

Presseinformation

19. März 2010

Erfolgreicher SNML Talk: Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit durch Empfehlungssysteme im Web

Salzburg. Die bereits vierte Veranstaltung der SNML-Talkreihe über Social Software-Anwendungspotenziale stand am 18. März 2010 ganz unter dem Motto „Empfehlungssysteme im Web entwickeln und von ihnen profitieren“. Wissenschaftler und Experten der Wirtschaft gaben den zahlreichen Teilnehmern praxisnahe Einblicke zu den theoretischen Hintergründen von Empfehlungssystemen im Web, zu semantischen Empfehlungen im Vertrieb von Musik und Kabarett-Kulturgut, in Nachrichtenplattformen sowie zu den Möglichkeiten der Kundenbindung.

Die breite Verfügbarkeit und das enorme Informationsangebot des Internet verändert unsere private als auch berufliche Kommunikation und greift entscheidend in bisherige Arbeitsprozesse ein. Soziale Medien und sogenannte Social Software wie Wikis, Blogs, Facebook, Empfehlungssysteme etc. führen zu neuen Kommunikations- und Distributionswegen.

Neue Wege gehen - Wirtschaftlicher Erfolg durch Empfehlungssysteme

So gestaltet sich oftmals die Recherche nach geeigneten Produkten und Dienstleistungen im Internet aufgrund des Überangebots an Information für viele Nutzer und potentielle Kunden immer mehr zu einem Suchen nach der berühmten Nadel im Heuhaufen. "Kunden, die diesen Artikel gekauft haben, kauften auch ..." - Empfehlungen im Web bringen sowohl für Nutzer als auch für Anbieter von Produkten und Dienstleistungen im Internet große Vorteile und sichern entscheidende Wettbewerbsvorteile. „Einerseits fühlt sich der Nutzer als Kunde gut beraten, und andererseits steigern Unternehmen die Attraktivität Ihres Internet-Auftritts und erhöhen dadurch die Kundenbindung“, betonte DI Georg Güntner, Kompetenzzentrenleiter des Salzburg NewMediaLab (SNML) die Vorteile eines gut durchdachten und kreativ umgesetzten Empfehlungssystems für Kunden und Anbieter. Im Anschluss informierten namhafte Experten und gaben praktische Tipps für die Umsetzung.

Ansätze und Einsatzgebiete von Empfehlungssystemen im Web

Dr. Sandra Schaffert, Studienleiterin bei Salzburg Research, eröffnete den Talk und

präsentierte Ergebnisse der so eben am SNML veröffentlichten Studie (Social Media Band 3). Sie verwies auf vielversprechende praxisorientierte Ansätze und die unterschiedlichsten Einsatzgebiete von Empfehlungssystemen.

„Neben klassischen Produktempfehlungen wie Reiseroutenempfehlungen, Lernempfehlungen und Buchtipps wird beispielsweise auch bei der Partnersuche mit Empfehlungssystemen gearbeitet“, stellt Dr. Schaffert das breite Einsatzgebiet von Empfehlungen vor. Anhand ausgewählter Beispiele von aktuellen und sehr gut umgesetzten Beispielen, wie Biomedexperts, Elite Partners u.v.m. fasste sie hilfreiche Tipps für die Entwicklung solcher Systeme für die Teilnehmer zusammen.

„Jeder der sich im Netz bewegt, hat mit Empfehlungssystemen zu tun, sei es im Onlinekauf oder bei Social Media Plattformen, die potentielle Freunde vorschlagen. Empfehlungen sollten darüber hinaus korrekt sein, also gut auf den User passen. Wer den 3. Teil der Harry Potter – Bücher mag, benötigt keine Empfehlung für Teil 1 und Teil 2. Empfehlungssysteme sollten also auch neuartige Empfehlungen geben“, so Schaffert abschließend.

Erfolgreicher Einsatz von Empfehlungssystemen in der Wirtschaft

Im Anschluss präsentierten namhafte Experten aus unterschiedlichen Branchen erfolgreiche Realisierungen und gaben Einblick in ihre Erfahrungen mit Empfehlungssystemen.

