

# Schnell, schneller, FAST



**D**ass Microsoft ein goldenes Händchen bei Übernahmen hat, zeigen die vielen erfolgreichen Produkte, die ursprünglich gar nicht aus der Küche des Softwareherstellers kommen. SharePoint zum Beispiel – das am schnellsten wachsende Microsoft-Produkt aller Zeiten – wurde zugekauft. Dabei hat es Microsoft in erster Linie auf innovative Technologien abgesehen, die in der Regel komplett neu geschrieben und in die Microsoft-Plattform integriert werden. Das neuste Adoptivkind, FAST, ist vor einigen Monaten zur Familie gestossen. Dabei handelt es sich um einen Suchmaschinenhersteller norwegischer Herkunft, der vor allem bei Microsofts Enterprise-Kunden ein Begriff sein dürfte. Kein Wunder: FAST hilft in grossen Unternehmen ein ebenso grosses Problem zu lösen – die firmenweite Suche.

Die Übernahme von FAST wird für die starke Position von Microsoft im Enterprise-Bereich eine entscheidende Rolle spielen, aber auch bei mittleren Unternehmen wird die Technologie vermehrt dazu führen, dass Microsoft im Office-Bereich weiterhin unangefochten bleibt und dass die Verbreitung von SharePoint schneller zunimmt. Noch ist zwar nicht ganz klar, wie es die FAST-Technologie in SharePoint schafft, aber dass sie kommen wird, ist unbestritten.

Doch wäre die Übernahme nicht so erwähnenswert, wenn das schon alles wäre. Haben Sie sich schon überlegt, wo in unserem Alltag sich heute schon Suchwerkzeuge verstecken? Ich meine damit nicht die Suche nach dem gemütlichen Bed & Breakfast für Neujahr in Cornwall, die mich persönlich trotz vielen Google-Resultaten seit einigen Tagen an den Rand der Verzweiflung bringt. Wären die Suchergebnisse in der Enterprise Search auch dermassen aus dem Kontext gerissen wie im Internet, würde man wohl nie etwas finden. Eigentlich denke ich überhaupt nicht an eine Suche, bei der ein Benutzer ein Feld mit Buchstaben füllt, auf einen Knopf drückt

und dann langsam Luft zwischen den Lippen durchpresst.

Wirklich coole Suchanwendungen sind auf den ersten Blick gar nicht sichtbar. Zum Beispiel [www.financialtimes.com](http://www.financialtimes.com). Sieht aus wie eine normale elektronische Zeitung, ist aber ein einziges Suchinterface, das sich als Website-Navigation getarnt hat. Hinter jedem Menüpunkt steckt hier eine (FAST-)Suche, die

immer wieder die aktuellsten Artikel produziert und als Seite zusammensammelt. Sogar die einzelnen Menüs werden auf Grund von Suchen zusammengesetzt. Das finde ich fantastisch, denn als Leser kann ich meine Themen an mehreren Orten finden, je nach Kontext. Die New York Times geht ähnliche Wege und hat rund 200 «heisse» Themen oder Topics definiert, zu denen über vordefinierte Suchen (mit FAST) aus sämtlichen Inhalten Themendossiers on the fly zusammengestellt werden, natürlich immer topaktuell und blitzschnell. Damit erscheint die Zeitung auch immer unter den Top-Rankings in Google, weil auf diese Weise extrem

viele Informationen und Verlinkungen zu einem Thema zusammenkommen. Ganz ohne Suchmaschinen-Optimierung. Schauen Sie selbst unter [topics.nytimes.com](http://topics.nytimes.com).

Ausserdem: Jeder elektronische Workflow benötigt eine Suche, Archivierungslösungen benötigen eine Suche, und zudem kann ein guter Such-Index ein ganzes Data Warehouse ersetzen und dazu noch wesentlich effizienter sein. Jetzt wissen Sie, wieso Microsoft FAST gekauft hat.

**ES IST UNKLAR,  
WIE ES DIE FAST-  
TECHNOLOGIE IN  
SHAREPOINT  
SCHAFFT. DASS  
SIE KOMMT,  
IST ABER  
UNBESTRITTEN.**

PATRICK PÜNTENER IST MITGLIED DER  
GESCHÄFTSLEITUNG DER ITSYSTEMS AG,  
[PATRICK.PUENTENER@ITSYSTEMS.CH](mailto:PATRICK.PUENTENER@ITSYSTEMS.CH)

**Patrick Püntener**