

# „Wir brauchen tausend Suchmaschinen!“

**Professor Dirk Lewandowski, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, und b.i.t.online im Gespräch zum Thema Suchmaschinen. Grundlage und Anlass ist das von ihm herausgegebene Handbuch Internet-Suchmaschinen 3 – Suchmaschinen zwischen Technik und Gesellschaft.**

*Herr Professor Lewandowski, Sie haben inzwischen den 3. Band Ihres Handbuchs Internet-Suchmaschinen herausgegeben. Warum sollen wir dieses Buch lesen?*

» LEWANDOWSKI ◀ Wenn Sie selbst mit Suchsystemen zu tun haben, sollten Sie wissen, was die großen Suchmaschinen so treiben. Alle wesentlichen Entwicklungen im Bereich Suche, die wir in den letzten Jahren gesehen haben, sind von Google, Bing und Yahoo ausgegangen. Und da die Nutzer – und wir alle – Suchmaschinen jeden Tag benutzen, prägen diese unsere Erwartungen an Suchsysteme, und sie beeinflussen natürlich auch unser Rechercheverhalten. Da spielt es keine Rolle, ob es sich um eine Suchmaschine, einen Online-Shop oder einen Bibliothekskatalog handelt: Wir erwarten, dass wir ohne viel Aufwand zu den für uns besten Ergebnissen kommen.

Das Handbuch versucht ja gerade, aktuelle Entwicklungen aufzuzeigen und verständlich zu erklären. Die Autoren sind angehalten, auf jeweils etwa 30 Seiten einem Thema aus dem Bereich Suche auf den Grund zu gehen; und zwar so, dass der Leser hinterher weiß, wie er das Gelernte für eigene Anwendungen umsetzen kann oder wie er sonst auf die Entwicklungen reagieren kann.

*Wenn man heute an Suchmaschinen denkt, denkt nicht nur jeder an Google, sondern die Nutzungsanalysen zeigen, dass nahezu keine andere Suchmaschine eingesetzt wird. Worauf ist das zurückzuführen?*

» LEWANDOWSKI ◀ Zum einen hat sich Google „damals“ einen entscheidenden Startvorteil verschafft: Am Anfang konnte man im direkten Vergleich wirklich sehen, dass die Ergebnisse von Google besser waren als die der anderen Suchmaschinen. Dazu kam die schlichte Benutzerschnittstelle und später der Ausbau der Suchmaschine auf immer weitere Bereiche.

Heute sind diese Vorteile keine Alleinstellungsmerkmale von Google mehr. Wir haben in einer Studie – zu unserer Überraschung – festgestellt,



*Prof. Dirk Lewandowski*

dass es keine gravierenden Unterschiede in der Qualität der Suchergebnisse von Google und Bing mehr gibt. Ich würde auch aus diesem Grund die Dominanz von Google inzwischen vor allem auf Gewöhnung und Markeneffekte zurückführen.

*Wer braucht neben Google noch andere Suchmaschinen?*

» LEWANDOWSKI ◀ Wir alle. Denn es ist doch höchst bedenklich, wenn wir alle die gleichen Ergebnisse vorgesetzt bekommen. Ich denke, dass man das nur so lange in Ordnung findet, wie man dem Missverständnis aufsitzt, dass es so etwas wie „richtige Ergebnisse“ zu einer Suchanfrage gibt. Das gilt

aber nur für navigationsorientierte Suchanfragen, also solche Anfragen, bei denen man eine bestimmte Website finden will. Wenn man dagegen informationsorientiert sucht, sich also zu einem Thema ein Bild machen möchte, dann gibt es in der Regel viele „richtige“, also relevante Suchergebnisse – meist sogar mehr, als man bereit ist durchzusehen. Dann kommt es aber auf die Reihung der Ergebnisse an: Und hier kann uns jede Suchmaschine mit ihrem Ranking eine eigene Sicht auf die Welt geben. Und es wäre doch schade, wenn wir nur noch eine Sicht auf diese Welt hätten.

