

## Data Mining in der Medienforschung

Simone Beck

Universität Mainz  
SAS Fellowship

In den letzten 15 Jahren hat das stetig wachsende Angebot privater Fernsehsender, die ebenfalls stetig zunehmende Anzahl mit Kabelanschluss versehener Haushalte und das reichhaltige Angebot an kommerziellen Satellitenprogrammen zu einer stark wachsenden Zahl von empfangbaren Fernsehprogrammen geführt. Im Gleichschritt damit wächst der Informationsbedarf über diejenigen Personen und Haushalte, für die diese Programme gemacht werden – also die Fernsehzuschauer. Programmplaner, die an diesem Wettbewerb beteiligt sind, müssen daher immer mehr dafür sorgen, gute, schnelle und vergleichbare Informationen über die Reaktionen des Publikums zu erhalten.

Die Daten, die zur Vorhersage von Einschaltquoten benötigt werden, sind sehr komplex, da nicht nur die Charakteristika der Sendung selbst, sondern auch z.B. die der parallel und vorhergehenden Sendungen Einfluss haben.

Um den Entscheidungsprozeß, welche Sendung zu welcher Zeit bei einer möglichst großen Zuschauergruppe am besten ankommt, zu unterstützen, ist es das Ziel dieses Projektes, die bisherigen Auswertungsmethoden durch den Einsatz von Neuronalen Netzen zur Erstellung eines Prognosemodells zu ergänzen und zu optimieren bzw. bisher versteckte Zusammenhänge in den Daten aufzudecken.