber viel zu viele und undifferenzierte Treffer.

**Hoher Aufwand.** Eine Strategie zur Heilung kommt aus dem Bereich Web 2.0 und basiert auf Bildung von Bedeutungs-Netzwerken oder – Bäumen, sogenannten Ontologien oder Taxonomien. Hierbei pflegen die Benutzer

oder Administratoren Beziehungen zwischen Begriffen, zum Beispiel zwischen „Bundeskanzler“ und „Faymann“. Das Problem sind extrem hohe Pflegeaufwände, die sich in der Praxis nicht rechnen. Darüber hinaus können niemals sämtliche Querverbindungen und Beziehungen erfasst werden.

**Flexible Methode.** Abhilfe schaffen hierbei Software-Methoden, die Bedeutungsgehalte der gespeicherten Dokumente und Inhalte automatisch erkennen. Je neutraler diese Verfahren sind, also etwa nicht auf sprachlichen, sondern auf abstrakten, mathematischen Methoden basieren, desto flexibler und besser funktionieren sie. Die Königsdisziplin dabei heißt PLSA – probabilistic latent semantic analysis. Eine Suchanfrage nach „Golf“ in einem

mit PLSA ausgestatteten System „führt“ den Benutzer zu einem Sachverhalt: Golf – das Auto? Golf – die Sportart? Vielleicht der Golf von Mexiko?

**Themen abonnieren.** Ähnlichkeitssuchen sind auf diese Weise ebenso möglich wie beispielsweise das Abonnieren von ganzen Themenkomplexen („benachrichtige mich, wenn es neue Inhalte zu meinem Interessenthema X gibt“).

beigestellt



Markus D. Hartbauer, SER Solutions  
Hartbauer, 34, ist Chief Solutions Architect bei SER Solutions Österr.

POWERED BY EC-AUSTRIA

## IT-Praxis

### Wie Computer lernen, ihre Benutzer zu verstehen

Content Management soll Betrieben jetzt auch auf der inhaltlichen Ebene mehr Marktkraft bescheren. Statt Zeit zu vergeuden durch Fahndung nach im Büroschlingel verstreuten Fakten und Akten, macht Software das Personal via Klick schneller schlauer. Spezialisten suchen dabei nach immer neuen Konzepten und Verbesserungen.

**Strategien optimieren.** Die stetig steigenden multimedialen Infoberge verlangen nach Strategien der Optimierung. Etwa mittels Outsourcing. Für das DIZ – Dokumentations- und Informationszentrum München – lenkt die APA-IT das Wissen in die nötige Richtung. Hier laufen rund 30 Millionen Dokumente jenes Archivdienstleisters und Content-Vermarkters der Süddeutschen Zeitung auf den Servern. Neben der Archivinfrastruktur wird

ebenfalls im Bereich Lektorat kooperiert. Zur Artikelauswahl oder Ergänzung von Inhalten um Metadaten kommt spezielle semantische Technologie zum Einsatz: Ein System für Kategorisierung sowie Beschlagwortung managt die Dokumentenbestände.

**Kernfeatures verwenden.** Suchanwendungen laufen dann unter dem Motto: Trotz riesiger Datenmengen sekundenschnell Ergebnisse erzielen und alle Abläufe beschleunigen. Für webbasiertes Vorgehen werden Kernfeatures

verwendet: Automatische Themengruppen, Einbeziehung von grammatikalischen Abwandlungen des Begriffs, Anzeigen von Treffern im zeitlichen Verlauf sowie weitere individuelle Cluster.

**Präzise Suche.** Große Hoffnungen ruhen künftig also auf dem Web 3.0. Maschinenlesbare Daten ermöglichen präzise Suche nicht nur nach Inhalten, sondern auch nach Zusammenhängen. Computer „verstehen“ ihre Benutzer, Systeme leiten gezielt zu wichtigen Materialien betreffend Produkte oder Dienste. Martin Schevaracz, Leiter Marketing & Vertrieb der APA-IT, sagt dazu: „Semantische Technologien erleichtern zielgenaues Finden von Dokumenten oder Inhalten. Dadurch wird das Content Management vor allem bei Unternehmen mit sehr großen Datenbeständen wesentlich vereinfacht.“

„Semantische Technologien erleichtern zielgenaues Finden von Dokumenten“

Martin Schevaracz  
APA-IT



Mit Hilfe moderner IT-Systeme klappt auch die Suche nach Zeitungsartikeln heute besser – APA-IT ist auf diesem Gebiet federführend

## BUSINESS APPS Anbieter von mobilen Anwendungen weitet Portfolio aus und verstärkt Auslandsaktivitäten mobil-data sieht Android als System der Zukunft

Das Wiener Unternehmen mobil-data, auf die Herstellung mobiler Unternehmensanwendungen (Business Apps) spezialisiert, bietet nun auch Support für Android und Windows Phone 7 an. CTO Peter Lieber nennt die Gründe dafür: „Android hat unter den Betriebssystemen für Smartphones das größte Potenzial, weil es offen ist und viele Endgeräte umfasst.“ Von großer Bedeutung bleibt das iPhone; für das Microsoft-Be-



mobil-data-CTO Peter Lieber: „Aufholjagd von Microsoft“

triebssystem sieht es nach Ansicht von Lieber hingegen weniger gut aus: „Das verliert derzeit massiv an Marktanteilen, Microsoft hat in diesem Bereich zudem ein Imageproblem.“ Und doch dürfe Windows nicht unterschätzt werden – Lieber ist sicher, dass der Konzern nun viel Geld in eine Aufholjagd stecken werde.

mobil-data hat derzeit rund 50 Mitarbeiter, heuer wird der Umsatz knapp drei Millionen

€ betragen. Die Spezialität des 2004 gegründeten Unternehmens sind Lösungen zur mobilen Zeit- und Leistungserfassung – das wurde mit der Übernahme des Zeiterfassungs-Spezialisten Tempore im Sommer des Vorjahres unterstrichen. Lieber: „Wir sehen uns aber nicht als Dienstleister, sondern primär als Anbieter von Produkten.“ So werden etwa Produkte für Partner wie die Mobilkom entwickelt. Neben der Zeiterfassung gibt

es auch Produkte für die Einsatzplanung sowie branchenspezifische Lösungen, etwa zu CRM (Kundenbeziehungsmanagement).

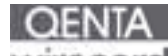
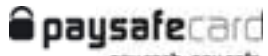
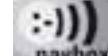
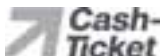
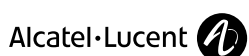
**Expansion im Ausland** Nun widmet sich mobil-data der Expansion ins Ausland, unter anderem haben Lieber und CEO Thomas Gruber Irland, Kroatien und die Schweiz im Visier. Technisch ist das kein Problem, es geht eher um die Abstimmung mit den gesetz-

lichen Rahmenbedingungen, speziell was die Möglichkeiten zur Zeiterfassung betrifft. „Am wichtigsten ist aber in allen Ländern der Spagat zwischen hochkomplexen Smartphones und Anwendungen, die einfach zu bedienen sind“, sagt Lieber. (rp)

Redaktion: Robert Prazak  
Fragen, Reaktionen und Anregungen bitte per E-Mail an:

robert.prazak@wirtschaftsblatt.at

1999 | 2010 11 Jahre economyaustria.at



Die Seite IT-Business erscheint mit finanzieller Unterstützung durch die Plattform economyaustria. Die inhaltliche Verantwortung liegt beim WirtschaftsBlatt.

Info unter: <http://economyaustria.at>