



Was ist eigentlich: Semantische Suche?

Die semantische Suche ist ein neuer Algorithmus der Suchmaschinen. Anders als bei der bislang bekannten klassischen Suche, bei der die Linkliste zu weiterführenden Informationen das Suchergebnis darstellt, steht bei der semantischen Suche nicht mehr alleine der Suchbegriff im Vordergrund. Synonyme, Assoziationen und Hintergrundwissen gewinnen bei der semantischen Suche an Bedeutung und sorgen für präzisere Suchergebnisse im Internet. Statt lediglich nach spezifischen Wörtern (Keywords) zu suchen, berücksichtigt die semantische Suche die inhaltliche Bedeutung von Suchanfragen und Texten.

Die semantische Suche analysiert die Bedeutung der Suchanfragen

Die semantische Suche soll sich der menschlichen Sprache weiter annähern. Der Mensch nutzt Synonyme, um inhaltlich gleiche oder ähnliche Bedeutungen mit verschiedenen Wörtern zu erklären. So sagen wir „Bereich“, „Gebiet“ oder „Areal“, um eine Landfläche zu beschreiben. Hinzu kommt, dass der Mensch bestimmte Begriffe mit anderen Dingen gedanklich verbindet (Assoziation). Die Assoziation kommt vor allem bei Farben vor. So steht „Rot“ in Verbindung mit der „Liebe“ und „Grün“ mit der „Hoffnung“. Doch auch aktuellere Beispiele können beim Menschen eine Assoziation hervorrufen. Wenn wir zum Beispiel das Wort „Bundeskanzlerin“ lesen, dann verbinden wir gedanklich den Begriff sofort mit der Person „Angela Merkel“. Doch nicht nur Synonyme und Assoziationen soll die semantische Suche unterscheiden können, auch Beziehungen zwischen Wörtern und ihren Bedeutungen werden von der semantischen Suche berücksichtigt. Wenn der Suchende den Begriff „Donau“ in die Suchmaschine eingibt, erkennt diese, dass die Donau ein Fluss ist. Tippt der Suchende allerdings den Begriff „Jaguar“ ein, so unterscheidet die semantische Suche zwischen Jaguar, der Automarke und Jaguar, dem Tier. Ob nun Synonyme, Assoziationen oder Begriffsbeziehungen, sie sollen die



Suchergebnisse präziser gestalten und deutlich mehr Fakten liefern als über die klassische Suche möglich ist.

Die Datenbank als Begriffslexikon der semantischen Suche

Die semantische Suche unterscheidet Synonyme und Assoziationen, um dem Suchenden möglichst genaue Ergebnisse zu liefern. Die Suchmaschine benötigt allerdings erst einmal eigenes Hintergrundwissen, um Synonyme und Assoziationen zu erkennen. Das nötige Hintergrundwissen liefert die Datenbank der Suchmaschine. Die Datenbank beinhaltet eine Vielzahl von Begriffen, die miteinander in Verbindung stehen. Die Datenbank mit entsprechenden Einträgen zu füllen, ist die Aufgabe des Textmining. Durch das Verfahren des Textmining lassen sich Inhalte im Internet semantisch korrekt lesen und einordnen. Damit gewinnt die inhaltliche Bedeutung von Suchanfragen zunehmend an Bedeutung. Die Datenbank erstellt auf Basis der gesammelten Daten mehrere Datenbankeinträge für das gleiche Wort. Über die verschiedenen Einträge definiert die Datenbank, wie Wörter und Bedeutungen miteinander in Verbindung stehen.

Die semantische Suche bei Google

Google möchte laut einem Bericht des Wall Street Journal seine Suchmaschine zukünftig mit der semantischen Suche ergänzen. Neben der klassischen Linkliste, die weiterführende Informationen zu bestimmten Keywords bietet, erhält der Suchende in der Ergebnisliste direkte und relevante Daten und Fakten zur Suchanfrage. Der klassische Google Suchalgorithmus, der die Relevanz einer Website anhand der Anzahl und Qualität des Contents, der Anzahl der Keywords, sowie der verlinkten Webpräsenzen errechnet, hat jedoch weiterhin Bestand. Dennoch ist es empfehlenswert, dass Unternehmen ihre Inhalte an die neue Ausrichtung von Google anpassen.



Für die Sichtbarkeit von Pressemitteilungen, Unternehmens- und Produktinformationen in den Suchmaschinen zählt unter anderem das Wissen um Keyword Relevanz. Allerdings sind neben Keywords nun auch Synonyme, Assoziationen sowie weitere Wortbedeutungen für relevante Suchergebnisse wichtig. Die Suchanfrage gestaltet sich so präziser und kann mit inhaltlich relevanten Texten in Verbindung gebracht werden. Im Rahmen der semantischen Suche rücken auch Latent Semantic Indexing Keywords (LSI-Keywords) in den Vordergrund. LSI-Keywords beschreiben einen Schlüsselbegriff (Keyword), der mit seinem Hauptkeyword themenverwandt ist. Suchmaschinen wie Google nutzen das Latent Semantic Indexing Verfahren, um Websites Themen und Begriffen zuzuordnen, auch wenn der entsprechende Begriff nicht explizit genannt wird. Die Suchmaschinen suchen nicht nur nach einzelnen Keywords, sie suchen nach Inhalten, die von ihrer Bedeutung zum eingegebenen Suchbegriff passen. LSI-Keywords in Texten unterstützen eine bessere Zuordnung zu den Suchanfragen und verbessern so die Auffindbarkeit im Internet sowie die Platzierung in den Ergebnislisten der Suchmaschinen.

Weitere Informationen zu LSI-Keywords finden Sie in unserem Glossarbeitrag:

<http://pr.pr-gateway.de/glossar-lsi-keyword.html>

