

# Data-Mining basierte Absatzprognosen unter Einbeziehung des Wetters

-

## Lassen sich Lebensmittelabfälle mittels intelligenter Systeme reduzieren?

Dr. Florian Siedenburg  
DAF-Jahrestagung  
Berlin, 18. November 2013



© 2013 meteolytix GmbH



### Kundenverhalten und Wetter

Der Zusammenhang von Wetter und Absatz



© 2013 meteolytix GmbH

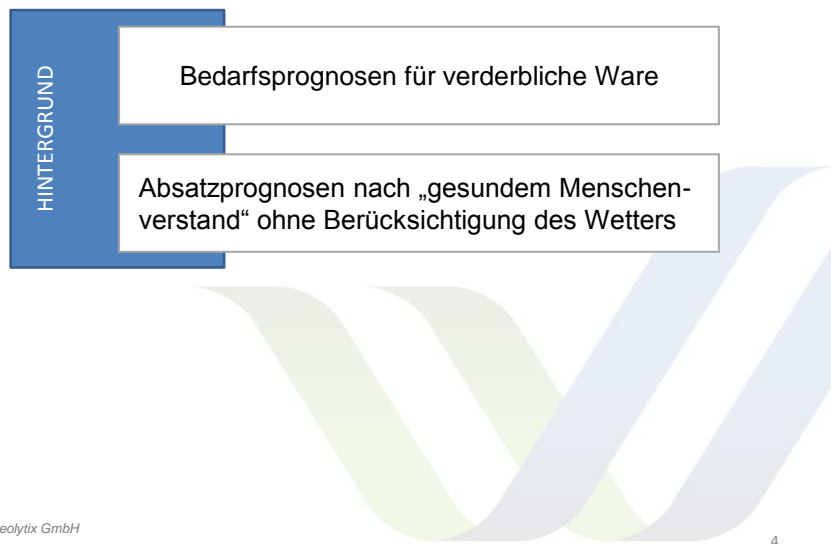
## Herausforderungen

Der Zusammenhang von Wetter und Absatz



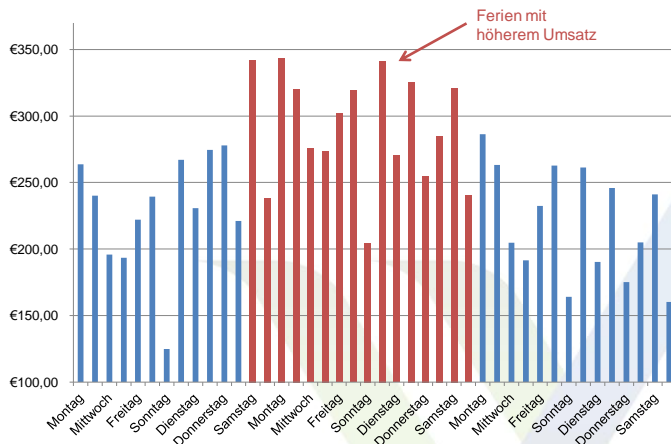
## Herausforderungen

Der Zusammenhang von Wetter und Absatz



## Ferien als Herausforderung in Bäckereien

Der Zusammenhang von Wetter und Absatz

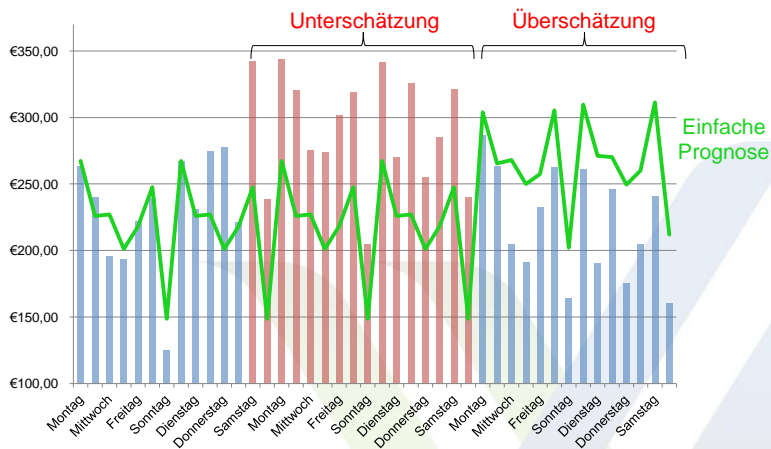


© 2013 meteolytix GmbH

5

## Ferien als Herausforderung in Bäckereien

Der Zusammenhang von Wetter und Absatz

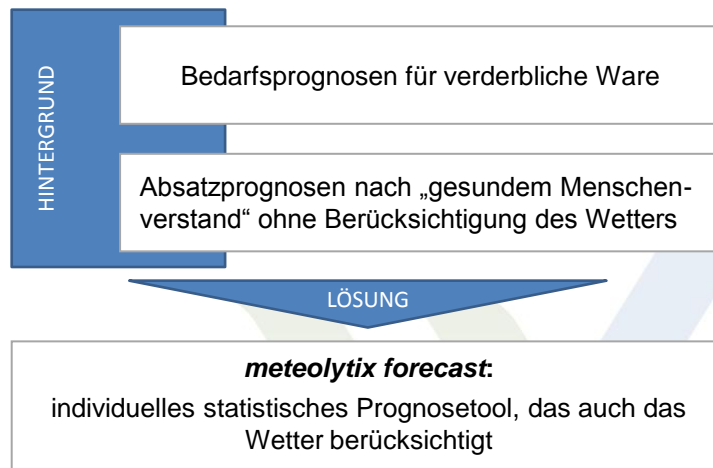


© 2013 meteolytix GmbH

6

## Herausforderungen

Der Zusammenhang von Wetter und Absatz

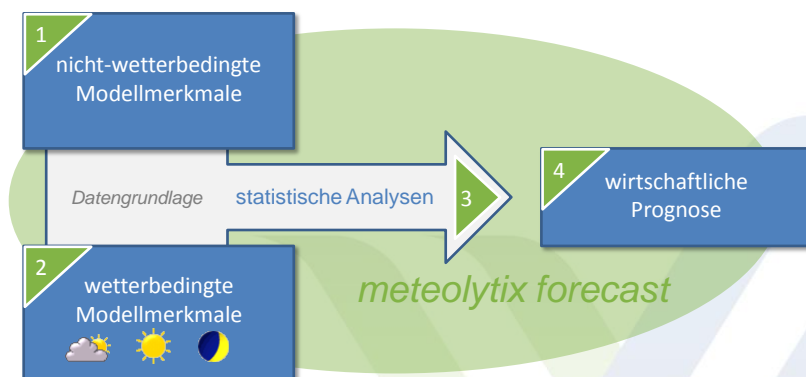


© 2013 meteolytix GmbH

7

## Einflussfaktoren und Prognose

Das System *meteolytix forecast*



© 2013 meteolytix GmbH

8

## Einflussfaktoren und Prognose im Detail

Das System *meteolytix forecast*

<b>1a</b> <b>nicht-wetterbedingte Modellmerkmale:</b> allgemeine Einflussfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Wochen- / Kalendertage</li> <li>▶ Schulferien</li> <li>▶ Feiertage</li> <li>▶ ...</li> </ul>
---	---

© 2013 meteolytix GmbH

9

## Einflussfaktoren und Prognose im Detail

Das System *meteolytix forecast*

