

13. Januar 2006, Neue Zürcher Zeitung

## **Globale Suchmaschinen entdecken das Dorf**

### **Geodaten und Stadtpläne als Startpunkt der Informationssuche**

**Die Verknüpfung von Karten, Luftbildern und lokalen Informationen eröffnet im Internet neue Perspektiven. Google, Microsoft, Yahoo und Amazon treiben entsprechende Projekte voran, doch die Schweizer Suchmaschine Search.ch ist den Grossen einen Schritt voraus.**

set. Der Mensch mag noch so virtuell verlinkt und mit aller Welt vernetzt sein, er steht mit beiden Füßen auf dem Boden, kauft um die Ecke seine Lebensmittel, geht mit Freunden ins Kino, trifft Geschäftspartner im Restaurant und fährt mit dem Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln nach Hause. Ein grosser Teil seiner täglichen Entscheidungen hat einen Bezug zum lokalen Lebensraum. Diese banale Erkenntnis ist die treibende Kraft hinter den Aktivitäten der Suchmaschinen, die nach der Globalisierung der Information das Dorf entdeckt haben. Unter dem Schlagwort Local Search laufen mehrere Projekte im Testbetrieb wie Google Maps, Microsoft Live Local, Yahoo Local oder Maps von Amazons Suchmaschine A9.com. In der Schweiz ist die der Post gehörende Internetfirma Search.ch mit Map.Search.ch mit dabei. Die Betriebsamkeit hat einen guten Grund: Das Potenzial an Werbekunden im lokalen Umfeld ist riesig - ein Geschäft, das bisher die Anbieter von Branchentelefonbüchern und die Presse kontrolliert haben.

### **Vogel- und Fussgängerperspektiven**

Dass diese meist kostenlos verteilten Verzeichnisse von der Entwicklung überholt werden, zeigt eine Schnuppertour auf elektronischen Konkurrenzplattformen. Diese betten Adressen und Informationen von allgemein interessierenden Einrichtungen und Dienstleistern von der Apotheke bis zum Zoo in interaktive Karten und Stadtpläne ein, die sich auch mit Luftbild- und Satellitenaufnahmen ergänzen lassen. Letztere haben beim Betrachter einen emotionalen Effekt, ist Samuel Widmann, CEO von Endoxon, überzeugt. Die in Luzern domizilierte Firma gilt international als Spezialistin für die Aufbereitung von Kartenmaterial, Fotos und Geodaten.

Der Erfolg der Google-Anwendungen Maps sowie Earth geben Widmann Recht. Über Fotoaufnahmen, auf denen Autos und selbst Fussgänger zu unterscheiden sind, kann der Betrachter über Städte und Landschaften kurven. Nebst dem Spass beim Erkundungsflug aus der Vogelperspektive können sich viele Anwender mit Hilfe von Fotos besser orientieren als über Stadtpläne. Die Strassenkarten lassen sich als weitere Information zuschalten. Noch vor den grossen Anbietern aus den USA brachte Search.ch in Kooperation mit Endoxon erstmals mit Geodaten ergänzte Luftbilder der ganzen Schweiz ins Netz.

Während Google auf gekaufte Satellitenaufnahmen zurückgreift, setzt Endoxon Flugaufnahmen ein, welche eine bessere Auflösung bieten. Auch Microsoft hat Kleinflugzeuge im Einsatz, welche zurzeit die USA ablichten. Auf dem Boden bleibt A9.com: Die Suchmaschine bietet einen virtuellen Stadtrundgang aus der Perspektive des Fussgängers. Hierzu filmen mit Videokameras und GPS-Empfängern ausgerüstete Fahrzeuge ganze Strassenzüge ab. Sucht man in einem Quartier etwa einen Optiker oder ein China-Restaurant, zeigt die Suchmaschine deren Standort und Telefonnummer samt der fotografierten Umgebung an. Firmen können kostenlos eigene Daten auf der Website von A9.com anzeigen lassen oder sich wie bei Yahoos Local Search gegen Gebühren prominenter präsentieren.

