



Wer wird Kanzler, wer bekommt den Oscar, wer wird ein Star? Bestimmte Entwicklungen lassen sich durch Beobachtung des Internets voraussagen, glauben Stefan Nann und Jonas Krauß aus Köln. Foto: imago/Grafik: Günter Herfs

Blick ins Netz – Blick in die Zukunft

Wer Netzwerke im Internet beobachtet, kann die Zukunft vorhersagen. Kölner Studenten durchforsteten das Web.

VON CHRISTINE HÖLZIG

Köln. Sie wollen die Zukunft vorhersagen – welcher Film etwa den nächsten Oscar bekommt oder sogar, wer der nächste Bundeskanzler wird. Mit einer Software namens „Condor“, die speziell für die Analyse sozialer Netzwerke im Internet, wie etwa Blogs und Foren, E-Mail-Archive und Literatur-Seiten, entwickelt wurde, durchforstet ein Team um Stefan Nann und Jonas Krauß das World Wide Web nach neuen Trends und Trendsettern.

15 Jahre an Software gearbeitet

Vor gut einem Jahr sind die beiden Kölner Promotionsstudenten in die Firma Galaxyadvisors mit eingestiegen, die vor etwa zwei Jahren von Dr. Peter A. Gloor vom MIT (Massachusetts Institute of Technology) in Boston und Dr. Kai Fischbach von der Uni Köln

gegründet wurde. Das vierköpfige Team hat sich anlässlich eines Seminars, das Gloor als Gastprofessor an der Uni Köln gehalten hat, kennengelernt. Deren Software, an der Gloor mehr als 15 Jahre gearbeitet hat, soll den Blick in die Zukunft ermöglichen.

Condor analysiert sekundenschnell die aktuelle Meinungslage zu einem bestimmten Thema im Internet, basierend auf der interaktiven Kommunikation von Nutzern in diversen Blogs und Internetforen. Das Tool differenziert zwischen positiven und negativen Äußerungen. Darüber hinaus analysiert die Software die Prägnanz der jeweiligen Einträge und untersucht mit welcher Intensität die Leute im Internet kommunizieren – reagieren sie auf neue Blogbeiträge, nehmen sie regelmäßig an Diskussionsrunden teil oder sind sie regelmäßig in Foren aktiv?

Prinzipiell könne das Team von Galaxyadvisors alles analysieren,

worüber im Internet diskutiert wird. „Wir können zwar das nächste Erdbeben nicht vorhersagen“, erklärt Firmengründer Gloor. „Aber wir können vorhersagen, was die Menschen glauben, wann das nächste Erdbeben kommt.“

Die Software ermöglicht es, viel schneller und auch günstiger als mit Hilfe von traditionellen Meinungsumfragen an aktuelle Daten heranzukommen. Denn je früher man Trendsetter bestimmen kann, desto schneller erkennt man neue Entwicklungen. Im Vergleich zu Online-Prognosemärkten, wie etwa „Hubdub“, wo Nutzer virtuelle Wetten auf das Eintreten von tatsächlichen Nachrichten abschließen, grasen Nann, Krauß und Gloor Foren und Blogs ab, in denen Nutzer unabhängig von künstlicher Anreizsetzung und Wett- oder Gewinnchancen schreiben und diskutieren. „Wir vermuten, dass die Leute in Blogs und Foren eher die ‚Wahrheit‘ aus eigener Motivation heraus sagen als in einem künstlich aufgesetzten Prognosemarkt.“

Die Kalkulation von Trends im Internet ist nichts Neues. Google hat erst kürzlich verkündet, dass das eigene Webtool Google Trends eine Grippewellen früher vorhersagen könne, als die amerikanische Gesundheitsbehörde. Mit Google Flu Trends werden Suchdaten ausgewertet, um einen umfassenden Einblick in die Ausbreitung von Grippeviren zu bekommen. In den Regionen, in de-

nen die Influenza grassiert, häufen sich auch die Online-Anfragen im Internet speziell zu diesem Thema. Google habe einen Zusammenhang feststellen können zwischen Personen, die nach themenbezogenen Informationen suchen und Personen, die tatsächlich an der Grippe erkrankt seien. Galaxyadvisors will noch einen

Schritt weiter gehen und die weltgrößte Suchmaschine an Aktualität und Genauigkeit übertreffen. „Google Trends untersucht, wie oft ein Thema im Web diskutiert wird. Wir multiplizieren aber noch den Faktor der ‚Betweenness‘ hinzu, also die Wichtigkeit einer bestimmten Person, eines Themas oder eines Konzeptes im Internet“, erklärt Krauß. „Sagen wir mal, wenn jemand 100 Freunde hat, die alle in ein und demselben Kegelverein sind, dann ist dieser jemand weniger wichtig, als jemand der nur zwei Freunde hat, diese dann aber Angela Merkel und Franz Beckenbauer heißen.“