*Der Zukunftsforscher Professor Gunter Dueck, meint, dass im digitalen Zeitalter ein einziges System ausreichend sei. Warum also nicht auch bei Suchmaschinen?*

» LEWANDOWSKI ◀ Man darf hier die Effekte nicht mit dem verwechseln, was man als wünschenswert ansieht.

Natürlich gibt es Effekte, die dazu führen, dass in digitalen Umgebungen oft alles auf ein System hinausläuft. Und man kann natürlich diskutieren, ob es schlimm ist, wenn alle nur noch bei einem Händler kaufen oder sich in einem sozialen Netzwerk austauschen.

Der Bereich Suche ist aus meiner Sicht aber sensibler: Hier geht es schließlich darum, welche Informationen wir aufnehmen, um uns zu vielfältigen Themen eine Meinung zu bilden. Insofern müssen wir uns als Gesellschaft fragen, ob wir die Informationssuche tatsächlich in die Hände eines einzigen Unternehmens geben wollen, das ja auch bei der Anzeige der Suchergebnisse eigene kommerzielle Interessen verfolgt. Aber hier hat die Diskussion ja noch kaum begonnen.

*Vor wenigen Tagen schrieb der Vorstandsvorsitzende der Axel Springer AG Mathias Döpfner in der FAZ eine Entgegnung zum Beitrag des Vorstandssprechers von Google, Eric Schmidt. Dabei sprach er von seiner Angst vor Google und der Abhängigkeit ganzer Wirtschaftssysteme von dieser Suchmaschine. Teilen Sie diese Furcht?*

» LEWANDOWSKI ◀ Ich weiß nicht, ob ich von Furcht sprechen würde. Aber die Abhängigkeit besteht tatsächlich: Wenn Sie im Digitalen ein Unternehmen – oder auch eine Bibliothek – betreiben, müssen Sie zwangsläufig dafür sorgen, dass Sie Kunden über Google gewinnen. Und oft liegt der Anteil der Besucher von Webseiten, die über Google kommen, bei mehr als zwei Dritteln. Stellen Sie sich nun vor, Google rankt Ihre Seiten nicht mehr

so wie bisher: Unter Umständen verlieren Sie dann von einem Tag auf den anderen einen Großteil ihrer Kunden. Dass das für Unternehmen gefährlich ist, kann ich schon verstehen.

*Wenn die Monopolisierung von Suchmaschinen so gefährlich ist, was kann man aus Ihrer Sicht dagegen tun und wer kann es?*

» LEWANDOWSKI ◀ Man hat ja lange über die Etablierung alternativer Suchmaschinen nachgedacht. Auf der einen Seite gab es da den Ruf nach dem Staat, auf der anderen Seite hat man auf den Wettbewerb gesetzt.

Den ersten Weg allerdings sehe ich als nicht gangbar an, da selbst, wenn durch staatliche Förderung eine tolle Suchmaschine entstehen würde, das noch lange keine Garantie dafür wäre, dass diese auch genutzt wird. Und das kann mit ganz anderen Faktoren als der Suche zu tun haben, beispielsweise einem verfehlten Marketing oder einer schlechten Benutzerschnittstelle.

Auch der Markt hat das Suchmaschinenproblem nicht gelöst, und ich glaube auch nicht, dass er es in Zukunft lösen wird. Selbst wenn es Microsoft mit Bing gelingen würde, nennenswerte Marktanteile zu gewinnen, was würde es nützen? Wir hätten dann eben nicht eine, sondern zwei Suchmaschinen, zwischen denen wir wählen könnten. Was wir aber brauchen, sind tausend Suchmaschinen! Damit meine ich, dass wir die Suchmaschinenlandschaft so fördern müssen, dass das grundlegende Problem, das jeder hat, der eine Suchmaschine aufbauen möchte, gelöst wird. Und dieses Problem ist der Index, also die den Suchmaschinen zugrunde liegende Datenbank mit den Webseiten. Der Aufbau eines solchen Index mit vielen Milliarden Dokumenten ist sehr komplex und vor allem sehr teuer. Hier muss aus meiner Sicht staatliche Förderung ansetzen: Wir brauchen einen freien Web-Index, auf den jeder zu fairen Konditionen zugreifen kann.

