INSPIRO

ein
Denkanstoß

zur Revolutionierung von Bewertungsplattformen

erdacht und erarbeitet von
Jens Prausnitz
im Sommer 2010

Stand Oktober 2012

Ausgangsüberlegung.

Seit Jahren ärgere ich mich über die "Vorschläge", die mir online Shops wie amazon oder iTunes aufgrund meines Einkaufsverhaltens (und dem anderer Kunden) unterbreiten. Ich bewerte versuchsmäßig seit Jahren, aber es kommt immer nur Murks dabei heraus, der mit mir nichts zu tun hat, und mir auch nach Jahren nicht ähnlicher wird. Dabei ist längst wissenschaftlich belegt, dass unsere Vorlieben unseren Charakter widerspiegeln, und wer wirft beim Besuch in fremden Wohnungen nicht gerne einen Blick ins Bücher- und CD Regal?

Analyse.

Der Fehler der beiden oben genannten Plattformen, wie auch anderer ist, das in erster Linie etwas verkauft werden soll, ohne die Ränder des breiten Massengeschmacks zu berücksichtigen, und ohne den "long tail" des Internets auch nur Ansatzweise zu nutzen. Aber auch reine Bewertungsplattformen und Communities wie moviepilot.de begehen noch Fehler, auch wenn ihre Empfehlungen deutlich besser ausfallen. Was hier noch unberücksichtigt bleibt, ist das soziale Netz jedes Einzelnen. INSPIRO kann und wird das ändern.

1) Google+ kommt mit den “Circles” einer Grundlage endlich näher, nämlich seine Kontakte zu sortieren, und es ist deutlich umgänglicher als die Freundeslisten bei facebook. Allerdings ginge es auch einfacher, und jeder ist daran gewöhnt, aber nirgendwo gibt es das bisher naheliegendste: seine **Kontakte mit dem erprobten 5 Sterne System** “bewerten” zu können.

Der Vorteil liegt klar auf der Hand, es bleibt immer bei 5 Kategorien, und nicht einhundert. Und unser soziales Verhalten ist nun auch wieder nicht so komplex, das wir mehr als 5 Kategorien bräuchten. Erwiesen ist, das wir zu mehr als 150 Kontakten, die diese Bezeichnung auch verdienen gar nicht in der Lage sind.

Zur Hilfestellung gibt man zu jeder möglichen Bewertung an, wie viele Menschen man in der jeweiligen Gruppe haben “sollte”, und gibt darüber hinaus Beispiele an.

***** <5 Beste Freunde, Seelenverwandte. Wen man anruft wenn man Liebeskummer, eine Krise oder ähnliches hat.

**** <20 Wahlverwandtschaft, eventuell die eigenen Eltern, gute Freunde. Leute mit denen man ins Kino und anschließend Essen gehen kann, die man bei sich übernachten lässt.

*** <50 Bekanntschaften, Studien- und Arbeitskollegen. Man sieht sich regelmäßig, nimmt Anteil, verleiht auch mal ein Buch.

** <100 Leute von denen man noch nicht weiß, wo man sie einordnen soll, oder die früher mal zu obigen Kategorien gehört haben.

* <∞ oder der ganze Rest. Mal auf einer Party getroffen, oder guten Kommentar im Internet gelesen.

0 Sterne - Die böse Schwiegermutter und wer sonst so auf der persönlichen Blacklist steht. Womit ich schon fast bei Punkt zwei wäre. Nur eins noch.

Diese Bewertung ist dynamisch, wie das Leben und geht nur einen selbst etwas an. Niemand der eigenen Kontakte erfährt davon, wie wir ihn oder sie eingeordnet haben.

2)Die **White-** und **Blacklist**. Wichtig ist nicht was wir einkaufen, liebes amazon und iTunes. Wir kaufen auch für andere, und viel wichtiger: wir tätigen mehr Fehlkäufe als Treffer. Selbst wenn wir die Produkte hinterher bewerten, heißt das noch lange nicht, dass wir alles mit 5 Sternen aus dem brennenden Eigenheim retten, oder gar mit auf die einsame Insel nehmen.

Darüber können unsere Lieblingslisten Auskunft geben. Aber wie heißt es so schön: Keep your friends close, but your enemies closer. Daher auch das MUSS einer Blacklist.

Jeder Nutzer von INSPIRO legt in den möglichen Bereichen FILM & TV, MUSIK, LITERATUR, etc. zwei Listen an. Die *Whitelist* darf bis zu 100 Titeln umfassen, die *Blacklist* hingegen ist nach oben bzw. unten offen :-) Wer auf seiner Whitelist keine 100 Titel zusammen bekommt, muss sie nicht auf Biegen und Brechen füllen. Dazu ist INSPIRO ja da. Wer hingegen mehr als 100 Titel / Bands / Autoren hat, dem wird empfohlen die üblichen Verdächtigen zu streichen - hier kann man Bestenlisten via API von imdb und amazon etc. einbinden, damit die ganzen Harry Potters, Krieg der Sterne und U2 draußen bleiben. Und damit die gleichen Autoren, Regisseure und Bands nicht mehrfach vertreten sind, wählt man eben nur das von einem selbst favorisierte Werk. Je schwerer einem das fällt, desto besser.