„Wir können zwar nicht das nächste Erdbeben vorhersagen. Aber wir können vorhersagen, was die Menschen glauben, wann das nächste Erdbeben kommt.“
DR. PETER A. GLOORE, MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY

Auf die Internet-Trendforschung übertragen bedeutet dies, dass die Wichtigkeit einer Äuße-

rung mit der Position des Sprechers in der vernetzten Kommunikation steht und fällt. „Schlüsselpersonen vernetzen die Gruppen miteinander“ erklärt Nann. „Denn wenn derjenige mit den 100 Kegelkollegen sich nur in der Gruppe der Kegler bewegt, kann sich der andere, der zwar nur zwei Kontakte hat, diese zwei aber eben Merkel und Beckenbauer sind, im sozialen Netzwerk einer Kanzlerin und eines Fußballstars bewegen.“

Oscar-Gewinner ermittelt
Was die Internet-Trendforscher da treiben, erscheint im ersten Augenblick vielleicht wie grober Unsinn, aber der Erfolg spricht für die Jungunternehmer. Um die Oscar-Gewinner von 2007 bestimmen zu können, untersuchte das vierköpfige Team im Vorfeld die Internet-Filmplattform IMDb und erstellte mit Hilfe von der Software eine Liste mit den zehn meist diskutierten Filmen. Neun von diesen wurden für den Oscar nominiert, fünf wurden tatsächlich prämiert. Momentan analysieren Nann, Krauß und Gloor die Kursverläufe von Aktien. „Bisher haben wir feststellen können, dass es einen Zusammenhang zwischen dem Gerede im Internet und dem tatsächlichen Verlauf von Aktienkursen gibt“, erklärt Gloor. Sie wollen diese Ergebnisse nutzen, um ein Verfahren zur Vorhersage von Aktienkursen zu entwickeln. Zu seinen Kunden kann das Team bislang eine Schweizer Großbank, einen amerikanischen Pharmakonzern und sogar einen Fußballclub zählen. Weitere Firmen zeigen Interesse. Die Zukunft kann für die Jungunternehmer kommen.



Der Zukunft zugewandt: Die Kölner Studenten Jonas Krauß (links) und Stefan Noor. Foto: privat

Lernen online: Trainingsplattform made in Aachen

Der Internet-Karteikartentrainer Cobocards hilft beim Büffeln. Ob Matheformel, Medizin-Schaubild oder Jura-Paragraf.

VON MARC HECKERT

Aachen. „Dank Cobocards 7 Prüfungen bestanden“ steht auf dem Schild an der Wand des Büros in der Aachener Augustastraße. „Der Satz stammt von einem Studenten, der uns auf einer Messe angesprochen hat“, sagt Ali Yildirim. Mit Hilfe des in Aachen entwickelten Online-Karteikartensystems hatte sich der junge Mann erfolgreich durchs Studium geackert.

Für Lernpreis nominiert

Der dankbare Prüfling ist nicht alleine. Rund 2500 Benutzer, so schätzen Yildirim und sein Geschäftspartner Tamim Said, verwenden das vor einem Jahr online gegangene System bereits, um sich Lerninhalte zu erschließen und sich auf Klausuren und Hausarbeiten vorzubereiten.

Die über www.cobocards.com aufrufbare Plattform ist mehr als ein Vokabeltrainer. Alle Arten von Unterrichtsstoff von Algebra bis

Wirtschaftswissenschaften lassen sich auf Karteikarten anlegen, Grafiken und komplexe mathematische Formeln inbegriffen. Da die Seite von überall aus aufgerufen werden kann, können sich Schüler und Studenten auch in Gruppen durch ihren Stoff wühlen. Im Team büffelt es sich besser.

Gelernt werde dabei nach dem Fünf-Fächer-Prinzip, erklärt Yildirim. „Habe ich ein Thema gelernt, kommt es ins nächste Fach.“ Nach vierfacher Wiedervorlage dürfte dann auch die letzte Vokabel langfristig verinnerlicht sein.

„Das Besondere ist, dass das System so einfach ist“, gibt sich der 30-jährige Diplom-Kaufmann überzeugt. Das sehen auch andere so: Die von Yildirim und Said konzipierte und dem Informatiker Jamil Soufan programmierte Seite wurde für den Deutschen E-Learning-Innovations- und Nachwuchs-Award nominiert.

