

3. COIN-Ausschreibung „Aufbau“



Projekt:
OPMIN 2.0

Förderungsnehmer:
FH OÖ Forschungs & Entwicklungs GmbH

Kurzfassung

Das *Web 2.0* beeinflusst und gestaltet die Art und Weise unserer Kommunikation maßgeblich: Konsumenten tauschen sich über Web 2.0 Anwendungen wie Wikis, Blogs, Community Sites aus und generieren von sich aus Informationen zu Produkten, Marken und Unternehmen. Die benutzergenerierten Inhalte (sog. „user generated content“) beinhalten wesentliche marktforschungsrelevante Informationen für Unternehmen und Organisationen - sofern diese aufgefunden und systematisch aufbereitet werden. Diese Inhalte sind die Basis für eine neuartige Herangehensweise, um über das Web global zugängliche Benutzerbedürfnisse in strategische, taktische und operative Planungen und Maßnahmen einfließen zu lassen und daraus, sowohl als Teilnehmer in einem kleinen, österreichischen Markt als auch international, entscheidende Wettbewerbsvorteile zu generieren.

Im Rahmen wissenschaftlicher Methoden des „*Opinion Minings*“ werden benutzergenerierte Inhalte in einem mehrstufigen Prozess systematisch analysiert und aufbereitet. Dazu kommt ein *Methoden-Pool* aus *Web-Crawling* zur Informationsbeschaffung, bewährten *Text Mining* Methoden, *linguistischen Algorithmen*, *Information Retrieval Ansätzen* zur Inhaltsanalyse und -kondensierung und *semantischen Netzen* zur Informationsaufbereitung zum Einsatz.

Bestehende Ansätze zum Opinion Mining, insbesondere auf Web 2.0-Angebote sind in der Wissenschaft lediglich vereinzelt zu finden. Primärer **Forschungsbedarf** ergibt sich sowohl aus der fehlenden Methoden-Kombination, als auch aus der fehlenden Reife vorhandener Systeme, mit linguistisch und grammatikalisch widersprüchlichen oder gar falschen Informationen aus Web 2.0 Quellen umzugehen. Sekundärer Forschungsbedarf lässt sich aus den bisher fehlenden praktischen Einsätzen in der Wirtschaft ableiten.

Das globale **Ziel** des vorliegenden Projekts ist es daher, eine den Anforderungen von Wirtschaftspartnern entsprechende **Vorgehensweise** sowie eine **prototypische Software-Umsetzung von „Opinion Mining“** zu entwickeln, welche aus Web 2.0-Quellen Informationen zu Unternehmen, Marken und Produkten selektiert, Meinungen und Stimmungen extrahiert, analysiert und systematisch visualisiert mit dem Ziel daraus ein marktfähiges Produkt zu entwickeln. Damit wird der Wirtschaft eine weitgehend automatisierte Methode zur systematischen Aufbereitung qualitativer Marktforschungsdaten und somit Erkenntnisse über Produkte, Marken und das Unternehmen selbst, geliefert. Zur Zielerreichung findet im Projekt OPMIN 2.0 in sieben Arbeitspaketen ein



3. COIN-Ausschreibung „Aufbau“

Wechselspiel zwischen wissenschaftlich-konzeptionellen Arbeitsphasen zum fachlich-inhaltlichen Kompetenzaufbau und Unternehmens-involvierenden Arbeitsphasen zur praktischen Kompetenzanwendung statt.

Die **wissenschaftlichen Erkenntnisse** liegen in der Weiterentwicklung von Methoden, Algorithmen und deren Anwendung im Forschungsfeld „Opinion Mining“. Die **wirtschaftlichen Erkenntnisse** spiegeln sich sowohl in zahlreichen Fach-Publikationen als auch einem bei den Partner-Unternehmen eingesetzten Software-Prototypen wider und führt letztendlich eine Lancierung eines marktfähigen Produkts im Bereich Opinion Mining über ein Startup-Unternehmen herbei. Weiters bietet es sich an, die erworbenen Erkenntnisse in bis zu 11 potenziellen Lehrveranstaltungen an den beiden FH OÖ Standorten einzusetzen (in den Studiengängen Marketing und Electronic Business, Software Engineering und Medizin- und Bioinformatik).