

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1 EINFÜHRUNG .....</b>	<b>3</b>
<b>2 PROBLEMSTELLUNG UND LÖSUNGSANSÄTZE .....</b>	<b>6</b>
2.1 PROBLEMSTELLUNG .....	6
2.1.1 Informationsüberfluss .....	7
2.2 LÖSUNGSANSÄTZE FÜR KUNDEN .....	7
2.2.1 Individualisierung .....	8
2.2.2 Personalisierung .....	9
2.3 LÖSUNGSANSÄTZE FÜR UNTERNEHMEN .....	10
2.3.1 Einheitliche Standards für Informationsaustausch im Web .....	10
2.3.2 Technologie mit maschinen-verarbeitbarer Semantik .....	11
<b>3 EINFLUSSFAKTOREN .....</b>	<b>13</b>
3.1 TECHNOLOGIE FÜR DAS WEB .....	13
3.1.1 Semantic Web .....	16
3.1.2 Ontologien .....	22
3.2 INFORMATION AUS DEM WEB .....	30
3.2.1 Data Mining .....	30
3.2.2 Semantic Web Mining .....	38
3.3 PERSONALISIERUNG IM WEB .....	42
3.3.1 CRM vs. eCRM .....	42
3.3.2 Recommender Systeme .....	45
<b>4 ANALYSE .....</b>	<b>52</b>
4.1 ZIELE DER EINFLUSSFAKTOREN .....	53
4.2 SIGNIFIKANZ DER EINFLUSSFAKTOREN FÜR DIE PRAXIS .....	55
4.2.1 Das Mobilfunknetz .....	56
4.2.2 Optimierung der Web-Dienste .....	61
4.2.3 Optimierung der kommerziellen Webseiten .....	69
4.3 SIGNIFIKANZ DER EINFLUSSFAKTOREN FÜR ANWENDER .....	73
4.3.1 Semantic Web .....	74
4.4 SIGNIFIKANZ DER EINFLUSSFAKTOREN FÜR UNTERNEHMEN .....	75
4.4.1 Semantic Web Mining .....	76
4.4.2 Recommender Systeme .....	77
<b>5 FAZIT .....</b>	<b>80</b>