Lang, Thomas (2007): Fallstudie Piazza.ch: Piazza.ch – der Marktplatz der Tamedia-Gruppe: E-Business und Spidertechnologie Know-how im Einsatz [online], http://www.experience-online.ch/cases/experience20.nsf/volltext/piazza [publiziert 29.01.2007]

Piazza.ch – der Marktplatz der Tamedia-Gruppe: E-Business und Spidertechnologie Know-how im Einsatz

Die Piazza AG, eine Tochtergesellschaft der Tamedia-Gruppe, ermöglicht mit Piazza.ch, Neu- und Gebrauchtwaren schnell und einfach im Internet anzubieten. Die auf der Webplattform direkt erfassten Inserate werden durch weitere Inserate der Verlagstitel über autom. Importschnittstellen und bereichsübergreifende Prozesse und Workflows ergänzt. Zusätzlich werden von rund einem Dutzend fremder Plattformen Inserate gespidert und mit den verlagseigenen Annoncen aggregiert.

Business Case

Piazza.ch vermittelt zwischen Käufer und Verkäufer und stellt den traditionellen Marktplatz elektronisch dar. Die Verkaufspreise sind klar und fix, was die Plattform für die Beteiligten attraktiv macht. Im Gegensatz zu Onlineauktionen werden bei Piazza.ch keine Provisionen erhoben; Käufer und Verkäufer einigen sich direkt über die Liefer- und Zahlungsmodalitäten.

Einfach gefunden werden die Angebote durch die Volltextsuche oder die regionale Einschränkung nach einem oder mehreren Kantonen. Die erweiterte Suche ermöglicht zudem das zielgerichtete Finden von lokalen Angeboten, die innerhalb eines frei wählbaren Kilometerradius vom eigenen Standort entfernt sind. Ebendiese regionalen Einschränkungsmöglichkeiten zeichnen die Lösung von Piazza.ch aus und unterscheidet sie von anderen Inseratplattformen. Die intelligente Suche basiert auf einer Postleitzahl-Datenbank mit GIF-Daten (Koordinaten), die das Berechnen und Berücksichtigen von Distanzen ermöglicht.

Abbildung: Einstiegsseite von Piazza.ch (Filename: einstiegsseite.jpg)

Usability und Web2.0 Technologien

Das Platzieren der Angebote und das Zusammenführen von Käufer und Verkäufer sind die Kernaufgaben des Onlinemarktplatzes. Ein strikt funktionales Layout, ein aufgeräumtes und auf das Nötigste reduziertes Screendesign leisten dazu einen wesentlichen Beitrag. In der Tradition bewährter Suchmaschinen werden die Angebote primär durch das Erfassen eines oder mehrerer Suchbegriffe mittels Volltextsuche gefunden. Bereits während des Eintippens des Suchbegriffes liefert Piazza.ch die ungefähre Anzahl Treffer und Vorschläge für weitere Suchbegriffe. Zum Einsatz kommt modernste AJAX-Technologie. Diese ermöglicht die Interaktion zwischen Benutzer und Applikation ohne Nachladen der gesamten Website, was Zeitersparnis und erhöhte Benutzerfreundlichkeit zur Folge hat.

Abbildung: AJAX-unterstützte Suche (Filename: suche.jpg)

Profianwendern steht eine erweiterte Suche zur Verfügung. Schritt für Schritt wird der User durch die Suchmaske begleitet, wobei ihm zahlreiche interaktive Hilfsfunktionen zur Verfügung stehen, zum Beispiel die automatische Selektion aller deutschsprachigen Kantone. Die Suchkriterien lassen sich auch bequem als RSS-Feed oder mit einem E-Mail Suchagenten abonnieren.

Technische Lösung und Performance

Auf Piazza.ch werden konstant etwa 30‘000 Objekte angeboten, entsprechend hoch sind die Ansprüche an Verfügbarkeit und Geschwindigkeit der Applikation. Die technische Infrastruktur ist skalierbar und redundant ausgelegt. Load-Balancing sichert die optimale Verteilung der Last auf den installierten Servern. Die Datenbankserver synchronisieren sich im laufenden Betrieb.

