

## Personalisierung - das vergessene Thema?



Dipl.-Inf./MBA-IMC  
Steffen W. Schilke

„SUCHEN - NICHTS FINDEN - ÄRGERN“ sind die drei Schlagworte der Internet-Recherche. Ellenlange Seiten, durch die man sich kämpft, um die „richtigen“ Informationen zu erhalten. Dies könnte ein Ende haben. Das „Zauberwort“ heißt **„Personalisierung“ - das Anzeigen von Inhalten abgestimmt auf die Bedürfnisse des jeweiligen Benutzers.** Vor einiger Zeit noch ein „Buzz Word“ im Bereich des Internet bzw. E-Commerce, scheint es mit dem Niedergang der Dot Com Firmen seine Bedeutung verloren zu haben.

Die traditionellen Personalisierungs-Ansätze haben nicht das erfüllt, was sie versprochen und speziell im mobilen Umfeld müssen neue Ansätze untersucht werden. Der neue und interessante Ansatz der Personalisierung, welcher auf der Auswertung von verschiedenen Parametern beruht (wie Ort, Interessen und Zeit), wird zurzeit von der Network Research Group der University of Plymouth (Dr. S.Furnell), in Zusammenarbeit mit dem Institut für Angewandte Informatik der FH Darmstadt (AIDA – Prof. Dr. U. Bleimann), vom Autoren, **Steffen Schilke** untersucht.

Es gibt heute zwar noch Ansätze der Personalisierung auf Websites, welche die Interessen des Benutzers berücksichtigt, z.B. in digitalen TV Programmzeitschriften, aber das Thema wird nicht in seiner gesamten möglichen Bandbreite betrachtet.

Personalisierung im Bereich eines Intranet, d.h. eines Firmen internen Netzwerkes, werden zwar noch verfolgt, aber sel-

ten von den Nutzern oder den Betreuern, in der vollen möglichen Bandbreite genutzt oder angenommen. Auch das „Buzz Word“ Portal beschreibt Bemühungen für den Nutzer, basierend auf dessen Rolle, Interessen oder Bedürfnissen, angepasste Inhalte, Anwendungen oder Dienste anzubieten.

Das verstärkte Aufkommen von „Location Based Services“, d.h. mobilen Diensten, bieten dem Nutzer benötigte Informationen bzw. Dienste auf Anfrage standortabhängig an (z.B. wo ist die nächste Tankstelle, Hotel oder Restaurant). Bis heute haben diese Services aber nicht den Durchbruch geschafft. Dies ist zum Teil darauf zurück zu führen, dass diese Services durch den Nutzer erst abgerufen werden müssen. Im Rahmen der fieberhaften Suche nach der zukünftigen „Killerapplikation“ für UMTS, d.h. eine Begründung warum Nutzer auf UMTS umsteigen sollen, kann das Thema Personalisierung von Mobilien Diensten wieder eine, wenn nicht sogar die entscheidende Rolle, spielen. Die Informationen über die Position / Aufenthaltsort des Nutzers kann in diesem neuen Szenario mit den Interessen des Nutzers verbunden werden. Dies erlaubt es dem Nutzer zur rechten Zeit und am rechten Ort die Informationen bzw. Dienste anzubieten, welche seinen Interessen entsprechen. Die Einbeziehung des Verhaltens des Nutzers ermöglichen es, diesen Anspruch an ein neues Personalisierungs-Paradigma zu erfüllen. Die Verbindung dieser verschiedenen Parameter mit der Betrachtung des Nutzerverhaltens bzw. der Auswertung geplanter, künftiger Ereignisse (z.B. eines Kalenders) erlauben die aktive Bereitstellung von Informationen bzw. Diensten. Neben den genannten Parametern muss aber auch das benutzte Endgerät berücksichtigt werden. Dies betrifft z.B. neben der zur Verfügung stehenden Bandbreite für die Übertragung von Daten auch dessen technische Möglichkeiten (Grafik, Speicher etc.).

Der neue Personalisierungsansatz wird den Benutzern die richtigen bzw. wichtigen Informationen oder Dienste, welche seinen Interessen und Bedürfnissen entsprechen, anbieten und zwar zum Zeitpunkt, wenn sie benötigt werden.

### Weitere Informationen erhalten Sie über:

Steffen W. Schilke, Ludwig Ruppel Str. 79,  
D-60437 Frankfurt/M, Email : ss11044@bdvb.de



## iCONOMY – nur auf Wunsch!

iCONOMY, das Magazin für Management und IT-Strategien – wird nicht von allen bdvb-Mitgliedern gelesen. Um unnötige Auslieferungskosten (Erscheinungsweise 6 x im Jahr) zu vermeiden, haben wir uns in Abstimmung mit dem Verlag entschlossen, Ihnen die Zeitschrift nur auf ausdrücklichen Wunsch kostenlos zu liefern. Teilen Sie uns deshalb umgehend per Post, Fax, Email Ihre persönliche Entscheidung mit.