

**PRESSEINFORMATION**

**Auf YouTube und Co. die Stars von morgen finden**

Daten aus Sozialen Medien für die Musikindustrie nutzen

**Besuchte Musikvideos auf YouTube, heruntergeladene Musikdateien und Kommentare zu Liedern auf Facebook und Twitter: Soziale Medien bieten eine Menge an Information, die für die Musikindustrie wertvoll sein kann, um die Beliebtheit von Künstlerinnen und Künstlern zu beurteilen und den Musikgeschmack der Menschen einzuschätzen. Doch die Daten sind meist unstrukturiert, verteilt und schwer bzw. nur mit großem Aufwand zugänglich. Ein Projekt der FH St. Pölten entwickelt ein Analyseprogramm, das Daten aus Sozialen Medien für die Musikindustrie automatisch auswerten und nutzbar machen soll.**

**St. Pölten, 13.07.2017** – Kommentare in Sozialen Medien sind über viele Quellen verstreut, werden von vielen verschiedenen Menschen abgegeben und sind inhaltlich – sofern es sich nicht einfach um ein „Like“ handelt – nur einzeln sprachlich zu bewerten. Eine Analyse umfasst große Datenmengen und ist zeitaufwendig.

Im Projekt SAMBA (Smart Data for Music Business Administration) arbeiten WissenschaftlerInnen der Departments Medien und Wirtschaft sowie Medien und Digitale Technologien der FH St. Pölten daher an einem Verfahren, das der Musikindustrie das Auswerten der Kommentare erleichtern soll.

Die ForscherInnen verwenden und entwickeln dazu kontextbasierte Analysemethoden und Verfahren zum Strukturieren und Visualisieren der Daten. „Wir setzen dazu auch semantische Techniken ein, die den Inhalt von Texten automatisch erkennen können, etwa im Rahmen einer sogenannten Sentiment-Analyse, die positive Meinungen und Kommentare von negativen unterscheiden kann“, erklärt Andreas Gebesmair, Leiter des Projekts sowie des Instituts für Medienwirtschaft der FH St. Pölten.

**Lebenszyklus von Liedern beurteilen**

Mit diesen Daten sollen MusikmanagerInnen den sogenannten “Artist Life Cycle“ beurteilen können und damit etwa, ob die Beliebtheit eines Liedes sinkt oder ob es noch Potential hat.

In einer Vorstudie wurde erhoben, welche Möglichkeiten des Social-Media-Monitorings es für die Musikindustrie bereits gibt. „Bestehende Programme schauen vor allem auf Statistiken zu Views, Likes und Engagement. Unser Projekt geht weiter und konzertiert sich auch auf den Inhalt der Kommentare“, sagt Gebesmair.

Für das Projekt haben die ForscherInnen in Interviews mit Akteurinnen und Akteuren der österreichischen Musikwirtschaft den Bedarf nach solchen Analyseinstrumenten erhoben. „Genutzt werden im Projekt nur öffentlich zugängliche Daten. Mit einem Account auf den einzelnen Plattformen wäre noch mehr an Information zugänglich“, sagt Gebesmair. Ausgewertet werden auch nur Informationen und Inhalte von Kommentaren, die sich direkt auf Lieder beziehen – nicht etwa welche zu von den Künstlerinnen und Künstlern veröffentlichten Katzenfotos.

**Kein Ersatz für persönliche Kontakte**

Das Programm soll auch automatisch generierte Kommentare und Aktivitäten durch sogenannte Bots von Kommentaren durch Menschen mit realen Accounts unterscheiden können. So können zum Beispiel viele Likes bei wenigen Aufrufen des Profils oder Lieds ein Hinweis auf die Aktivität von Bots sein.

„Und das Analyseprogramm soll keineswegs Musikmanagerinnen und -manager ersetzten. Aber es soll sie in ihren Entscheidungen unterstützen. Die menschliche Komponente ist im Musikgeschäft sehr wichtig“, sagt Gebesmair.

**Projekt SAMBA (Smart Data for Music Business Administration)**

Das Projekt SAMBA wird vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft im Rahmen der COIN-Programmlinie „Aufbau“ finanziert. PartnerInnen im Beirat des Projekts sind VertreterInnen von radio 88.6, Universal Music, TU Wien, VTMÖ (Verband unabhängiger Tonträgerunternehmen, Musikverlage und MusikproduzentInnen Österreich) sowie die JKU Linz.

<https://samba.fhstp.ac.at/>

**Fotos:**

Studiofotos, Credit: Katharina Balgavy

Portrait Andreas Gebesmair, Credit: Claudia Mann

Gebäude FH St. Pölten, Credit: Martin Lifka Photography

**Über die Fachhochschule St. Pölten**

Die Fachhochschule St. Pölten ist Anbieterin praxisbezogener und leistungsorientierter Hochschulausbildung in den sechs Themengebieten Medien & Wirtschaft, Medien & Digitale Technologien, Informatik & Security, Bahntechnologie & Mobilität, Gesundheit und Soziales. In mittlerweile 17 Studiengängen werden rund 2.880 Studierende betreut. Neben der Lehre widmet sich die FH St. Pölten intensiv der Forschung. Die wissenschaftliche Arbeit erfolgt zu den oben genannten Themen sowie institutsübergreifend und interdisziplinär. Die Studiengänge stehen in stetigem Austausch mit den Instituten, die laufend praxisnahe und anwendungsorientierte Forschungsprojekte entwickeln und umsetzen.

**Informationen und Rückfragen:**

Mag. Mark Hammer

Marketing und Unternehmenskommunikation

T: +43/2742/313 228 269

M: +43/676/847 228 269

E: mark.hammer@fhstp.ac.at

I: <https://www.fhstp.ac.at/de/presse>

Pressetext und Fotos zum Download verfügbar unter <https://www.fhstp.ac.at/de/presse>.

Allgemeine Pressefotos zum Download verfügbar unter <https://www.fhstp.ac.at/de/presse/pressefotos-logos>.

Natürlich finden Sie uns auch auf Facebook und Twitter: [www.facebook.com/fhstp](http://www.facebook.com/fhstp), [https://twitter.com/FH**\_**StPoelten](https://twitter.com/FH_StPoelten).

Sollten Sie in Zukunft keine weiteren Zusendungen der Fachhochschule St. Pölten wünschen, senden Sie bitte ein Mail mit dem Betreff „Keine Presseaussendungen" an presse@fhstp.ac.at.