Die gesamte Anwendung ist auf optimale Performance ausgelegt; diesem kritischen Erfolgsfaktor wurde sowohl das Hardware-Setup wie die gesamte Programmierung unterstellt. Die Leistungsfähigkeit wird zudem gesteigert durch einen speziell für die Tamedia-Gesellschaft optimierten Caching-Mechanismus. Zudem überwacht eine Monitoring-Komponente die Leistung der Plattform kontinuierlich und adjustiert einzelne Services automatisiert. Damit wird beispielsweise bei einer hohen Besucherzahl automatisch das Spidern[1] nach Inseraten bei Fremdplattformen gedrosselt oder gar eingestellt um die Antwortzeiten der Piazza.ch-Besucher zu optimieren. Die Plattform von Piazza.ch zählt rund 15 Mio. Pageviews pro Monat (Stand Jan-2007)

Spidering-Technologie aggregiert Inserate von Drittanbietern

Piazza.ch hat den Anspruch, sich als führende Schweizer Plattform für Kleininserate auf dem Internet zu bestätigen. Wer etwas verkaufen will, bietet dies auf Piazza.ch feil – wer einen neuen oder gebrauchten Gegenstand kaufen will, soll diesen auf Piazza.ch suchen. Um dieses Ziel zu erreichen, werden auch Angebote fremder Inseratesites eingebunden. Kontinuierlich spidert Piazza.ch rund zwölf handverlesene Quellen nach neuen Angeboten und indexiert diese. So aggregierte Inhalte werden nach einem manuellen Qualitätssicherungs-Prozess auf Piazza.ch den vorgegebenen Inseratkategorien hinzugefügt. Inserate von Drittplattformen sind für den Besucher als solche gekennzeichnet, ein Hyperlink führt den Interessenten zur Quelle des Inserats.

---

[1] „Spider“, auch „Robot“, „Bot“ oder „Crawler“ bezeichnet Programme, die sich kontinuierlich durch das Internet bewegen, die Inhalte von Webseiten einlesen und für die spätere Indexierung durch Suchmaschinen erfassen.

Für die Aggregation wird die Engine der NewsKnowledge.com Plattform verwendet. Diese auf das Spidering spezialisierte Plattform der insign gmbh ermöglicht ein hochperformantes Crawling, das bei Bedarf auch auf mehrere Systeme mit adaptiven Spiderfrequenzen, Kontroll- und Alarmierungsmechanismen verteilt werden kann. Diese spezialisierte Technologie ist seit 1999 kontinuierlich gereift und weiterentwickelt worden und aggregiert heute für NewsKnowledge.com sowie die freie Plattform NewsIsFree Fremdinhalte von über 20‘000 Quellen in mehr als 25 Sprachen weltweit.

Datenpflege mit Workflows und strategischer Management-Support

Das integrierte webbasierte Workflow-Management ermöglicht den Betreibern einerseits ein transparentes Monitoring der Aktivitäten auf dem Online-Inseratemarkt. Andererseits ist dies Voraussetzung für die dezentrale Datenpflege, die zahlreichen Teilzeitangestellten ein effizientes Arbeiten von zu Hause aus ermöglicht. Definierte Workflows steuern die Abläufe und stellen sicher, dass die Inserate nach der Erfassung oder dem Spidering von Drittplattformen schnellstmöglich kategorisiert und freigeschaltet werden.

Die klar definierten Prozesse gewährleisten eine schnelle, akkurate Administration und Moderation der Inserate. Die automatisierte E-Mail Kommunikation und integrierte Marketing-Massnahmen unterstützen das Team von Piazza.ch entscheidend beim Interagieren.

Dem Management stehen als Führungsinstrumente zahlreiche Kennzahlen über den Arbeitsverlauf zur Verfügung, die in Echtzeit erhoben werden. Für die Tamedia-Gruppe ist der Einsatz moderner webbasierter Arbeitsinstrumente ein nachhaltiger strategischer Kosten- und Wettbewerbsvorteil und stellt zudem die Einhaltung hoher Qualitätsstandards sicher.

