

Inhalt

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

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

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