

# Auf Trendsuche im Internetforum

Zwei Promotionsstudenten aus der Region analysieren mit einer speziellen Software Äußerungen im Netz

Von Antje Hesse

**KÖLN.** In Foren, Netzwerken und Blogs diskutieren Internetnutzer das, was sie gerade beschäftigt: vom letzten Kinofilm, den sie gesehen haben, bis hin zu den neuesten Plänen der Bundesregierung. Dass es einen Zusammenhang zwischen dem Gerede im Netz und sich entwickelnden Trends gibt, davon sind die beiden Kölner Promotionsstudenten Jonas Krauß (27) und Stefan Nann (27) überzeugt. Mit einer speziellen Software analysieren sie Äußerungen im Web, um Trends vorauszusagen – welcher Film Kandidat für den Oscar ist, wer der nächste Bundeskanzler wird oder wie Aktienkurse verlaufen.

„Der Vorteil gegenüber Meinungsumfragen ist, dass unsere Analyse viel schneller geht und billiger ist“, sagt Jonas Krauß, der aus Sankt Augustin stammt. „Wir müssen keine Teilnehmer suchen, und wir haben kein Problem mit falschen Angaben. Denn die Leute, die sich in Foren äußern, sind von sich aus motiviert, richtige Angaben zu machen, sich mit anderen auszutauschen.“

Vor anderhalb Jahren sind die beiden jungen Wirtschaftsinformatiker in die Firma „galaxyadvisors“ des Schweizer Informatikers Peter Gloor vom Massachusetts Institute of Technology und Kai Fischbach, wissenschaftlicher Mitarbeiter der Uni Köln, eingestiegen. 15 Jahre lang hat Gloor bestimmte Algorithmen entwickelt, mit denen die Software arbeitet. Das Programm „Condor“ analysiert sekundenschnell die Meinungslage zu einem bestimmten Thema im Netz. Das Tool durchsucht Web-Seiten, Foren und Blogs nach positiven und negativen Aussagen und wertet – ähnlich wie eine Suchmaschine – die Relevanz der Einträge aus. Entscheidend ist etwa, wie viele Links auf die Seite führen und mit welcher Intensität die Nutzer kommunizieren – ob es zum Beispiel Antworten auf Einträge und Kommentare zu Äußerungen gibt.

„Wir gucken aber nicht nur, wie über ein bestimmtes Thema geredet wird, sondern auch wer über das Thema redet“, erklärt Krauß. Es geht um den Faktor der „Betweenness Centrality“, mit dessen Berücksichtigung sich das vierköpfige Team auch von anderen



Recherche im weltweiten Netz: Stefan Nann und Jonas Krauß (rechts) bei der Arbeit. FOTO: PRIVAT

Online-Trendforschern wie zum Beispiel Google absetzen wolle. Gemeint ist die Position eines Akteurs in der vernetzten Kommunikation, die entscheidend dafür ist, wie einflussreich seine Äußerung ist. „Man ist immer nur so wichtig

wie die Freunde, die man hat“, sagt Krauß. Jemand, der hundert Freunde im Kegelclub habe, sei weniger einflussreich als jemand mit nur zwei Freunden, die aber Angela Merkel und Franz Beckenbauer heißen. Das Tool filtert die

„Betweenness Centrality“ einer Person heraus, indem es zum Beispiel untersucht, welche Kontakte die Person in sozialen Netzwerken hat, wie viele Antworten sie auf Einträge bekommt und von wem.

Und wie steht es da um den Datenschutz? „Wir analysieren nur das, was öffentlich verfügbar ist“, sagt Krauß, „das, was man auch über Google findet.“ Netzwerke oder Foren, in denen die Nutzer sich anmelden müssten, würden nicht analysiert.

Für eine Schweizer Großbank, einen amerikanischen Pharmakonzern und einen Fußballclub ist das Team bereits im Netz auf Trendsuche gegangen. Vor der Oscar-Verleihung 2007 analysierten sie das Gerede auf einer beliebigen Filmplattform und erstellten eine Liste mit zehn Favoriten. Neun davon wurden für den Oscar nominiert, fünf gewannen tatsächlich einen. Im akademischen Bereich beschäftigen sich die Trendforscher mit der Frage, wie sie den Verlauf von Aktienkursen vorhersehen können. „Bisher haben wir belegen können, dass es einen Zusammenhang zwischen der Kommunikation im Internet und dem Verlauf gibt“, sagt Krauß.