Onlineplattform macht bei der Tamedia Print-Inserate attraktiver

Mit Piazza.ch realisierte die Piazza AG eine zentrale Plattform für den Inseratemarkt, der auch innerhalb der Tamedia-Gruppe wichtige Funktionen und Abläufe sicherstellt. Eine XML-Schnittstelle übermittelt Kleininserate der Print-Ausgabe des Tages-Anzeigers in die Onlineplattform Piazza.ch. Diese doppelte Publikation in beiden Distributionskanälen schafft ein zusätzliches Argument für den Verkauf von Printinseraten.

Für den Regionalsplit der Zeitungsgruppe werden Online-Angebote von Piazza.ch geografisch zusammengeführt und auf XML-Basis in die Print-Redaktionen weitergegeben. Diese lokalen Inserate werden mit Referenznummern in den regionalen Ausgaben des Tages-Anzeigers, der Thurgauer Zeitung und den Uster Nachrichten publiziert. Die Leser haben die

Möglichkeit, mit Eingabe dieser Referenznummern das Inserat online auf Piazza.ch abzurufen und elektronisch mit den Verkäufern in Kontakt zu treten.

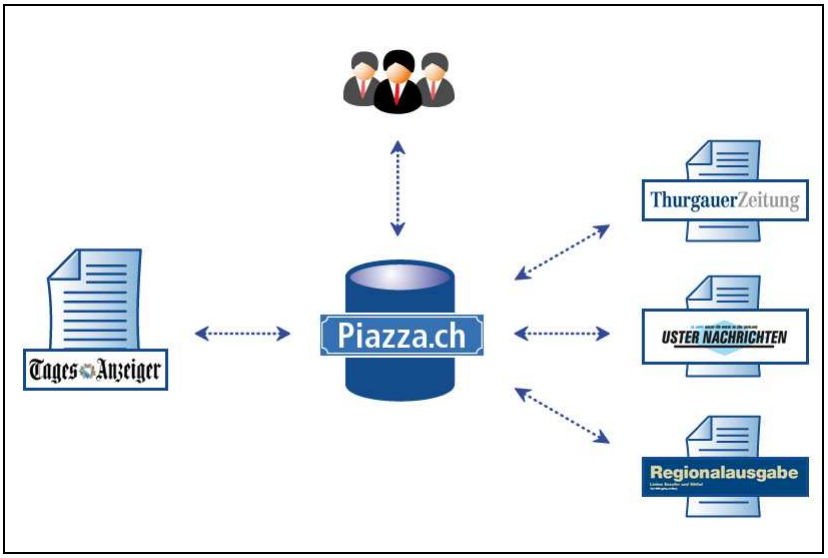

Abbildung: Schnittstellen und Inserateverteilung über Piazza.ch bei der Tamedia AG (Filename: content.jpg)

Gegenüber anderen Onlinemärkten besitzt Piazza aufgrund der Symbiose der Online und Offline Vertriebsmärkte einen Wettbewerbsvorteil. Durch die daraus entstandenen Synergien konnte die Tamedia-Gruppe bereits eine nachweisliche Effizienzsteigerung erzielen unter gleichzeitiger Erreichung von mehr Usern bzw. Interessenten.

Kontinuierliche Weiterentwicklung und gute Resonanz

Die Kunden von Piazza.ch schätzen die einfach zu handhabenden Abläufe und übersichtlichen, strukturierten Masken. Ebenfalls ein positives Feedback erhielt die Piazza AG von Technologie-Experten über die eingesetzten Technologien. Suchaufträge können als RSS-Feeds gespeichert und in persönliche Feed-Aggregatoren integriert werden. Ebenfalls steht ein intelligenter Suchagent zur Verfügung, der neue Angebote regelmässig per E-Mail ankündigt.

Neu können Inserate von registrierten Benutzern auch per MMS erfasst werden: das Verkaufsobjekt wird mit dem Mobiltelefon fotografiert; Bild und Text als MMS an Piazza.ch gesendet. Das System ordnet die Inserate und die Bilder autom. aufgrund der im Profil hinterlegten Mobiltelefonnummer dem Verkäufer zu. Das Team von Piazza.ch prüft das Angebot und schaltet dieses nach kurzer Zeit frei. Damit ist das Aufschalten von Inseraten auch ohne Internetzugang jederzeit schnell möglich.