Allein diese Maßnahme wird die Trefferquote automatisch auf das Niveau von beispielsweise moviepilot bringen.

Der Clou allerdings ist, dies mit der Sternchenbewertung unserer Kontakte zu verknüpfen. Denn von wem erfahren wir denn am ehesten welchen Film man sehen, Band man hören oder Buch man lesen soll? Von unseren besten Freunden. In jedem Alter.

Ausschlaggebendes Kriterium ist also nicht die Summe der Übereinstimmungen auf einer Liste, sondern mit *wem* es diese gibt. Und hier wird nur bei 5 Sterne-Verbindungen "durchempfohlen" Das nächstswichtigste Kriterium ist die Blacklist. Erst an dritter Stelle kommt die Whitelist.

Selbst wenn also mit jemanden nahezu 90% der Titel auf der Whitelist übereinstimmen, wird nur der Titel empfohlen, der sich auch auf den Whitelists von 5 Sterne Kontakten (und automatisch auch derer 5 Sterne Kontakte 2ten und 3ten Grades) befindet.

3) Und wer stellt sicher, dass das funktioniert? Der, den bisher niemand gefragt hat, und das ist der Clou: der User selbst. **Gebt** endlich **uns die Macht über unsere Algorithmen**, mit zu bedienenden **Schiebereglern** und **sofortigem Feedback** in unseren Vorschlagslisten. Lasst jeden selbst einstellen, wie sehr er sich selbst bescheißen möchte, wie sehr er tatsächlich "Neues" möchte, dabei aber ewige Variationen des "Immergleichen" meint. Das kann nur jeder selbst beurteilen, und dann je nach Stimmung dynamisch anpassen.

Schluß mit dem "one size fits all" Algorithmen - das tun sie eben nie: passen. Aber heute ist es doch machbar das jeden für sich selbst beurteilen zu lassen, und allein die Variablen **fünf Sterne**, **White-** und **Blacklist** sowie wieviele Empfehlungen bis zu welchem **Bekanntheitsgrad** wollen wir mit dem frei zugänglichen **Best-of-Listen** und **Verkaufsrängen** genügen für ein genaueres Bild von uns, als wir jemals hatten.

4) Weniger ist mehr. Wer Vorschläge möchte, bekommt auch welche. Allerdings nie mehr als drei. Wenn wir auf Google suchen, wie oft klicken wir noch auf Links der zweiten, dritten oder x-ten Seite? Das Internet läuft auch so schon über.

Und der Grundgedanke hinter INSPIRO ist, das man sich auf das Wesentliche beschränkt. Mit drei Vorschlägen kann man sich noch auseinander setzen. Bei vieren hat man schon keine rechte Lust mehr.

Jede von INSPIRO ausgesprochene Empfehlung verlinkt nicht nur zu weiterführenden Informationen wie imdb, wikipedia, rottentomatoes, Band-Webseiten, etc. sondern möglichst auch zur lokalen Buchhandlung oder Plattenladen. Hier steckt der Gedanke zur Finanzierung - nein, wir wollen nicht iTunes, amazon oder andere große Player fördern, sondern die Vielfalt stärken. Es bleibt ja jedem frei gestellt, wo er sich seine Platten kauft, aber warum verbindet man nicht eine Message mit der Empfehlung? Einen "call-to-action" der dem Einzelhandel hilft, oder tollen start-up-Unternehmen? Kurz: der die Vielfalt und nicht den Einheitsbrei unterstützt. Für die Vermittlung kann man dann vielleicht einen Euro aufschlagen. Davon könnten dann zum Beispiel die Botschafter bezahlt werden. Bitte wer?

4) Botschafter. Hab ich doch gerade gesagt. Die muss man sich wie Gruppenmoderatoren vorstellen, Spezialisten auf ihrem Gebiet, für Horrorfilme, Fantasy-Literatur oder Speed Metal - und Botschafter gucken sich die Empfehlungen, die unsere Algorithmen ausspucken noch mal an, und versieht sie möglicherweise noch mit einem Hinweis oder persönlichem Text, Link etc. Manches kann auch im Gruppenchat diskutiert werden, wenn der Botschafter mal selber nicht weiter weiß. Wer sich hier verdient macht, bekommt Punkte (oder ähnliches - es geht darum, das die Community jene aufwerten kann, die was zu sagen haben). Und wer wirklich gut ist, durch Wissen glänzt weil er vielen hilft Neues zu entdecken, kann Botschafter werden. Und hier wird gewechselt, rotiert, alles schön basisdemokratisch. Das regelt die Community selbst im Handumdrehen. Außerdem stellt der Botschafter Links zu Neuveröffentlichungen vor, und wertet interne, statistische Daten aus: Aufsteiger des Monats, beliebteste Tipps, etc.

INSPIRO will lebhafte Diskussionen anregen.

INSPIRO wird dir nichts verkaufen.

INSPIRO will mit dir reden.

INSPIRO macht Kultur lebendiger.

INSPIRO will weg vom Einheitsbrei.

INSPIRO bringt lange Vergessenes wieder zum Vorschein.

INSPIRO bringt dich anderen Menschen näher.

INSPIRO hat Spaß an einem Bildungsauftrag.

INSPIRO revolutioniert unser Kulturverständnis.

INSPIRO ist Kultur.

INSPIRO braucht dringend einen besseren Namen.