

Wirtschaftsblatt

DAS STANDORTMAGAZIN FÜR KÖLN-BONN-AACHEN

Netzwerk der Standort-Akteure
138.000 Gesamtauflage

PLATTFORM DES DEUTSCHEN MITTELSTANDS. MIT 138.000 GESAMTAUFLAGE AN DIE STÄRKSTEN UNTERNEHMEN.

AUSGABE 2/11 4. JAHRGANG 5,- EURO



Innovationsmotor Hochschule

Neue Geschäftsmodelle durch Nutzung innovativer Technologien

Leverkusen setzt auf Bildung

Wirtschaft und öffentliche Bildungsträger kämpfen Hand in Hand für Nachwuchs-Qualifizierung

Schöne neue Arbeitswelt

Wie die Arbeitsplätze von heute aussehen

Die Speerspitze der deutschen Wirtschaft

Was man von den Hidden Champions lernen kann

INTERVIEW

Wolfgang Schäuble
über Eurohilfen,
Steuern und den
Schuldenstaat

Stille Zuhörer

Sie stellen keine Fragen. Marc Egger und André Lang geben der Marktforschung mit ihrem Unternehmen Insius UG eine neue Dimension. Sie werten Antworten aus. Online. Und mit wichtigen Erkenntnissen für die Marketingstrategien ihrer Kunden.

Eine Frage impliziert immer eine mögliche Beeinflussung des Befragten. Doch wer einfach nur zuhört, bekommt ehrliche Antworten, auf Fragen, die nie gestellt wurden“, vergleicht Marc Egger, Doktorand der Wirtschaftsinformatik an der Universität zu Köln, die herkömmliche Marktforschung mit seiner Geschäftsidee. Mit seinem ehemaligen Kommilitonen André Lang hat er vor drei Jahren den Grundstein für sein Start-up-Unternehmen „Insius“ gelegt. „Wir sind im Rahmen eines Marketingseminars der einfachen Frage nachgegangen, ob man das, was im Internet an Meinungen ausgetauscht wird, in der Marktforschung verwenden kann“, erinnert er sich.

Die Antwort: Man kann: Vorausgesetzt, man entwickelt eine Software, die sich in die virtuellen Kommunikationsforen hineinliest und effizient Bewertungen zu einer Marke, einem Produkt oder einem Unternehmen auswertet. Ein Prototyp wurde entwickelt und innerhalb des vergangenen Jahres – dank des einjährigen EXIST-Stipendium beider Unternehmensgründer – erfolgreich zur Marktreife gebracht.

Wissen, wie der Nutzer klickt

Während die Software Millionen diverser Produktrezensionen durchstöbert, dabei dank Computerlinguistik und künstlicher Intelligenz wichtige Begriffe von unwichtigen, positive von negativen unterscheidet und sogenannte Denkstrukturen und Assoziationsketten der Gesprächspartner erkennt und aufzeigt, entsteht ein Gesamtbild, das am Ende der Erhebung in einer übersichtlichen Grafik dargestellt werden kann. Eine Art Assoziationsnetzwerk, um dessen Zentrum (Marke, Produkt, Image) sich die herausgefilterten Begriffe gruppieren. „Je näher ein Begriff



**Machen das Internet für Marketinganalysen nutzbar:
André Lang (l.) und Marc Egger, Gründer der Insius UG**

dem Zentrum zugeordnet wird, umso intensiver wird er diskutiert, und umso stärker wirkt er im Gesamtbild der Marke“, erklärt Egger. „Die Polarität der Begrifflichkeiten wird durch die Farben grün, positiv, und rot, negativ, kenntlich gemacht.“

Betrachtet man beispielsweise Köln als Marke, führt Egger ein Beispiel an. Insius analysierte 1.000 ausgewertete Stimmen in diversen Foren. „Die positiven Konnotationen überwiegen“, so der Jungunternehmer. „Wenige Kritikpunkte befinden sich zentral an der Marke Köln. Die Grafik lässt sich auf weitere Ebenen bis zur tatsächlichen Äußerung im Netz herunterbrechen, sodass die Zusammenhänge, in denen die Bewertung vorgenommen wurde, ebenfalls sichtbar und damit nachvollziehbar werden.“ So liefert die Analyse wichtige Erkenntnisse, um gezielt neue Marketingimpulse für ein Produkt zu setzen.

Anfangs als *Brand Network Analysis (BNA)* auf den Weg gebracht, bei der Unternehmen mit dieser Methode schnell und effizient ihr Markenimage aus der „Meinung der Masse“ ablesen können sollten, lässt sich diese Netzwerkanalyse längst auf einzelne Produkte wie auch spezifische Themen anwenden. „Firmen, die von dieser Chance erfahren, sind begeistert. Das Interesse ist groß“, freuen sich die Geschäftsführer, die unlängst auf der CeBit in Hannover für ihre Geschäftsidee geehrt wurden: Unter 300 Teilnehmern wurde Insius mit dem Preis „Gründerwettbewerb – IKT innovativ“ ausgezeichnet. ■

Insius UG (haftungsbeschränkt)
Eupener Straße 165 · 50933 Köln
Tel.: 0221 / 91 39 32 69
info@insius.com
www.insius.com