



Tagging ist einer der Begriffe die jedem schon mal begegnet sind – ihn näher zu erklären gelingt aber nur wenigen. Grund genug, das wir uns dem Begriff einmal annähern. Gerade Online – und besonders im E-Commerce – begegnet einem der Begriff permanent. Was ist damit gemeint, warum braucht man Tags, wo werden sie verwendet und warum ist sinnvoll sie einzusetzen?

Inhalt

1. Taggen – was ist das?
2. Was für Tags gibt es?
3. Wie werden Tags verwendet?
4. Muss ich selber taggen?
5. Fazit

1. Taggen – was ist das?

Unter einem Tag versteht man das Markieren und Kennzeichnen von Inhalten. Das geschieht bei einer Vielzahl von Inhalten, unter anderem bei Bildern, Fotos, Videos, Texten, Personen, Stichworten oder auch bei Ereignissen. Tags umgeben uns in vielen Varianten und zahlreichen Kontexten.

Ganz **grundsätzlich vereinfacht und ermöglicht taggen die Einordnung, Kategorisierung, Suche und Orientierung**. Tags lassen uns mit wenigen Klicks tiefer in Themen eintauchen und Informationen finden. Aber auch unsere eigenen Inhalte lassen sich durch Tags einfacher verbreiten.

2. Was für Tags gibt es?

Grundsätzlich kann man in Blog-, Social- und Produkt-Tags unterscheiden:

• Blog-Tags

Blog-Tags strukturieren Blogbeiträge nach Themen. Dieser Blogbeitrag ist bspw. mit „Tagging“ „Crowd Guru“ und „Crowdsourcing“ getagged. Leser können mit einem Klick auf den Tag alle Artikel zum Thema sehen. So entsteht im Lauf der Zeit eine Tag Cloud, welche die Navigation im Blog erleichtert. Auch für die Suchmaschinenoptimierung ist das sinnvoll: Tags sind im Grunde interne Verlinkungen. Allerdings können sie auch Duplicate Content erzeugen. Tag Clouds sollten daher im Wachstum begrenzt werden,

Crowd Guru GmbH

Schlesische Straße 26, 10997 Berlin

kontakt@crowdguru.de

Tel.: +49 30 319870880

Über Crowd Guru

Crowd Guru bearbeitet schnell und kostengünstig große Mengen von Daten und Inhalten für Unternehmen, indem Projekte und Prozesse gemäß dem Prinzip Crowdsourcing in viele kleine Einzelaufgaben zerlegt werden. Diese werden durch qualifizierte Experten (Gurus) auf der eigenen Plattform bearbeitet. Nach umfassender Qualitätsprüfung erhalten die Kunden von Crowd Guru ihre Daten zur sofortigen Nutzung zurück, wobei ihnen von der Beauftragung bis zur Lieferung der Ergebnisse ein persönlicher Ansprechpartner zur Seite steht. Dadurch ermöglicht das Unternehmen seinen Kunden ohne eigenen Aufwand die Vorteile von Crowdsourcing zu nutzen und umfangreiche Projekte transparent und in kürzester Zeit zu realisieren.

Crowd Guru ist ein Berliner Unternehmen und bereits seit 2008 im Bereich Crowdsourcing tätig. Die Dienstleistungen von Crowd Guru reichen von Daten-verarbeitung und Vertriebs-datenrecherche über Adress- bzw. Informations-recherche bis hin zu Produktbeschreibungen und Transkriptionen.

Angebot anfordern

ein Konzept ist unabdingbar. Springen viele Besucher schnell wieder ab, ist dies für Suchmaschinen ein Zeichen für eine schlechte Webseite. Das wird nicht selten mit einem hinteren Rang in den Suchergebnissen quittiert.

- **Social-Tags**

Social-Tags sind das Gegenteil des Blog-Tags. Werden Blog-Tags in der Regel von einer Person (meist vom Verfasser) vergeben, sind Social-Tags eine Kollaboration vieler (Internet)Nutzer. Das Grundprinzip hier: Jeder kann mitmachen. Bestes Beispiel ist der Hashtag bei Twitter. Hier sind die Tags wichtig, um schnell tiefer in ein Thema einzutauchen, mehr Meinungen, wichtige Personen, Informationen zu aktuellen Geschehnissen zu bekommen. Das jede Person teilnehmen kann ist gleichzeitig der größte Nachteil des Social-Taggings: Zu viele Synonyme, unterschiedliche Ansichten oder ganz generell das Fehlen von Gemeinsamkeiten können die Vorteile des Taggings schnell zunichtemachen.

- **Produkt-Tags**

Wer oft online Klamotten kauft, ist fast schon ein Tag-Experte – helfen sie doch ungemein beim Navigieren in Onlineshops. Ein Hemd soll es sein? Mit welchem Kragen? Stehend, Kent oder Button Down? Tags navigieren Kunden schnell ans Ziel – und sind deshalb so wichtig für den E-Commerce: Ein gut gepflegter Onlineshop mit durchdachten und gut organisierten Produkt-Tags sorgt für höhere Umsätze, weniger Rücksendungen und zufriedeneren Kunden. Wie relevant das Thema ist, verdeutlicht unsere Case Study mit Ladenzeile.de.

