

## Mittwoch, 22. September 2010



Nach fast einem Jahr Arbeit am Hochschulstandort Bocholt für das Forschungsprojekt AdMotional stellen Christian Schlüter, Prof. Dr. Manfred Meyer und Markus Balsam (v.l.n.r.) die ersten Ergebnisse vor. Mit der Neuentwicklung ist es möglich, ohne Abfrage von persönlichen Daten einem Nutzer zielgerichtete Werbebotschaften zu vermitteln. Wie das geht, erfahren die Besucher am Tag der offenen Tür , Mittwoch 29. September an der Fachhochschule. Foto: FHG/MV, Abdruck honorarfrei

### Ergebnisse gefühlvoll präsentiert

**Vor etwa einem Jahr startete am Hochschulstandort Bocholt der Fachhochschule Gelsenkirchen das Forschungsprojekt AdMotional . Im Projekt wurde erforscht, ob und wie es möglich ist, Online-Nutzern persönliche, emotionale, situationsbezogene und dynamische Werbebotschaften zu senden. Die ersten Ergebnisse werden nun bei einem Tag der offenen Tür der Öffentlichkeit vorgestellt: Von 9:00 bis 16:00 Uhr stehen die Türen allen interessierten Besuchern offen.**

**Bocholt/Gelsenkirchen.** Im Juni 2009 fiel der Startschuss für das gemeinsame Forschungsprojekt AdMotional der Fachhochschule Gelsenkirchen am Standort Bocholt mit dem auf Internet-Werbung spezialisierten Oberhausener Unternehmen The AdInsider , dem Gelsenkirchener Fachhochschulinstitut für Journalismus und Public Relations sowie mit der Universität Bonn am Life & Brain-Institut . Erforscht wurde die Möglichkeit, Online-Nutzern Werbung in persönlich passender Form zu übermitteln. Die ersten Ergebnisse nach einem Jahr Forschung werden am 29. September an einem Tag der offenen Tür an der Fachhochschule in Bocholt präsentiert.

Ohne Werbung lassen sich viele kostenlose Angebote im weltweiten Datennetz gar nicht mehr finanzieren , weiß Wirtschaftsinformatiker Christian Schlüter, der seit rund einem Jahr als wissenschaftlicher Mitarbeiter an dem Forschungsprojekt beteiligt ist. Dabei stellten wir uns die Frage, wie man die zur Finanzierung der kostenfreien Dienste notwendige Werbung so gestalten kann, dass sie so zielgruppengenau ist, dass der Nutzer sie als nützliche und angenehme Zusatzinformation erlebt und nicht als lästig empfindet. Dass das geht, will AdMotional beweisen: Die Bocholter Forscher programmierten verschiedene Softwarebausteine, die es ihnen ermöglichen, Nutzerverhalten zu beobachten und zu analysieren, dies fast in Echtzeit und ohne dabei Datenschutzrechte zu verletzen. Es wäre sinnlos, wenn unsere Auswertung und das speziell ausgesuchte und angepasste Werbeangebot zeitlich hinterherhinkt , beschreibt Prof. Dr. Manfred Meyer, Projektleiter von AdMotional und Informatiker am Fachbereich Maschinenbau in Bocholt, die technischen Herausforderungen. Meyer erläutert die Grundidee so: Wir gehen bei unserem System von Annahmen und Häufigkeiten aus. Besucht ein Nutzer hintereinander beispielsweise Internetseiten von Schuhen und dann noch speziell von Damenschuhen, ist dies mit hoher Wahrscheinlichkeit ein weiblicher Nutzer. Hat diese Nutzerin ein mobiles Endgerät, etwa

einen Laptop oder ein internetfähiges Mobiltelefon, dann könnte man ihr, nachdem sie zugestimmt hat, dass ihre so genannten Geodaten die Position übermittelt werden, ein für sie zugeschnittenes Werbeangebot machen. Dies können Schuh Schnäppchen in der Nähe sein oder, je nach Tageszeit, auch ein Frühstücksangebot in der Bäckerei um die Ecke.

Bis jetzt läuft das ganze System noch auf Test-Servern in einer eigens geschaffenen Webumgebung, verknüpft mit den Technikkomponenten des Kooperationspartners The AdInsider. Die Oberhausener Firma liefert unter anderem die Kontextanalyse zur Themenklassifikation, die nutzerbezogenen Informationen sowie die Basisarchitektur zur Auspielung und Verwaltung der Werbung. Das Journalismusinstitut an der Fachhochschule in Gelsenkirchen untersuchte parallel die Wirkung verschiedener Farb-, Layout und Textbausteine und entwickelte Regeln, die in die Gestaltung der Werbung mit einfließen. Auch die Ergebnisse der Forschungen der Universität Bonn, die sich mit den emotionalen Reaktionen von Probanden auf bestimmte Werbeeinhalte befasst, werden noch in das System eingepflegt.

Wir haben eine Verlängerung des Forschungsprojekts bis Mitte 2011 beantragt, damit wir noch an der Feineinstellung arbeiten können, ergänzt Meyer. Voraussichtlich Ende des kommenden Jahres steht das Gesamtsystem dem Nutzer dann zur Verfügung.

**Ihr Medienansprechpartner für weitere Informationen:**

Prof. Dr. Manfred Meyer, Bocholter Fachbereich Maschinenbau der Fachhochschule Gelsenkirchen, Telefon (02871) 2155-910, Telefax (02871) 2155-911, E-Mail [manfred.meyer@fh-gelsenkirchen.de](mailto:manfred.meyer@fh-gelsenkirchen.de)

Um Ihnen als Medienvertreter eine unmittelbare Berichterstattung zu ermöglichen, laden wir Sie herzlich zu einem gesonderten Pressegespräch ein.

**Pressegespräch zur Präsentation der ersten Ergebnisse des Forschungsprojekts AdMotioNal in Bocholt:**

Mittwoch, 29.09.2010, 10:00 bis 12:00 Uhr,  
Hochschulstandort Bocholt, Münsterstraße 265,  
Raum 2.103 (links von der Pforte am Haupteingang).

Wir würden uns sehr freuen, eine Vertreterin oder einen Vertreter Ihrer Redaktion bei dieser Veranstaltung begrüßen zu dürfen.

Autor dieser Meldung: [Michael Völkel](#)

[<- Zurück zu: Startseite](#)