



Foto: iStockphoto

OLIVER FUHRMANN

## Sonnige Aussichten

Moderne Absatzprognose-Software lässt in ihre Berechnungen auch Wetterprognosen einfließen, da Wetterumstände ein Einflussfaktor für das Kaufverhalten von Kunden sind. Diese Berechnungen können kurzfristig und filialindividuell erfolgen und neben der Disposition u.a. auch für die Personaleinsatzplanung genutzt werden.

► In dem Bestreben, sich in einem weit entwickelten, „reifen“ Markt Anteile zu sichern, stellt der Einzelhandel heute immer differenziertere Überlegungen an, wie er die Wünsche und Bedürfnisse der unterschiedlichen Kundengruppen genau beantworten, ja diese sogar schon vorausberechnen kann. Immer differenzierter werden die Methoden, Out-of-Stocks zu vermeiden. Gerade bei Produkten und Dienstleistungen, die starken Angebots- und Nachfrageschwankungen unterliegen, stehen Produzenten, Händler und Dienstleister vor der Herausforderung einer kurzfristigen und zuverlässigen Angebots- bzw. Nachfrageprognose.

Von der laufenden Disposition über die bedarfsgerechte Produktionsplanung und die Warenpräsenz bis Ladenschluss bis zur

kurzfristigen Personaleinsatzplanung reichen die täglichen Aufgaben. Immer steht die Frage im Raum: Wie und wonach trifft der Kunde seine aktuellen Kaufentscheidungen? Infrage kommen eine Vielzahl von Faktoren, und einer davon ist das Wetter.

Gerade in mittelständischen Handelsbetrieben werden in der Regel Angebots- und Nachfrageprognosen nur grob geschätzt auf der Basis von Erfahrungen, Vergleichstagen und Intuition. „Bisher wird überwiegend nach Gefühl disponiert“, sagt Moritz Günther vom Bäckerfilialbetrieb Günther in Kiel. „Aber wir haben viele Filialen mit vielen Verkäuferinnen – und zu vielen unterschiedlichen Gefühlen.“

So hat sich Günther entschlossen, auf professionelle Prognosewerkzeuge zu setzen. Er nutzt das statistisch-prognostische Ana-

lysetool „meteolytix forecast“ der Kieler Firma Meteolytix GmbH. Das Tool wird individuell an das es nutzende Unternehmen angepasst und prognostiziert taggenau Angebot und Nachfrage unter Berücksichtigung aller relevanten Einflussfaktoren, wozu auch das Wetter zählt.

Die Erkenntnis, dass zwischen Wetter und Absatz eine Beziehung besteht, ist im Handel nicht neu. Neu ist allerdings die Berücksichtigung von Wetterprognosen für die Warendisposition. Wie lassen sich Wetterprognosen in eine valide, quantifizierbare Absatzprognose integrieren?

Auf der Basis historischer Daten werden in einem statistisch-prognostischen Modell nicht wetterbedingte Modellmerkmale mit wetterbedingten Modellmerkmalen zu einer Vorhersage verknüpft. Neben allgemeinen

Einflussfaktoren wie Nachfrage in der Vergangenheit, Wochentagen, Saison, Feiertagen und Ferienzeiten werden in dem Modell von Meteolytix kundenspezifische und regionale Einflüsse – Veranstaltungen, Feste, Veränderungen der Wettbewerbssituation – berücksichtigt.

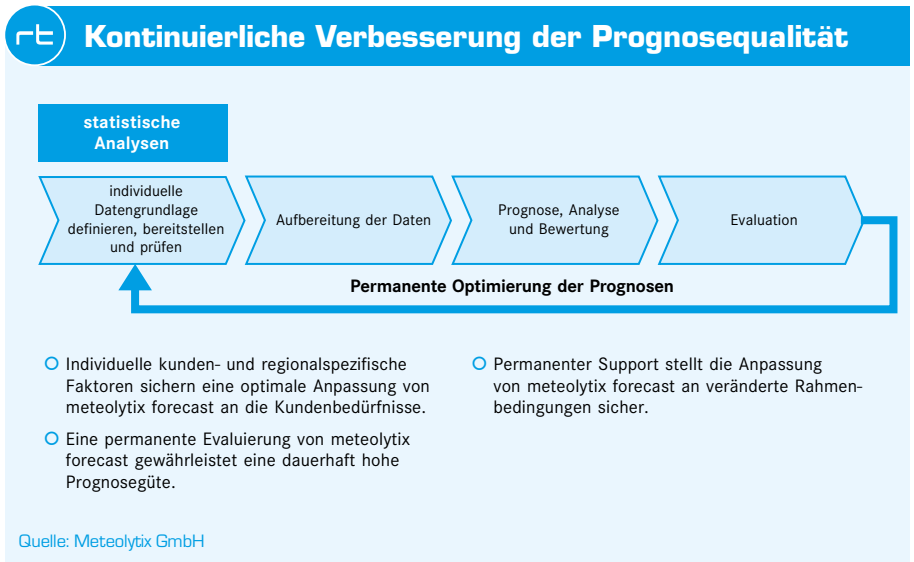
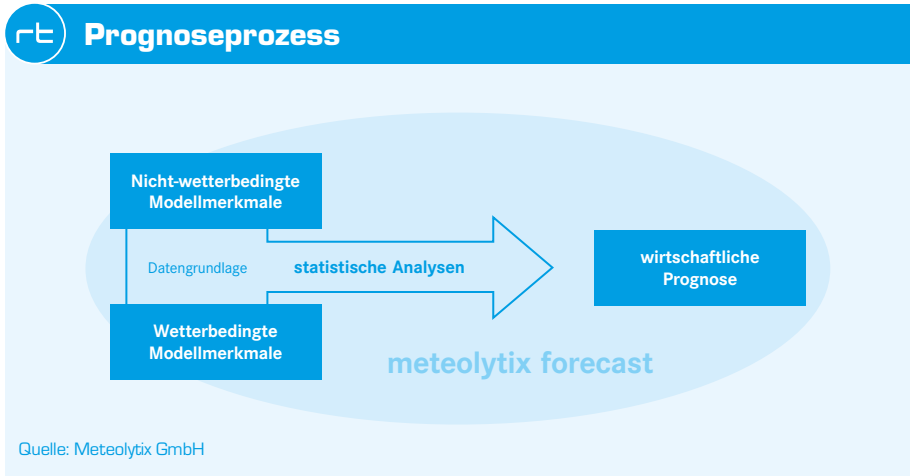
Um eine hohe Prognosezuverlässigkeit zu erreichen, muss das Modell kurzfristig sein und an Veränderungen angepasst werden. „meteolytix forecast“ verwendet für jeden Filialstandort die zu Wettermustern verdichteten lokalen Wettervorhersagen des meteorologischen Dienstleistungsunternehmens WetterWelt GmbH.

### Wetter vor Ort

Die Software berechnet den Absatz der Produkte innerhalb einer Warengruppe oder Waren-Untergruppe unter Berücksichtigung der Wetterentwicklung am Filialstandort auf drei Tage im Voraus. Diese Information gibt den Planungsverantwortlichen eine Entscheidungshilfe an die Hand, mit der die tägliche Disposition gerade von verderblichen Lebensmitteln effizient durchgeführt werden kann. Zudem erfordert der Dispositionsvorgang damit weniger Zeit.

Laut Meteolytix wird die Anpassungsfähigkeit und Genauigkeit des Prognosetools dadurch erhöht, dass Entwickler und Meteorologen das System ständig überwachen, um auf sich verändernde Rahmenbedingungen jederzeit schnell reagieren zu können. Denn: „Nur das Miteinander von Mensch und Maschine gewährleistet eine hohe Prognosegüte und ermöglicht permanente Optimierung der Prognosen“, sagt Dr. Björn Christensen, Geschäftsführer von Meteolytix. „Unsere Kunden erhalten die täglichen Vorhersagen in jedem Dateiformat. Es handelt sich um eine Dienstleistung, es sind keine Eingriffe in das Data Warehouse des Unternehmens notwendig, wodurch auch Anfangsinvestitionen in Hard- oder Software entfallen.“

Nicht nur für Bäckereien, auch für den Lebensmittelhandel allgemein mit seinen zum Teil schnell verderblichen Waren und seinem Frische-Anspruch ist eine zeitlich optimale Belieferung betriebswirtschaftlich wichtig. Eine exakte Disposition erlaubt optimale Nachschub- und Produktionsmengen, zum Beispiel für Back- und Fleischproduk-



te. Denn es geht darum, nicht zu viel und nicht zu wenig am Verkaufsort zu haben, also bis zum Ladenschluss gefüllte Regale, aber möglichst wenig Überbestände.

Vorteile der Prognose ergeben sich auch für die Personaleinsatzplanung. Ob an Bedientheken, auf der Fläche oder an der Kasse, die Personalmenge kann auf das zu erwartende Kundenaufkommen und dessen Bedürfnisse abgestimmt werden. Damit kommt ein Unternehmen dem Ziel näher, Über- oder Unterbesetzungen zu vermeiden. Das spart Kosten und erhöht den Kundenservice.

Auch Einkaufsstrassen und Malls sind, was die Kundenfrequenz angeht, wetterabhängig. So könnten zum Beispiel City-Marketings oder Centermanagements „ihren“ Einzelhändlern einen Service bieten, wenn sie ihnen täglich Informationen über die aufgrund der Wetterprognose zu erwartende Kundenfrequenz zur Verfügung stellen. Die einzelnen Händler könnten die Prognosen

ebenfalls für Disposition und Personaleinsatzplanung nutzen.

Doch sind noch ganz andere Anwendungsbereiche für wetterabhängige Prognosen denkbar. In Zeiten steigender Strompreise und gelebter Energieeffizienz spielt das Energiemanagement für Kühlung und Klimatisierung eine immer größere Rolle. Auch hier können solche Prognosen dazu beitragen, über effiziente, angepasste Steuerung Kosten zu senken.

Backfilialist Moritz Günter, der wetterabhängige Prognosen nutzt, hat Vorteile erkannt: „Mit den bisherigen Ergebnissen sind wir sehr zufrieden. Die genaue Absatzprognose eröffnet uns die Möglichkeit, die internen Prozesse und Arbeitsabläufe von der Produktion bis zum Verkauf besser aufeinander abzustimmen.“

**Kontakt:**  
redaktion@ehi.org