Universität der Bundeswehr München

Pressemitteilung

Neue Technologie erlaubt genauen Produktvergleich im gesamten Web

Internet wird sich grundlegend verändern

Neubiberg, 11. November 2009

Professor Martin Hepp von der Universität der Bundeswehr München hat eine richtungweisende technische Lösung entwickelt, mit der die Suche nach Produkten und Dienstleistungen im Internet präziser und einfacher wird. Die Suchmaschine Yahoo hat die neue Technologie „GoodRelations“ bereits integriert, auch die Verantwortlichen von Google sind interessiert. Der neue Ansatz ist für jede Webseite kostenlos nutzbar und wird E-Commerce im Internet in den nächsten Monaten für Firmen und private Käufer revolutionieren.

Obwohl das World Wide Web eine Erfolgsgeschichte ist, sind User mit der Technologie oft nicht zufrieden. Zum Beispiel können sie bis heute die Produkte mehrerer Hersteller nicht bequem vergleichen oder die technischen Daten von den Webseiten der Hersteller mit entsprechenden Angeboten auf eBay automatisch verknüpfen. Als Folge müssen die User viele Webseiten durchforsten, um zum Beispiel herauszufinden, welcher tragbare Computer unter 300 Euro die längste Akkulaufzeit bietet.

Zusatzdaten für Computer in Webseiten verpacken
Seit 2000 forscht Prof. Martin Hepp daran, wie man die Suche nach Produkten und Dienstleistungen über das WWW verbessern kann – und wie Händler die Produktbeschreibungen ohne Abtippen für ihre eigenen Computersysteme direkt aus den Webseiten der Hersteller übernehmen können. Die Lösung ist ebenso einfach wie wirkungsvoll: Eine normale Webseite beschreibt nur, wie diese im Browser angezeigt werden soll. Mit der „GoodRelations“-Technologie von Prof. Hepp kann jeder Betreiber seine Webseiten mit kleinen Datenpaketen anreichern, die Preise, Zahlarten, Öffnungszeiten und Verknüpfungen zu den technischen Daten der Hersteller enthalten. Diese Datenpakete kann eine Suchmaschine oder ein intelligenter Browser verwenden, um den Anwender bei seinen Aufgaben viel umfassender zu unterstützen.

Für jedes Angebot im Web: Vom Restaurant zum Schraubenhersteller
So kann man leicht herausfinden, welcher Baumarkt in der Nähe Samstags bis 20 Uhr geöffnet hat oder welches China-Restaurant eine bestimmte Kreditkarte

akzeptiert. Webshops können jeden einzelnen Artikel mit wenig Aufwand so beschreiben, dass er bei einer präzisen Suche nach bestimmten Kriterien gefunden wird. Anders als bei bisherigen Ansätzen funktioniert diese Suche nach genauen Parametern nicht nur innerhalb der Seiten eines bestimmten Anbieters, sondern *über das* gesamte Internet hinweg. Momentan kann man entweder sehr präzise suchen, wenn man innerhalb der Webseiten eines Anbieters bleibt – oder einen Preisvergleich anstellen, wenn man die Suche auf genau einen Artikel beschränkt.

Im Ergebnis profitieren beide Seiten. Kunden finden Angebote, die genau ihren Wünschen entsprechen – und Anbieter werden mit den individuellen Stärken sichtbar, weil nicht nur nach dem günstigsten Preis gesucht wird.

Yahoo und BestBuy.com nutzen GoodRelations-Technologie bereits
In den letzten zwei Jahren hat Prof. Hepp mit seinem Team intensiv daran gearbeitet, die Idee von der grundlegenden Forschung bis zur praktischen Einsetzbarkeit zu forcieren. So setzt die amerikanische Suchmaschine Yahoo GoodRelations als Schlüsselkomponente ihrer E-Commerce-Dienste bereits ein. Jede Webseite auf der Welt kann mit GoodRelations-Datenpaketen dafür sorgen, dass sie bei den Yahoo-Suchergebnissen mit Preisen und Bildern angezeigt wird. Auch BestBuy Inc., der größte Anbieter von Elektronikprodukten in den USA, veröffentlicht seinen gesamten Katalog inzwischen alle 24 Stunden in Form von GoodRelations. Mit den Entwicklern der Suchmaschine Google gibt es ebenfalls intensive Gespräche. „Es wird in kürzester Zeit zum Standard gehören, zumindest die wichtigsten Informationen wie Kontaktdaten, Adressen, Öffnungszeiten, eine Textbeschreibung des Produktes und eine Kodierung der Bezahl- und Lieferarten mit GoodRelations im Web zu veröffentlichen“, prognostiziert Prof. Hepp von der Universität der Bundeswehr München.

Vorteile für Unternehmen
Jedes Unternehmen, das seine Kontaktdaten, Angebote oder Produkteigenschaften im Web bereitstellt, kann mit GoodRelations die Sichtbarkeit für potentielle Kunden steigern. Dabei ist die Technologie frei und ohne Kosten verfügbar. Als sofortiger Nutzen erscheint danach jedes einzelne Produkt mit Preis und Bild bei Yahoo. Zusätzlich entstehen gerade zahlreiche Mehrwertdienste für die intelligente Produktsuche in einzelnen Branchen.

Einstieg in die Technologie kostet nur 30 Minuten
Seit kurzem ist es ein Kinderspiel, das eigene Unternehmen mit GoodRelations besser zu präsentieren. Prof. Hepp und seine Mitarbeiter Andreas Radinger und Andreas Wechselberger haben eine Webseite „GoodRelations Annotator“ entwickelt, auf der man einfach die wichtigsten Informationen in ein Formular einträgt. Nach wenigen Sekunden erhält man eine kompaktes Datenpaket im GoodRelations-Format zurück, das einfach in die Webseite der Firma kopiert wird. In weniger als 30 Minuten ist damit alles Nötige getan. Für Webshop-Software

gibt es ferner fertige Erweiterungen, die den gesamten Katalog automatisch ins GoodRelations-Formular umwandeln und veröffentlichen.

Informationen über GoodRelations erhalten Sie unter:

http://www.ebusiness-unibw.org/wiki/GoodRelations

Die Webseite „GoodRelations Annotator“ finden Sie unter

http://www.ebusiness-unibw.org/tools/goodrelations-annotator/

Weitere Informationen erhalten Sie bei:
Michael Brauns
Pressesprecher
Tel.: 089/6004-2004
E-Mail: michael.brauns@unibw.de