*Wie gut werden Suchmaschinen in Zukunft sein können? Werden sie den intellektuellen Anteil am Suchvorgang ganz ersetzen können?*

» LEWANDOWSKI ◀ Es ist schon der Trend zu sehen, dass in vielen Fällen die Eingabe der Suchanfrage wegfallen wird. Nehmen Sie Google Now als Beispiel: Hier werden aus all den Daten, die Sie in Google-Diensten generieren, automatisch Suchanfragen erstellt. So kann das System Ihnen empfehlen, um welche Zeit Sie von zu Hause aus zur Arbeit aufbrechen sollten, da es weiß, wann Sie

normalerweise bei der Arbeit eintreffen, aber auch die aktuelle Verkehrslage kennt. Aber das ist nur ein Beispiel von vielen.

Wenn wir aber von den Suchen sprechen, bei denen es tatsächlich darum geht, Antworten auf komplexe Fragen zu finden, bei denen es darum geht, sich ein umfassendes Bild zu einem Thema zu machen, dann werden wir auch weiterhin unsere intellektuellen Fähigkeiten brauchen, und zwar sowohl inhaltlich als auch in Hinblick auf unsere Recherchekenntnisse. Da müssen wir endlich Informationskompetenz im Sinne von Suchmaschinenkompetenz unterrichten.

*Wie werden die Suchmaschinen der Zukunft aussehen? Was werden diese besser können als Google?*

» LEWANDOWSKI ◀ Suchmaschinen werden sich von dem nüchtern betrachtet doch recht komischen Ansatz, auf eine Frage hin eine Menge von Dokumenten auszugeben, entfernen. Natürlich wird es auch weiterhin viele Suchanfragen geben, zu denen eine solche Dokumentenliste sinnvoll ist, letztlich möchten die Nutzer aber in den meisten Fällen Antworten, und keine Dokumente.

Die automatische Interpretation der Dokumente und der Suchanfragen ist mittlerweile so weit fortgeschritten, dass sich die Generierung von sinnvollen Antworten in vielen Fällen realisieren ließe. Dem entgegen steht aber unter anderem das Geschäftsmodell der Suchmaschinen und der sie „beliefernden“ Inhaltenanbieter. Google verdient Geld mit Anzeigen auf den Suchergebnisseiten; die Inhaltenanbieter können wiederum über Anzeigen, die sie den durch die Suchmaschinen vermittelten Nutzern anzeigen, verdienen. Wenn nun keine Weiterleitung mehr erfolgen würde, dann wäre auch diese Verdienstmöglichkeit hinfällig. Und welcher (kommerzielle) Inhaltenanbieter würde seine Inhalte dann noch für die Suchmaschinen freigeben?

Was wir also bräuchten, wäre eine Beschreibungssprache für die Abrechnung von Informationsschnipseln. Dies würde Suchmaschinen ermöglichen, die nicht nur unsere „Suchanfragen“ schon voraussehen, sondern uns tatsächlich Antworten geben könnten, ohne dass in der Suche die eine Partei die andere ausnutzt.

*Herr Professor Lewandowski, herzlichen Dank für dieses Interview.*

# DEMCO®

IHR SPEZIALIST FÜR BIBLIOTHEKEN, MEDIENZENTREN UND SCHULEN

Über 200 neue  
Produkte in unserem  
neuen Katalog 2014.



NEU



NEU



NEU



NEU



NEU



NEU



NEU



NEU



NEU



NEU



NEU



NEU