



Alex Emanuel Mäder

Diplomand	Alex Emanuel Mäder
Examinator	Prof. Dr. Daniel Patrick Politze
Experte	Nikolas Schaal, Oerlikon Surface Solutions AG, Balzers, FL
Themengebiet	Technologiemanagement
Projektpartner	Prevision Plus AG, Aarau, AG

# Technologie Trendmonitoring

## Potenzialanalyse von Brandwatch im Umfeld der Informationsbedürfnisse des Maschinenbaus



Abbildung 1 Partnerfirma und Technologie

**Ausgangslage:** Im Informationszeitalter werden Daten zunehmend als strategische Ressource betrachtet. Die Datenmenge auf Social Media und die Effektivität von Social-Media-Monitoring-Tools hat zugenommen. Mit der Auslandsverlagerung der Produktionsstandorte und den steigenden Bedürfnissen an wissensintensiven Dienstleistungen für den Schweizer Maschinenbau gilt es, die Erfolgspositionen zu stärken. Vor dem Hintergrund dieser Trends sind folgende Fragestellungen Gegenstand dieser Arbeit.

- Ist es möglich, mit Brandwatch (führendes Social-Media-Monitoring-Tool) die Erfolgswahrscheinlichkeit einer aufkommenden Technologie abzuschätzen?
- Welche Potenziale lassen sich im Spannungsfeld zwischen Informationsbedürfnissen der Maschinenbauer, Diskussionen auf Social Media und den Möglichkeiten von Social Media Monitoring finden?

**Vorgehen:** In einem ersten Schritt wurde die Literatur und der Stand der Technik der relevanten Themengebiete aufbereitet und Erfolgsfaktoren von Technologien davon abgeleitet. Im Schnittfeld der Funktionen von Brandwatch, den Erfolgsfaktoren und den Informationsbedürfnissen des Maschinenbaus wurden Potenziale iterativ und explorativ untersucht. Das heisst, die Vorgehensweise wurde inkrementell angepasst an die Erfahrungen der letzten Iteration, solange bis eine gewichtige Erkenntnis vorlag.

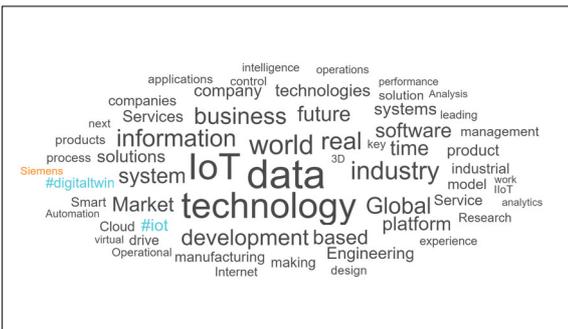


Abbildung 2 Themenfeldanalyse der Technologie "Digital Twin"

**Ergebnis:** Die erste Frage kann mit einem bewussten Nein beantwortet werden. Den Erfolg einer aufkommenden Technologie lässt sich mit Brandwatch nicht abschätzen. Dafür ist zum einen Brandwatch eher qualitativer Natur, aber auch nicht verknüpfbar mit quantitativen Methoden und zum Zweiten bedarf es für die Prognostizierung eines Erfolges einen Methoden-Mix aus leistungsstarken Modellen und Methoden. Auf die zweite Frage wurde durch die Erkenntnis der ersten Frage der Fokus eher auf verschiedene Umfeldanalysen gelegt. Mit Brandwatch lassen sich Diskussionen, Themenfelder (Abbildung 2), mögliche Absatzmärkte, relevante News Artikel und mögliche Anwendungsfelder einer Technologie im Chaos der Social-Media-Welt erkennen. Eine schlüssige Validation sowie ein grosser und tiefer Umfang der genannten Aspekte sind nicht möglich, aber es lassen sich Tendenzen erkennen.

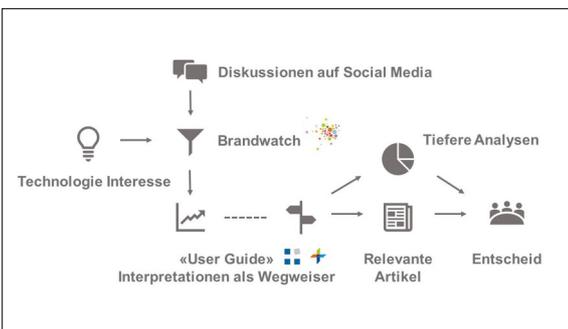


Abbildung 3 Prozess der Benutzung des "User Guide"

Als Kundennutzen wurde ein «User Guide» entwickelt, der dem strategischen Management in der Entwicklungsabteilung eines industriellen Unternehmens helfen kann, die Diskussionen auf Social Media über eine Technologie zu erfassen. Dieser Guide kann als Wegweiser für weitere Analysen dienen und als gezielte Suche von relevanten News Artikeln (Abbildung 3).

Unterstützt wurde der Autor von der Prevision Plus AG bei der Handhabung der Werkzeuge und in der Interpretation der Daten. Die digitale Agentur unterstützt Kunden bei der Ideenfindung, Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und deren Umsetzung in einem, sich stets weiterentwickelnden Umfeld.