Die einfache Bedienbarkeit mache Cobocards für alle möglichen Arten von Anwendungen attrak-

tiv, erläutert der Firmengründer. „Manche Leute nutzen es für gedankliche Notizen, oder um Präsentationen zu erstellen.“ Ein Leh-

rer etwa erstelle damit Inhalte für den Unterricht der 7. bis 10. Klasse, seine Schüler lernten mit Cobocards, „und seine Tochter be-

reitet sich damit auf Diktate vor“. Wie sich das Angebot im Unterricht nutzen lässt, beschreibt Nils van den Boom, Lehrer im Referendariat in Bonn, auf der Pädagogen-Webseite Lehrer-Online.de. Für jeden im Unterricht eingeführten Begriff lasse er einen Schüler eine Karte anfertigen, die vom Rest der Klasse verbessert werde. „Es kann sich dadurch eine ähnliche Dynamik wie in einem Wiki entwickeln, und die einzelnen Karten reifen mit der Zeit immer mehr.“

Premium-Version geplant

Cobocards ist zwar kostenlos. Den Machern schwebt aber vor, im Lauf des Jahres eine zweite, kostenpflichtige Premium-Version mit erweitertem Funktionsumfang anzubieten – „etwa mit mehr Bildmaterial pro Karte, Statistiken und Verwaltungsmöglichkeiten“, skizziert Yildirim. So werden wohl noch einige weitere Prüfungen bestanden werden – dank des Know-Hows aus Aachen.



Von null auf 2500 Nutzer innerhalb eines Jahres: die Cobocards-Firmengründer Ali Yildirim (links) und Tamim Said. Foto: Marc Heckert

UPDATE



Revolution bringt Demokratie:

Nach heftigen Protesten im US-Netzwerk Facebook über neue Geschäftsbedingungen gibt sich dessen Chef Mark Zuckerberg (Bild) reumütig. Von nun an wird abgestimmt: Wenn mehr als 30 Prozent der aktiven Mitglieder eine Änderung befürworten, wird sie eingeführt. Die kritisierten Regeln sahen vor, dass Facebook Inhalte seiner Nutzer wie Fotos oder Texte auch speichern darf, wenn die Eigentümer ihre Mitgliedschaft beendet haben. Nach dem Massenaufstand der Facebook-Mitglieder wurden die Klauseln flugs gestrichen.



Drahtlos durch die Hauptstadt:

Berlin will ein kostenloses WLAN-Netz aufbauen. Den Anfang machen die Straßen Unter den Linden und Kurfürstendamm (Bild). Ist die einjährige Pilotphase erfolgreich, soll im gesamten Stadtgebiet innerhalb des S-Bahn-Rings frei gesurft werden können. Touristen aus Aachen könnte die neue Freiheit vertraut vorkommen: Ein flächendeckendes WLAN-Netz – eines der größten in Deutschland – gibt es bereits in der Kaiserstadt. Über die rund 3100 Hotspots des Anbieters „Öcher Netz“ lassen sich im Stadtgebiet die Wikipedia, die Seiten der Stadt Aachen, der drei Hochschulen, des Theaters und des Verkehrsverbundes AVV frei aufrufen. Ein voller Zugang ist allerdings gebührenpflichtig.



Eine Stadt will Google:

Ein bizarres Problem plagt die Stadtverwaltung des 8000-Einwohner-Ortchens Eu in der Normandie (Bild). Ihr Dorf ist über Google kaum auffindbar – Schuld ist die Namensgleichheit mit dem allgegenwärtigen Kürzel „EU“ der Europäischen Union. Aus Angst, von Touristen übersehen zu werden, soll das Dorf umbenannt werden, etwa in Ville d'Eu, Eu-le-Château oder Eu-en-Normandie. Im Internet ist es schon jetzt unter www.ville-eu.fr zu finden.

ONLINE-INFO

Machen Sie mit bei uns im Internet

► Diskutieren Sie mit in unseren Online-Foren! <http://forum.az-web.de>

► Werden Sie Autor! In Ihrem Blog bei uns. Einfach online anmelden. <http://blogs.az-web.de>

► Sagen Sie Ihre Meinung zu unseren Artikeln: www.az-web.de

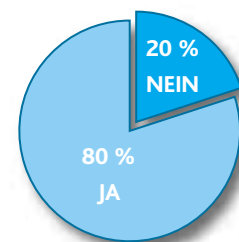
► Sie möchten einen Leserbrief online an die Redaktion schicken? <http://leserbrief.az-web.de>

FRAGE DER WOCHE

Opel-Sanierung: Soll der Staat helfen?

Stimmen Sie ab: www.az-web.de

Die Frage der vergangenen Woche: **Tolle Tage: Sind Sie froh, dass Karneval wieder vorbei ist?**



KONTAKT

Online-Redaktion (montags bis freitags, 10 bis 18 Uhr)
Tel.: 0241/5101-357
Fax: 0241/5101-360
vernetzt@zeitungsverlag-aachen.de