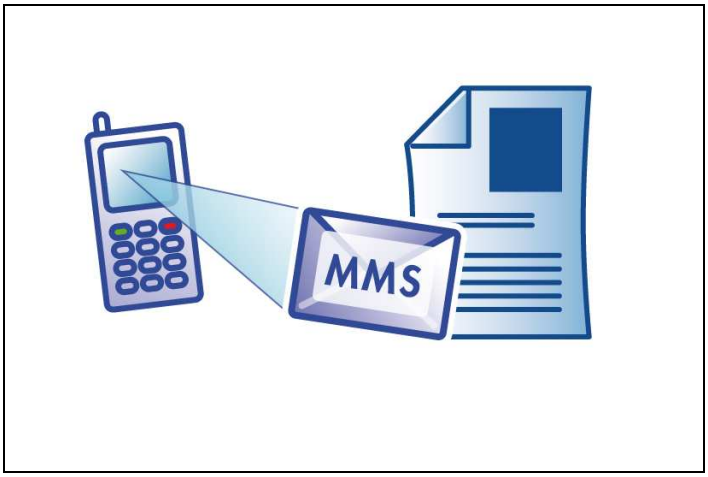

Abbildung: Erfassung von Piazza.ch Inseraten mit dem Handy (Filename: mms.jpg)

Whitelabelling und Adaptionsmöglichkeiten

Eine zentrale Anforderung bei der Entwicklung von Piazza.ch war deren Wiederverwendbarkeit und flexible Ausbaufähigkeit. Alle Suchmasken sind dynamisch generiert, so dass für einzelne Kategorien adäquate Suchkriterien hinterlegt werden können. So würde eine Suche nach der 1. Inverkehrssetzung bei Haushaltgeräten keinen Sinn machen, sehr wohl jedoch bei Motorfahrzeugen.

Im Vorfeld der Fussball-Weltmeisterschaften 2006 in Deutschland realisierte man für die Onlineausgabe der Pendlerzeitung 20minuten eine Tauschbörse für Panini-Fussballbilder. Diese basiert auf der Piazza.ch Plattform, wurde aber ebenfalls bedarfsgerecht erweitert, so dass die Suche der Fussballbilder nach Spielername, Bildnummer oder ganzen Teams und Austragungsorten durchgeführt werden konnte.

Das visuelle Erscheinungsbild des Marktplatzes ist so konzipiert, dass es ohne Aufwand mit anderen Logos, Werbemitteln oder gar Schriften an die jeweiligen Bedürfnisse angepasst werden kann. Selbstverständlich lassen sich sämtliche Zugriffe und Abfragen auf der Onlineplattform nach dem individuellem Einsatzzweck auswerten. Durch diese Mandantenfähigkeit lässt sich die technische Plattform optimal für die Bedürfnisse der Verlagsgruppe Tamedia einsetzen.

Lessons learned

Die flexible Architektur der Applikation zeigte sich sehr hilfreich für die verschiedenen Ausbaustufen der ersten 16 Betriebsmonaten. So konnten zahlreiche User-Feedbacks umgesetzt werden wie auch die Applikation anderen Titel des Tamedia-Verlages zur Verfügung gestellt werden. (z.B. bei http://www.piazza.20min.ch)

Unterschätzt wurde anfänglich der Detaillierungsgrad der Workflows zur Einpflege der Daten. Da dies dezentral durch Teilzeitangestellte erbracht wird, mussten die einzelnen Arbeitsschritte präziser definiert werden, als dies beispielsweise bei klassischen Anwendungen der Fall ist.

Unterschiedlich reagierten die externen Plattformen, bei denen Piazza.ch die Inserate spidert und aggregiert. Teilweise zeigte man sich positiv überrascht über den zusätzlichen Traffic, verhielt sich neutral oder drohte gar vereinzelt mit rechtlichen Schritten. Das Spidern der Drittanbietersites ist jedoch rechtlich legal und wird durch einen Bundesgerichtsentscheid vom 4. Februar 2005 gestützt (BGE: 131 III 384 / http://www.bger.ch/index/juridiction/jurisdiction-inherit-template/jurisdiction-recht/jurisdiction-recht-leitentscheide1954-direct.htm)