Hier orten die Suchmaschinenbetreiber denn auch eine Goldgrube. Das Kleingewerbe hat zwar nur ein bescheidenes Marketingbudget, doch kann sich das Geschäft dank der Masse der Kleininserate als lukrativ erweisen. Davon ist Dorian Selz, CEO von Local.ch, überzeugt. Dieses Gemeinschaftsprojekt der PubliGroupe-Tochter Publidirect und der Swisscom Directories will im Frühling als Suchportal an

den Start gehen. Auch Local.ch ist als kartographische Plattform geplant, deren Informationsbasis sich unter anderem auf die Daten von über 100 lokalen Telefonbüchern und Gelbe-Seiten-Verzeichnissen stützt.

## Übersicht statt langer Listen

Der Service Map.Search.ch zeigt die Vorzüge der lokal fokussierten gegenüber der textbasierten Suche. «Wenn man bei Google die Begriffe Luzern und Hotel eingibt, findet man eine halbe Million Treffer» bringt Samuel Widmann die Schwäche klassischer Suchmaschinen auf den Punkt. Ein Besucher seiner Firma wolle keine Liste aller Häuser, sondern ein nah gelegenes Hotel. Auf Map.Search wird ihm jedes Hotel in der Umgebung angezeigt; rollt er mit der Maus über das Symbol, erhält er die Adresse und Telefonnummer dazu. Noch weiter gehen interaktive Informationen in Echtzeit: Beim Kultur- und Kongresszentrum KKL in Luzern beispielsweise lässt sich über das Symbol des Parkhauses die Zahl der zur Zeit freien Parkplätze abrufen; fährt man mit der Maus über das Webcam-Symbol am See, springt ein Fenster mit dem entsprechenden Bild auf, und der Klick auf die Schiffstation oder Bushaltestelle zeigt die nächsten Verbindungen an.

Die ortsbezogene Suche liefert alle Informationen in einem Fenster, für deren Beschaffung man bei einer Suchmaschine viele Websites abklappern müsste. Das Potenzial der raumbezogenen Suche zeigt die Firma auf der Website <http://immo.beta.search.ch>. Nach dem Prinzip der geographischen Fokussierung kann man sich hier in einer bevorzugten Wohngegend Miet- und Kaufobjekte auf einer Karte anzeigen lassen. Verfügbare Objekte werden mit Bild und Details gezeigt, und der Anwender findet auf der Karte auch Informationen zur Infrastruktur in der näheren Umgebung. Für Peter Delfosse, Leiter E-Business des Bereichs Postmail bei der schweizerischen Post, steht die Entwicklung von lokal fokussierten Suchdiensten erst am Anfang. Die Liste möglicher Anwendungen sei schier grenzenlos. Da jedermann über die grosse Politik hinaus am regionalen Geschehen interessiert sei, könnte sich Delfosse etwa die Integration von lokalen Nachrichten in eine kartenbasierte Suchtechnik vorstellen.

## Gefragte Schweizer Technologie

Google hat dank seinem Bekanntheitsgrad die in der Schweiz schon weit vorangetriebene Entwicklung weiter angekurbelt. Endoxon wird von Anfragen überschwemmt, entwickelt zurzeit für Hotelplan eine Anwendung für die Reiseplanung und für ein grosses Unternehmen eine ganz Deutschland abdeckende Lösung im Stile von Google Maps mit einer noch höheren Bildauflösung. Google selber attestiert Endoxon einen technischen Vorsprung und sucht mit den Luzernern eine Kooperation. Darüber freut man sich bei Endoxon, zeigt aber auch eine gesunde Skepsis angesichts der Marktmacht des Riesen aus Kalifornien. Auch Dorian Selz von Local.ch weist auf die vollen Kriegskassen des Suchmaschinenprimus hin, glaubt aber, dass bei einem allfälligen Markteintritt von Google in der Schweiz Search.ch und Local.ch dank ihrer lokalen Vernetzung klare Vorteile hätten.

Diesen Artikel finden Sie auf NZZ Online unter: <http://www.nzz.ch/2006/01/13/em/articleDHB JV .html>

Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG