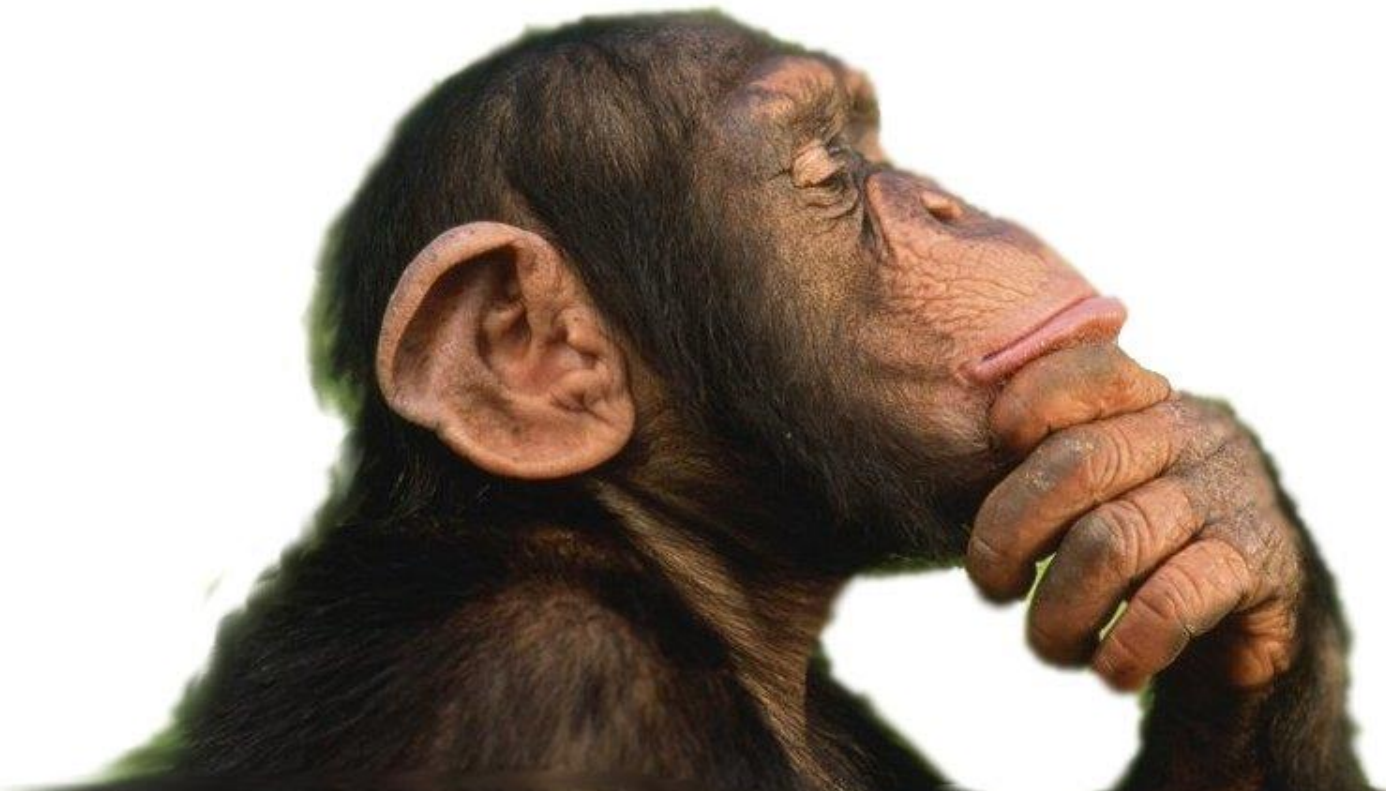


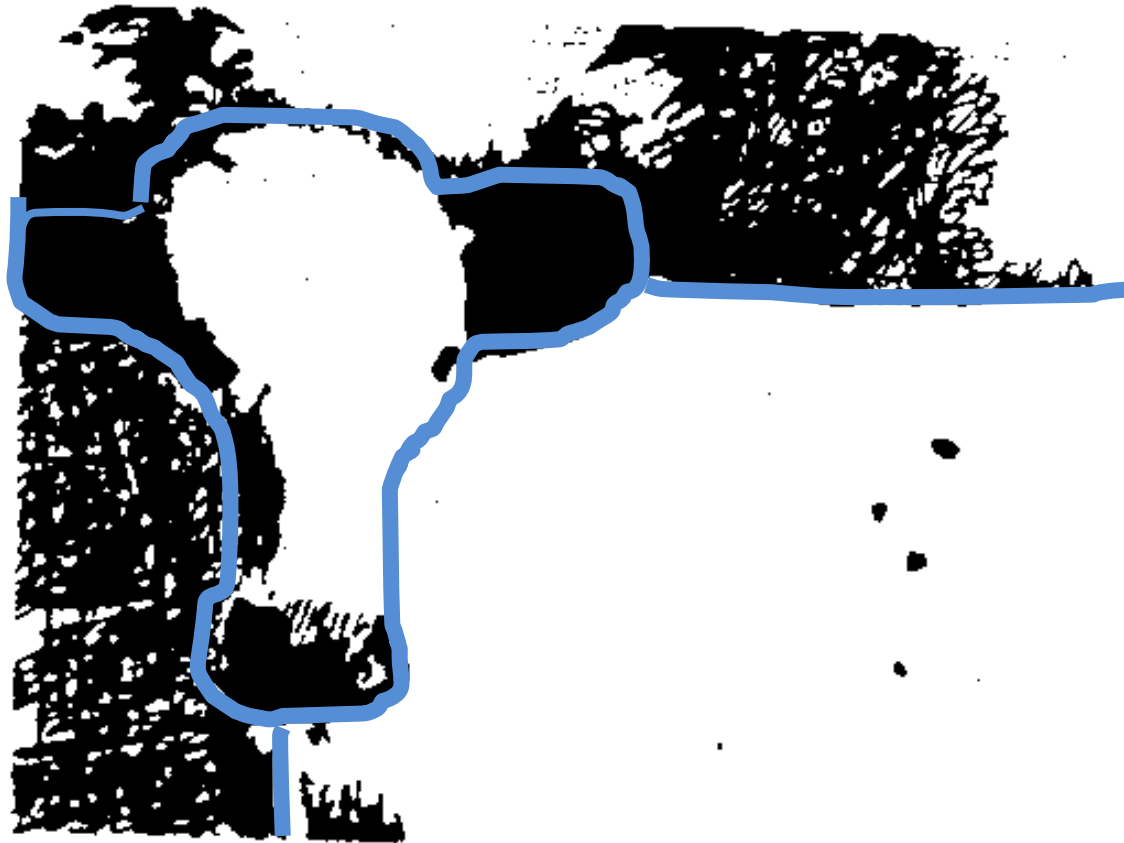
Wenn wir nur **wüssten** was wir

**Wissen...**





**Was sehen Sie ?**



**Was sehen Sie jetzt – eine Kuh**

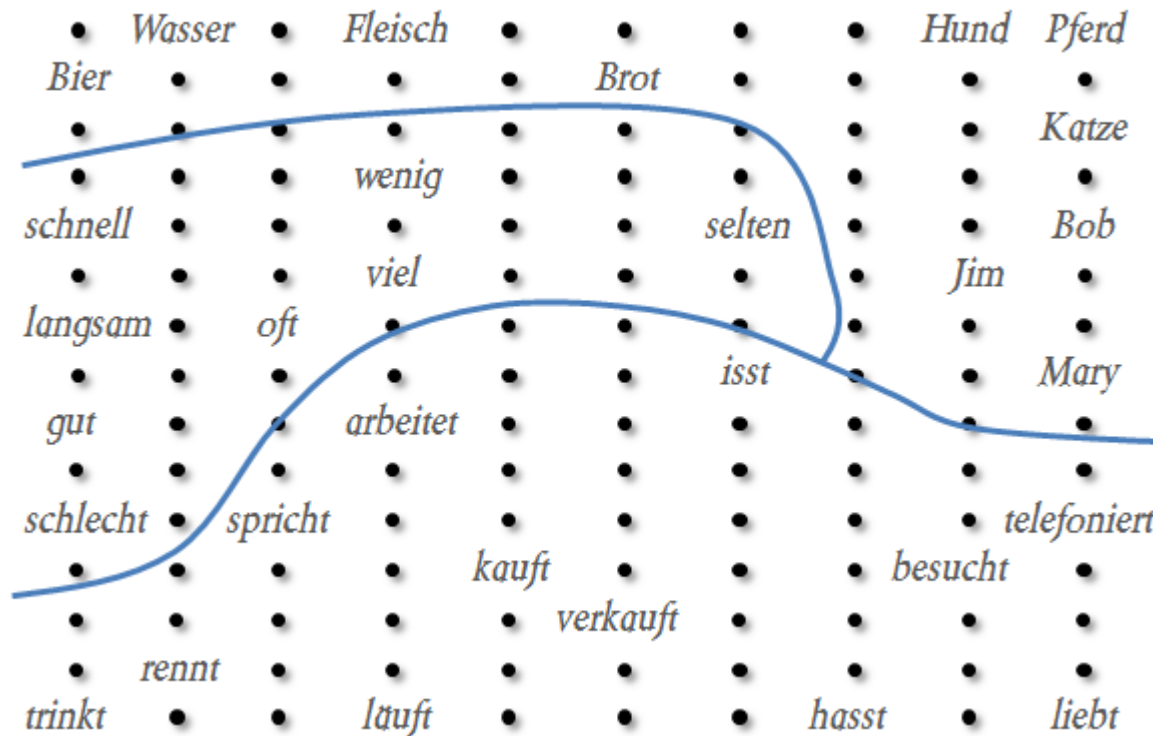


**Versuche Sie jetzt mal keine Kuh zu  
sehen 😊**

Ein **neuro-semantic**es Wissensnetz  
erlernt **selbstständig** und **sprach-**  
**unabhängig** in einem **Datenbestand**  
vorkommende **Muster...**



# und kann auf Basis dieser die **Bedeutung** und **Zusammenhänge** von Daten automatisch erschließen



# Themen und Stimmungsbilder zu einem Produkt oder **Nutzer** im **Web...**



zu erkennen **kein Thema** mehr

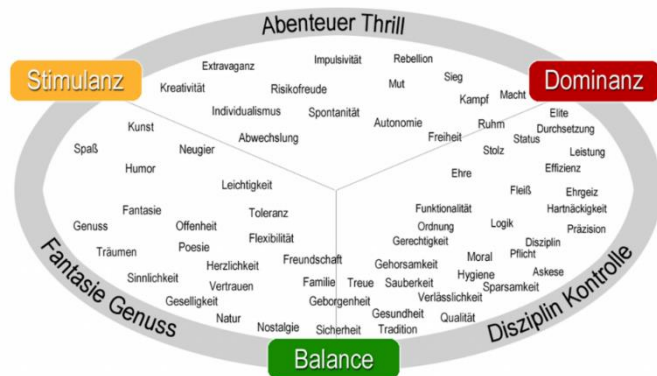
**Vorbei** die **Zeit** wo **Redaktionen** Artikel, Produkte, Werbung, Expertisen einem „Produkt“ **manuell** zuordnen mussten.





# Zielgruppenmodelle alleine waren...

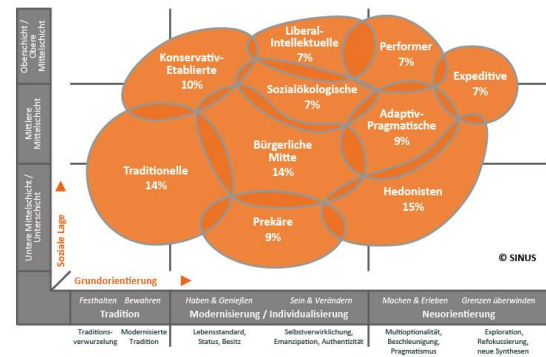
Limbic® Map: Die Welt der Emotionen und Werte auf einen Blick



(Limbic Map; Quelle: Bearbeitete Darstellung in Anlehnung an Häusel, Hans-Georg (2010): Emotional Boosting. Häufe-Lexware GmbH & Co. KG, Feburg, S. 30)

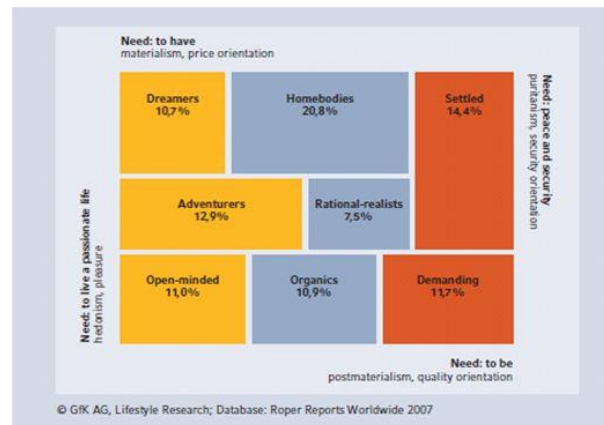
sinus:

## Die Sinus-Milieus® in Deutschland



© SINUS

[www.nymphenburg.de](http://www.nymphenburg.de)



© GfK AG, Lifestyle Research; Database: Roper Reports Worldwide 2007

<http://www.sinus-institut.de>

# warum? ein kleines **Beispiel**

Geben **Facebook-Likes** Auskunft über die **Persönlichkeit**?



**10 Likes** kamen der Persönlichkeit der Testperson näher, als die Beschreibung durch Arbeitskollegen.

**150 Likes** besser als die eigenen Eltern vermochten

**300 Likes** um den Partner der Testperson zu schlagen

Im **Durchschnitt** haben facebook User **227 likes**, Tendenz steigend

# social genome die Vernetzung der Lebenswelt



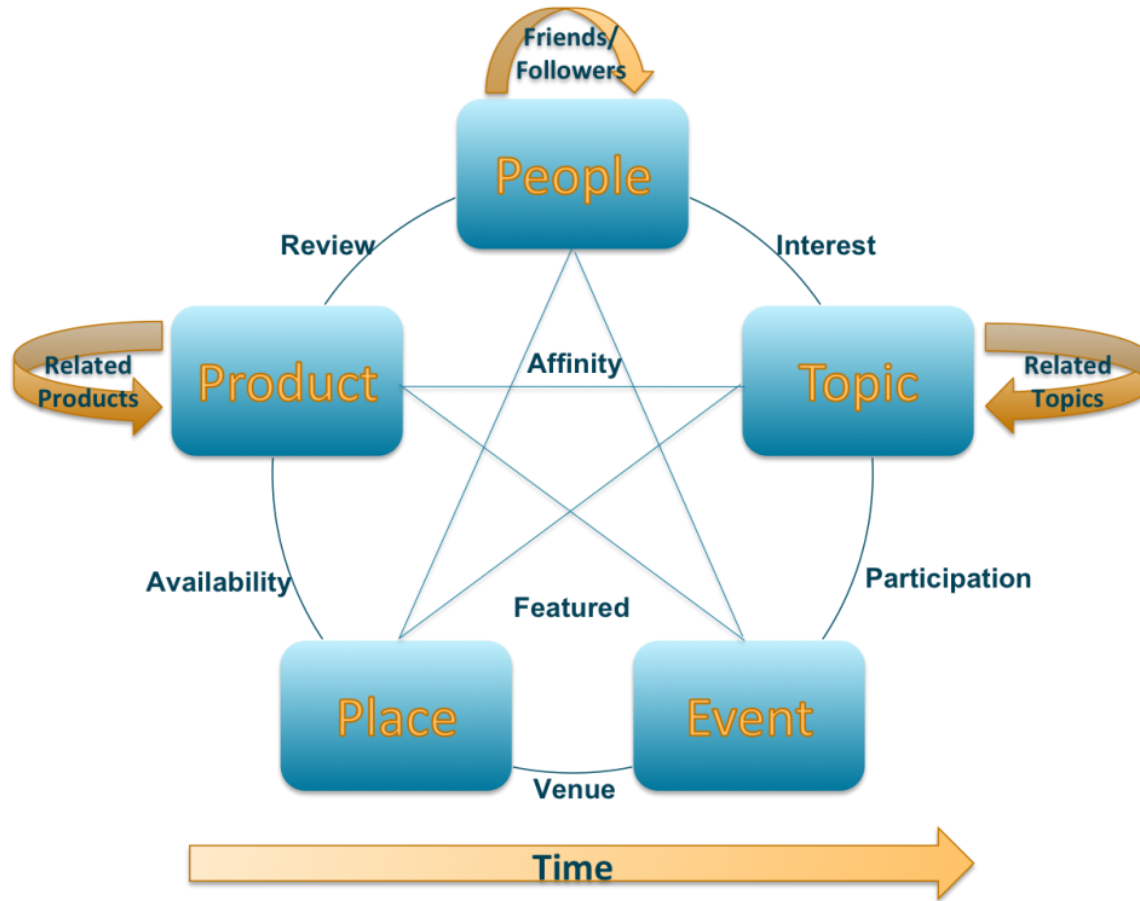
Quelle:<http://cdn.socialmediaexaminer.com>

<http://infospace.ischool.syr.edu>

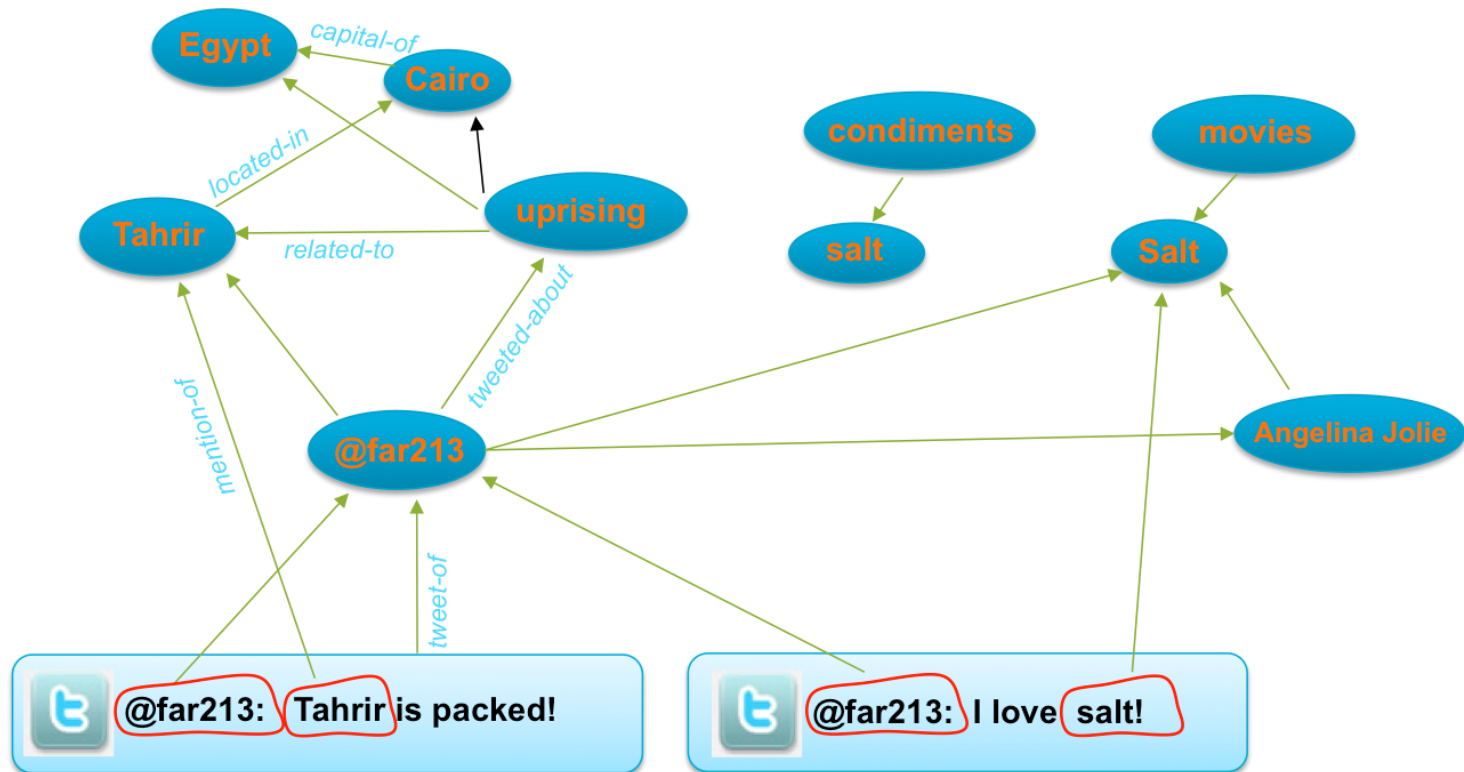
## Chance und Risiko

Her der Film <http://www.youtube.com/watch?v=6Gb2gfXX454>

# DAS Netzwerk - Walmart (Patent)



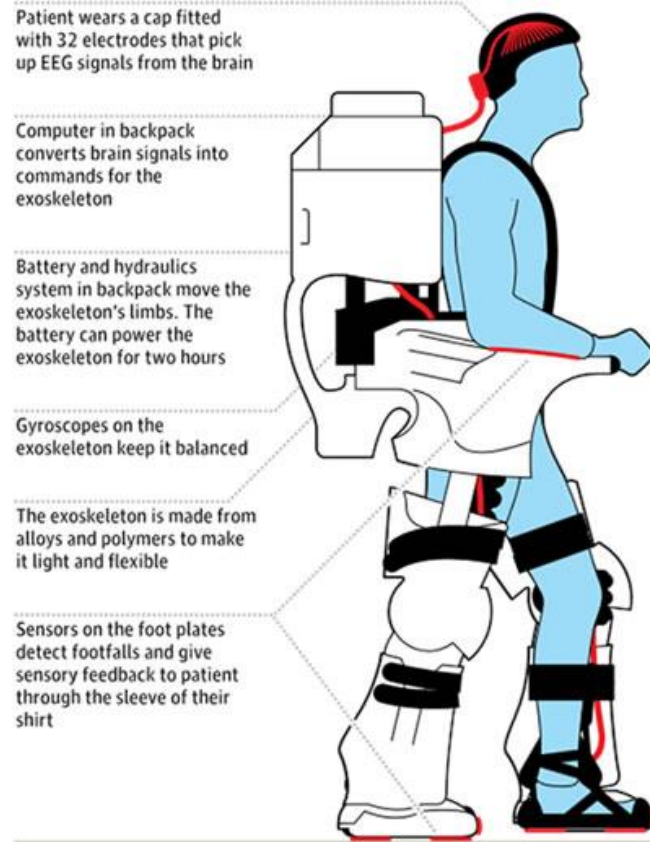
# so sieht es **Walmart** und **facebook**



