

## Innovation Signals

### Innovation Signals – Development of a Social Web Innovation Signals Amplifier System

<b>Trägerorganisation</b>	Salzburg Research Forschungsgesellschaft m.b.H.	
<b>Kooperationspartner</b>	-	
<b>Tätigkeitsbereich</b>	Verknüpfung von „social media mining“-Technologien mit strategischem Foresight und Innovationsmanagement	
<b>Kontakt</b>	Dr. Markus Lassnig Jakob Haringer Straße 5/3; A-5020 Salzburg +43-662-2288-302 markus.lassnig@salzburgresearch.at www.salzburgresearch.at	

#### Inhaltlicher Schwerpunkt

Um die Unternehmen der Sport-, Freizeit- und Konsumgüterindustrie in der proaktiven Identifikation von aufkommenden Trends und Umfeldentwicklungen zu unterstützen, setzt sich das Research Studio *Innovation Signals* mit der effizienten und frühzeitigen Analyse der sich aus dem „social web“ (soziale Medien und Netzwerke) ergebenden Informationsvielfalt auseinander.

Konkret wird zuerst eine „social media mining“-Technologie zur Identifikation und dem Monitoring von frühzeitigen Trendsignalen (auf Deutsch) aus dem „social web“ erstellt. Bei diesen Signalen handelt es sich um einzelne Wörter und Formulierungen in sozialen Medien und Netzwerken, die oftmals zusammenhanglos erscheinen können. Vor diesem Hintergrund fokussiert ein nächster Schritt die Entwicklung einer Methode zur Interpretation, Kontextualisierung und Bewertung dieser Signale bzw. Ergebnisse des „social media minings“. Darauf aufbauend werden durch das Research Studio Innovationspotenziale, strategische Empfehlungen und konkrete Ideen für die entsprechenden Unternehmen ausgearbeitet.

In diesem Wege trägt das Research Studio *Innovation Signals* zu einer Zusammenführung von „social media mining“-Technologien, strategischen Foresight-Prozessen und Innovationsmanagement bei.

#### Wirtschaftliches Potenzial und Verwertung

*Innovation Signals* spricht mit seiner Kombination von „social media mining“-Technologie mit einer entsprechende Interpretationsmethode insbesondere Branchen in deutschsprachigen Ländern mit einem im „social web“ vertretenen (und daher tendenziell jüngeren) Kundensegment an. Die primäre Zielgruppe sind Unternehmen der Sport- und Freizeitindustrie in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Weiters zählen auch die Unternehmen der Konsumgüterbranche in den deutschsprachigen Ländern zu den potenziellen Kunden von *Innovation Signals*.