3. Wie werden Tags verwendet?

Das kommt ganz auf den Kontext und vor allem den Umfang an. Blogger bspw. können Tags bei jedem Beitrag in Form von Stichwörtern setzen. So entstehen automatisch Tag-Clouds, die Benutzern schnell weitere Informationen liefern. In sozialen Netzwerken ist Taggen ebenso simpel und einfach. Um beim Beispiel Twitter zu bleiben: Hier wird der Hashtag mithilfe der Rautetaste erzeugt und beliebig gesetzt.

Komplizierter wird die Verwendung von Tags im E-Commerce. Sollen z.B. Tausende Produkte getaggt werden, ist das für eine Person oder ein kleines Team eine ziemliche Herausforderung – besonders, wenn mehrere Attribute vergeben werden sollen. Hier ist es sinnvoller, die Aufgabe auszugliedern.

4. Muss ich selber taggen?

Meist macht es keinen Sinn selber zu taggen – es ist schlicht zu aufwendig. Die Alternativen: An eine Crowd abgeben oder automatisieren lassen. Der Nachteil der automatisierten Bearbeitung ist allerdings ihre limitierte Leistungsfähigkeit: Je mehr Attribute vergeben werden sollen, desto eher geraten Algorithmen an ihre Grenzen. Die Crowdsourcing-Lösung ist hier deutlich im Vorteil:

Menschliche Intuition und Intelligenz sind Maschinen weit überlegen; auch komplexe Tagging-Aufgaben werden schnell und preiswert bearbeitet. Unsere Crowd Gurus können beispielsweise Videos mit dutzenden oder hunderten verschiedenen Tags versehen – von einfachen Attributen wie der Unterscheidung in Tag-oder-Nacht-Szenen über das Taggen der einzelnen Schauspieler bis hin zur Unterscheidung in ironische oder nicht ironische Szenen. Ein automatisierter Vorgang gerät bei solchen, nicht immer offensichtlichen, Attributen ans Limit.

Vor einiger Zeit hatten wir folgenden Tagging-Job auf der Plattform:
Der Kunde wollte diverse Fotos mit dem Schwerpunkt Reise und Urlaub nach

Tagging von Urlaubsbildern

Unit ID: 54932710

Bildlink: http://www.crowdguru.de/Bildtagging_JobID/picID_54932710.jpg

Bild:



<input type="checkbox"/> Winter	<input checked="" type="checkbox"/> Mann	<input checked="" type="checkbox"/> Barfuß	<input type="checkbox"/> Berge
<input checked="" type="checkbox"/> Sommer	<input checked="" type="checkbox"/> Frau	<input checked="" type="checkbox"/> Strand	<input type="checkbox"/> Familie
<input type="checkbox"/> Schnee	<input checked="" type="checkbox"/> Meer	<input type="checkbox"/> Alpin	<input checked="" type="checkbox"/> Wellen
<input checked="" type="checkbox"/> Paar	<input checked="" type="checkbox"/> Sandstrand	<input type="checkbox"/> Ski- und Snowboard	<input type="checkbox"/> Kinder

Bild kann nicht getaggt werden

individuellen Kriterien getagged haben. Einen solchen Job in kurzer Zeit qualitativ zu erledigen ist für einen automatisierten Vorgang schwer – und es ist vergleichsweise teuer: Training der künstlichen Intelligenz, Setup, Schnittstellenintegration, Qualitätskontrollen usw. Unser Kunde konnte mit unserer Crowdsourcing-Lösung viel Zeit, Geld und interne Ressourcen sparen. Solche Aufgaben von künstlicher Intelligenz bearbeiten zu lassen lohnt sich nur dann, wenn man viele Bilder, Videos etc. mit immer wiederkehrenden Tags versehen muss. Und selbst dann ist Crowdsourcing eine ideale Erweiterung, um beispielsweise die Ergebnisse des Algorithmus zu überprüfen und neue Inputdaten zu erstellen. Algorithmen lassen sich so auf das nächste Level heben.

Wer nur seine Blogbeiträge taggen möchte, macht dies am besten selber und händisch – der Aufwand ist sehr gering.

5. Fazit

Tagging ist sinnvoll und nützlich um:

- die User Experience zu erhöhen
- Besucher durch eine bessere Navigation anzulocken
- höhere Umsätze zu erzielen und weniger Retouren bearbeiten zu müssen
- das Ranking in Suchmaschinen zu verbessern
- Einzelpersonen und Unternehmen in sozialen Netzwerken als Experten zu etablieren

Je höher zeitlicher und inhaltlicher Aufwand sind, desto sinnvoller ist es das Taggen auszugliedern. Besonders beim automatisierten Taggen sollten die Ergebnisse im Hintergrund von Menschen überprüft werden, um einen realistisch agierenden Algorithmus programmieren zu können.