# ein Schritt weiter **brain control...**



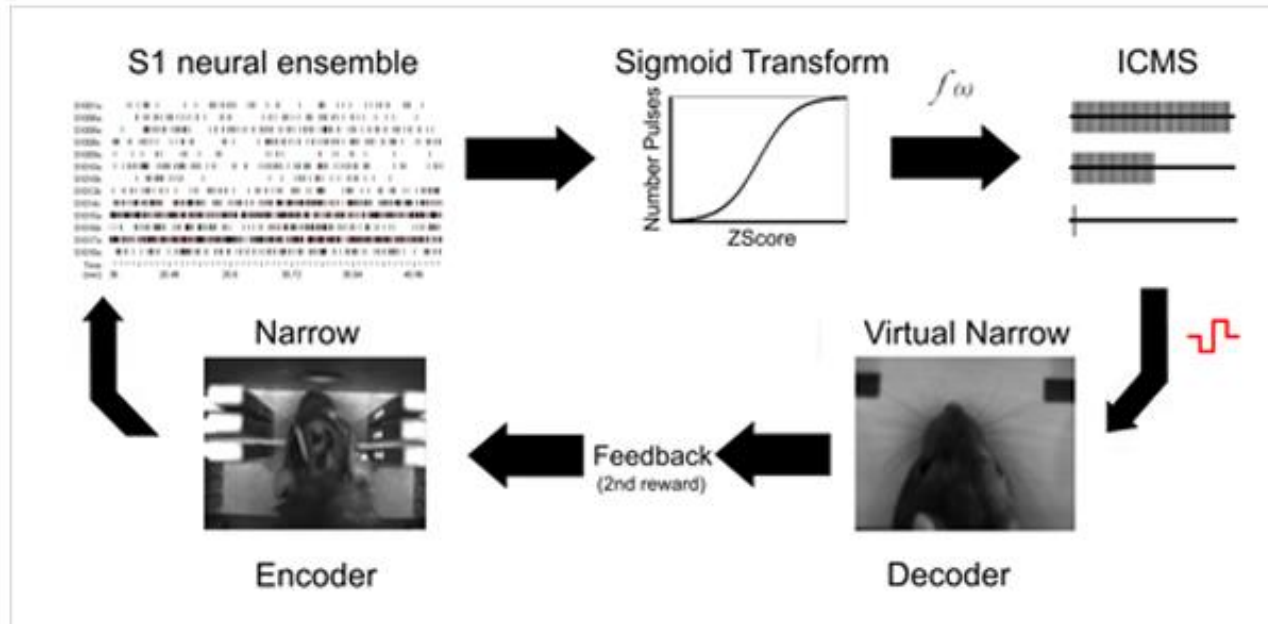
Miguel Nicolelis



<http://www.natalneuro.org.br>

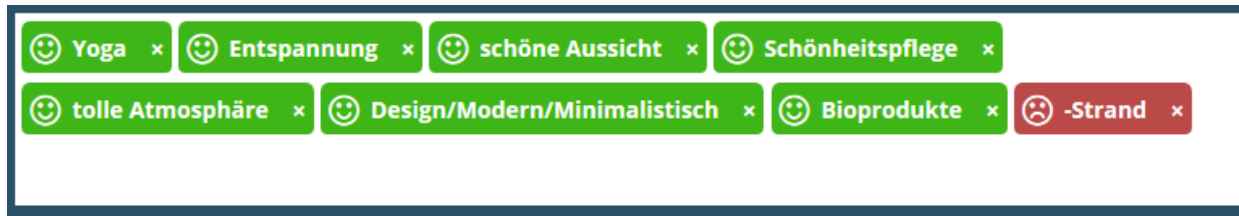
[http://www.ted.com/talks/miguel\\_nicolelis\\_brain\\_to\\_brain\\_communication\\_has\\_arrived\\_how\\_we\\_did\\_it](http://www.ted.com/talks/miguel_nicolelis_brain_to_brain_communication_has_arrived_how_we_did_it)

# brain to brain



[http://www.dana.org/Cerebrum/2014/Brain-to-Brain\\_Interfaces\\_\\_When\\_Reality\\_Meets\\_Science\\_Fiction/](http://www.dana.org/Cerebrum/2014/Brain-to-Brain_Interfaces__When_Reality_Meets_Science_Fiction/)

