SEMAMO Kurzbeschreibung

SEMAMO – **Se**mantic **Ma**rket **Mo**nitoring – ist die Bezeichnung für ein im Zeitraum März 2oo8 bis Februar 2o1o mit dem Ziel durchgeführtes Entwicklungsprojekt, aus der zunehmend im WWW verfügbaren Information in Verkaufs- und Marketingportalen aussagekräftige Management-Berichte über Markt- und Konkurrenzentwicklung in verschiedenen Branchen zu gewinnen – jedenfalls, soweit sich der Wettbewerb in diesen Branchen bereits zu einem erheblichen Anteil in den eCommerce-Bereich verlagert hat. Der Projektfokus betrifft dabei die Methodik einer kontinuierlichen Marktbeobachtung im Sinne von insb. Preis- und Marktanteilserhebungen über ein weitgehend automatisiertes Datenerfassungssystem, welches in periodischer Form bestimmte, zu einem Markt gehörig definierte Web-Portale auf vorgegebene, aber prinzipiell frei konfigurierbare Angebotssegmente hinsichtlich wettbewerbsrelevanter Daten abtastet und die gesammelte Marktinformation in einer ökonometrischen Datenbank speichert. Aus diesen zeitbezogenen Datenbeständen lassen sich in weiterer Folge statistische Aggregate bilden, die zu Zwecken des Vergleichs über Angebotsgruppen (z.B. regionale Vergleiche oder Vergleiche zwischen unterschiedlichen Marktsegmenten) sowie auch über die Zeit (z.B. saisonale Entwicklungen) in unterschiedliche Report-Formate gebracht werden können. Obwohl sich grundsätzlich die solcherart gewinnbaren Informationen über online-Märkte mit den Ergebnissen konventioneller Marktforschung verknüpfen lassen, wurde diesem Aspekt in der Projektumsetzung keine Aufmerksamkeit gewidmet.

Im Projektverlauf wurde für die angegebene Zielsetzung ein funktionaler Programm-Prototyp entworfen und implementiert, der alle Phasen der automatisierten Marktbeobachtung von online-Plattformen abdeckt: dieser Bogen umspannt die Extraktion der Daten direkt von Web-Portalen durch eigens angepasste „wrapper“ über die Aufbereitung der erfassten Daten (Datenbereinigung, Regularisierung) und deren Zuordnung zu wohldefinierten Stichprobeneinheiten bis hin zur statistischen Analyse, die im SEMAMO-Konzept zweierlei Zwecken zugeführt wird: einerseits leiten sich – wie üblich – die Marktreports aus den aggregierten Beobachtungsdaten ab, andererseits dienen spezifische statistische Datenaufbereitungen auch zur adaptiven Steuerung der Datenerhebung selbst. Letztere verfolgt die Absicht, eine optimierte Allokation des Aufwands zur Datenerhebung zu erzielen, d.h., bei grundsätzlich konstantem Beobachtungsaufwand eine häufigere Beobachtung jener Marktsegmente vorzunehmen, die offensichtlich eine höhere Variabilität (also z.B. stärkere oder häufigere Preisschwankungen) aufweisen als andere Marktsegmente. Abgesehen von allgemeinen Kostenerwägungen trachtet diese „sparsame“ Form der Beobachtung nach einer geringstmöglichen Lastgenerierung auf den solcherart überwachten Fremdportalen, von denen ja keinerlei Kooperation in der Verfügbarmachung der Daten vorausgesetzt wird – SEMAMO verwendet sozusagen ausschließlich „öffentliche“ Daten.

Der Projektprototyp wurde exemplarisch im Bereich des eTourismus zur Beobachtung von Hotelbuchungsplattformen eingesetzt und in diesem Umfeld mit realistischen Daten und Berichtsszenarien getestet. Neben den statistischen Funktionalitäten wurde in der Projektumsetzung größte Aufmerksamkeit auch einer hohen Flexibilität von Einsatzmöglichkeiten gewidmet, sodass die entwickelte Lösung mit relativ geringem Aufwand auch auf andere Anwendungsfälle bzw. Marktstrukturen portiert werden kann. Die Entwicklung wurde in Kooperation des Wiener Kompetenzzentrums EC3 mit der TU Wien und dem Geschäftspartner Lixto GmbH (Wien) mit Fördermitteln aus dem FFG-Programm „FIT-IT Semantic Systems und Services“ durchgeführt und stellt einen vielfältig ausbaufähigen Piloten zur online-Marktforschung zur Verfügung.

© K.A. Fröschl 2o1o