

meteolytix erleichtert nicht nur Bäckern die Planung

Wetter hilft bei Absatzprognose

Kiel - Was hat die Zahl der Brötchen, die ein Bäcker am Tag verkauft, mit dem Wetter zu tun? Nein, diese Frage ist kein Scherz und keine akademische Spielerei, sondern Ausgangspunkt einer Geschäftsidee, mit der Diplom-Meteorologe Dr. Meeno Schrader, Chef der WetterWelt GmbH, und der Statistiker Dr. Björn Christensen, Chef der analytix GmbH, 2007 gemeinsam an den Start gegangen sind.



Ihre 2009 neu gegründete Firma meteolytix GmbH befasst sich mit der Vorhersage von Umsätzen, die ein Einzelhändler oder ein Handelsunternehmen erzielen wird.

Ursprünglich gestellt hat die Frage nach dem quantitativen Zusammenhang von verkauften Backwaren und Wetterverhältnissen der Inhaber der Stadtbäckerei Junge in Lübeck. Schon vor fünf Jahren trat er an Meeno Schraders WetterWelt heran mit dem Wunsch, aus der Wetterprognose die genaue Zahl der Brötchen, Brote, Kuchen- und Tortenstücke zu bestimmen, die seine Filialen am nächsten Tag verkaufen würden. Denn dass zwischen dem Absatz und dem Wetter eine Beziehung besteht, das wusste Axel Junge aus Erfahrung: Höhere Temperaturen etwa beflügeln den Verkauf von Fruchtigem und Eis - die Frage ist nur: wie stark? Also sagte sich Jung, wer das Wetter - mit hoher Trefferwahrscheinlichkeit - kennt, könnte daraus - mit hoher Wahrscheinlichkeit - auch die optimale Produktionsmenge an Backwaren herleiten. Nicht zu viel und nicht zu wenig herzustellen, war das Ziel, so dass einerseits die Zahl der Retouren minimiert wird, ohne andererseits zu schnell ausverkauft zu sein. Allein, um ein solches Rechenmodell zu erstellen, benötigt man spezielle statistische Kenntnisse und die konnte Meeno Schrader seinerzeit wohl fürs Wetter, nicht aber für Backwaren bieten. Das änderte sich, nachdem Schrader Björn Christensen kennenlernte - passenderweise auf einem Businessfrühstück im Kieler Innovations- und Technologiezentrum (KITZ), in dem die beiden mit ihren Unternehmen ansässig sind.

Aus historischen regionalen Wetterdaten, also dem Wetter vergangener Jahre, und den dazugehörigen Umsatzzahlen der Stadtbäckerei Junge errechnete Christensen den Zusammenhang zwischen Wetter und verkauften Backwaren. Zusammen mit allen nicht wetterbedingten Merkmalen, die das Kaufverhalten beeinflussen, werden seit gut einem Jahr mittels eines eigenen dynamisch-statistischen Modells Umsatzprognosen erstellt - jeweils für

drei Tage im Voraus - nach einzelnen Warengruppen und Filialen unterteilt. „Wir erreichen mit dem deutschlandweit einmaligen Modell eine Treffersicherheit bei den Prognosen über alle Warengruppen von 90 Prozent“, erklärt Christensen. Das meteolytix-Modell berücksichtigt nicht nur den Einfluss des Wetters, sondern auch besondere Faktoren, wie Schulferien, Feiertage oder Flohmärkte. „Unser Modell ist sehr flexibel“, so Schrader. Und so liegen bereits Aufträge aus ganz anderen Branchen vor. Neben Friseurketten für die Personaleinsatzplanung zeigt sich auch die Energiewirtschaft an diesem Absatzprognose-Modell interessiert. „Gerade mittelständische Betriebe können sich mit diesem Instrument der individuellen Absatzplanung einen Wettbewerbsvorteil verschaffen“, sagt Schrader. Kunde Bäckerei Günther schätzt laut Schrader den Nutzen der dank der Prognosen gesunkenen Retouren auch aus ethischen Gründen - denn wer wirft schon gerne Lebensmittel weg.

http://www.kn-online.de/microsites/magazinseiten/wirtschaft_regional/?em_cnt=116102&em_loc=218