# Eine **semantische** Suche





# hat gelernt...

## Mallorca

### Mallorca **Wellnessurlaub**

- >Entspannung
- >Sauna
- >Bäder
- >Gymnastik
- >Massage

### Mallorca **Fitnessurlaub**

### Mallorca **Sporturlaub**

### Mallorca **Fun-Urlaub**

### Mallorca **Strandurlaub**

### Mallorca **Nightlife-Urlaub**

### Mallorca **Wassersport-Urlaub**

### Mallorca **Shoppen-Urlaub**

## Madeira

### Madeira **Aktivurlaub**

- >Wandern
- >Golf
- >Schwimmen/Baden
- >Tauchen
- >Mountainbiken

### Madeira **Natururlaub**

### Madeira **Wellnessurlaub**

### Madeira **Bildungsurlaub**

Aus Nutzersicht die TOP Themen

# denkt mit

😊 Golf ×

😊 Gesunde Ernährung ×

auserlesene Unterkunft

# kann **Schwerpunkte** setzen

Jeder Urlaub hat ein **Motto**,

*zB. Entspannungsurlaub*

„**must have**“ und,

*zB. Massagen, Aussicht, Veganer*

„**nice to have**“

*zB. Wandern*



😊 Entspannung ×    😊 Massage ×    😊 schöne Aussicht ×    😊 Veganer ×    😊 Wandern ×

Genau das priorisieren was dem Kunden wichtig ist.



# stellt Rückfragen



## Tauchsport



<b>Spezielles Interesse?</b>	Apnoetauchen (>13) Behindertentauchen (>650) Deep-Water-Soloing (>165) Großfischtauchen (>644) Haitauchen (>633) Kindertauchen (>1954) Nachtauchen (>2783) Rifftauchen (>4347) Steilwandtauchen (>903) Strömungstauchen (>625) Tauchbase (>2372) Tauchkurs (>6363) Tauchspot (>136) Wracktauchen (>861)
<b>Tauch-Level?</b>	Tauch-Anfänger (>6363)
<b>Tauchschein?</b>	CMAS (>707) PADI (>2577) SSI (>571) Barakuda (>135) VDST (>79)
<b>Bevorzugter Spot?</b>	Meeresbiologie (>2443) Fotografie (>3863)
<b>Tauchangebote</b>	Tagestouren (>1980) Tauchsafaris (>1049) deutschsprachige Tauchschule (>2010) englischsprachige Tauchschule (>2375)
<b>Tauchgebiet?</b>	Küste (...) Süßwasser (>341)
<b>Gase?</b>	Nitrox (>1972) Trimix (>339)



# liefert **Beweise**



## Tauchsport



 entspanntes Tauchen 



 Schönes Taucherhotel 

 tolle Tauchplätze 



 wunderschönen Tauchgängen 

 wunderschöne Unterwasserwelt 

 schönes Hausriff 

 fantastisches Hausriff 

 tolle Riff 

 tolle Tauchgänge 

# bringt es auf den Punkt

<b>Besonderheiten: for free:</b>	Naturschutzgebiet gegenüber gutes Internet (WIFI, PC Ecke)
<b>Zimmer:</b>	sehr komfortable Betten (Groß, Soft), geräumiges Badezimmer (flauschiger Bademantel, kraftvolle Dusche, modernes Design), sehr ruhig
<b>Zimmertipp:</b>	Frage nach einem Zimmer mit Blick auf den Garten (tolle Aussicht)
<b>Schönsten Zimmer:</b>	Zimmer 116,118,201 (schöne Sicht auf den Garten), 1-2 Etage (beste Sicht)
<b>Hotel:</b>	Super Hotel, sehr Sauber, Familienfreundlich, gepflegte Grünanlage, toller Service
<b>Schwerpunkt:</b>	Entspannungsurlaub
<b>Top Themen:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Wellness(Entspannung, Sauna, Bäder, Dampfbad)</li><li>2. Sport(Radsport/Fahrrad, Tennis)</li><li>3. Natur (Park, Seen, Strand)</li><li>4. Fun(Pool, Animation, Nightlife)</li></ol>

# **Künstliche Intelligenz/ Neuro-semantiche Netze**



# Kontakt

---

- **Knowledge Yard GmbH**
- **Ansprechpartner: Dieter Josten & Peter Hense**
- Knowledge Yard GmbH
- Friedrichstraße 90
- 10117 Berlin
- Fon +49 030 12089350
- eMail: [dieter.josten@knowledgeyard.de](mailto:dieter.josten@knowledgeyard.de)
- eMail: [peter.hense@knowledgeyard.de](mailto:peter.hense@knowledgeyard.de)