Emotionale Suche und Empfehlungen im Vertrieb von Musik und Kabarett-Kulturgut

So begeisterte Dr. Christoph Ferch, früherer Geschäftsführer von Preiser Records und jetziger Berater des Unternehmens mit spannenden Einblicken ins Musikbusiness, „Im Internet findet man heute geschätzte zwanzig Mio. Musik-Titel. Die bisherigen Einteilungen nach Titel, Komponist, Interpret, Genre und Release-Datum reichen bei weitem nicht aus, um Musik einfach zu finden“, stellt Dr. Christoph Ferch die aktuelle Situation im Vertrieb von Musik und Kabarett-Kulturgut dar.

„Dies gilt vor allem für gute, noch wenig bis unbekannte Musik, bei der dem Interessenten weder Titel, Interpret noch andere Details bekannt sind“, so Ferch weiter. Um zukünftig diese Titel für potentielle Käufer leichter ausfindig zu machen, entwickelte Preiser Records (www.preiserrecords.at) eine emotionale Suchfunktion, die mittlerweile sehr erfolgreich als Unterstützung im Online-Verkauf genutzt wird.

Empfehlungs- und Personalisierungs-Ansätze in Nachrichtenplattformen

Soziale Medien, wie Twitter, Blogs, Facebook, etc. verändern die herkömmliche Medienlandschaft. Die neue Leserschaft informiert sich über webbasierte soziale Netzwerke

und individualisiert ihre News über das Internet. Viele internationale Verlage kämpfen so um jeden Leser, müssen mit sinkenden Anzeigen ihre Produktion finanzieren und schlittern durch die wirtschaftlich schwierige Situation oftmals in den Konkurs. All dies verändert den oftmals uneingeschränkten Zugang zu Informationen im Internet. „Es scheint so, als würden Verlage so genannte Paywalls installieren, die das Angebot online nicht mehr frei zur Verfügung stellen“, sieht Dr. Michael Pistauer, Mitbegründer und Geschäftsführer der SNews GmbH mit dieser Entwicklung bereits das Ende des freien Informationszugangs im Internet eingeläutet. Er betonte den Paradigmenwechsel vom Sender-orientierten zum Empfänger-orientierten Informationsangebot und skizzierte die Vision einer personalisierten Zeitung.

Online-Kundenbindung mit semantischen Empfehlungsdiensten

Semantische Empfehlungssysteme tragen erheblich zu einer verbesserten Kundenbindung bei. Die Möglichkeit der maßgeschneiderten Information bietet Unternehmen die Steigerung ihrer Servicekomponente, Kunden erhalten einfach und flexibel individuell abgestimmte Angebote und erhöhen so ihre Kaufkraft. „Der Einsatz semantischer Empfehlungsdienste erlaubt Unternehmen in unterschiedlichen Branchen eine Steigerung der Performance ihrer Web-Portale. Eine besondere Rolle kommt dabei dem Angebot dynamischer Navigationsstrukturen zu“, so der geschäftsführende Gesellschafter der moresophy GmbH, Dr. Heiko Beier. Anhand von Fallbeispielen wie z.B. dem Internet-Portal der Deutschen Telekom beschrieb Beier die Funktionsweise und der Nutzen inhaltsbasierter Verfahren zur Steuerung von Inhalten im Vergleich zu herkömmlichen Methoden der Organisation von Online-Content.

Bildmaterial:

© Salzburg Research
Abdruck Honorarfrei

snmltalk.jpg: Die Vortragenden des SNML-Talks am 18. März 2010 im bfi Salzburg (v.l.n.r.): Dr. Heiko Beier (moresophy GmbH), Dr. Michael Pistauer (SNews GmbH), Dr. Sandra Schaffert (Salzburg Research), Dr. Christoph Ferch (Preiser Records GmbH) und DI Georg Güntner (Salzburg NewMediaLab)

Rückfragehinweis

Mag. Dr. Margit Greisberger
Leitung Communications | Public Relations
Salzburg Research Forschungsgesellschaft m.b.H.
Jakob-Haringer-Strasse 5/3, 5020 Salzburg, Austria
T +43.662.2288-242
F +43.662.2288-222
Mobil: +43.664.8142004
<http://www.salzburgresearch.at>