<b>1a</b> <b>nicht-wetterbedingte Modellmerkmale:</b> allgemeine Einflussfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Wochen- / Kalendertage</li> <li>▶ Schulferien</li> <li>▶ Feiertage</li> <li>▶ ...</li> </ul>
<b>1b</b> <b>nicht-wetterbedingte Modellmerkmale:</b> kunden- und regionalspezifische Faktoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ regionale Feste, Veranstaltungen</li> <li>▶ kundenspezifische Maßnahmen, z.B. Preiseffekte</li> <li>▶ ...</li> </ul>

© 2013 meteolytix GmbH

10

## Einflussfaktoren und Prognose im Detail

Das System *meteolytix forecast*



© 2013 meteolytix GmbH

11

## Rahmenbedingungen der Prognosen

Das System *meteolytix forecast*

„Big Data-  
Problem“

© 2013 meteolytix GmbH

12

## Rahmenbedingungen der Prognosen

Das System *meteolytix forecast*

„Big Data-  
Problem“

multivariates  
Problem

© 2013 *meteolytix GmbH*

13

## Rahmenbedingungen der Prognosen

Das System *meteolytix forecast*

„Big Data-  
Problem“

multivariates  
Problem

automatische  
Auswahl  
Erklärende

© 2013 *meteolytix GmbH*

14

## Rahmenbedingungen der Prognosen

Das System *meteolytix forecast*

„Big Data-  
Problem“

multivariates  
Problem

automatische  
Auswahl  
Erklärende

Losgrößen

© 2013 meteolytix GmbH

15

## Rahmenbedingungen der Prognosen

Das System *meteolytix forecast*

„Big Data-  
Problem“

multivariates  
Problem

automatische  
Auswahl  
Erklärende

Losgrößen

Neue Artikel,  
Marketing-  
aktionen

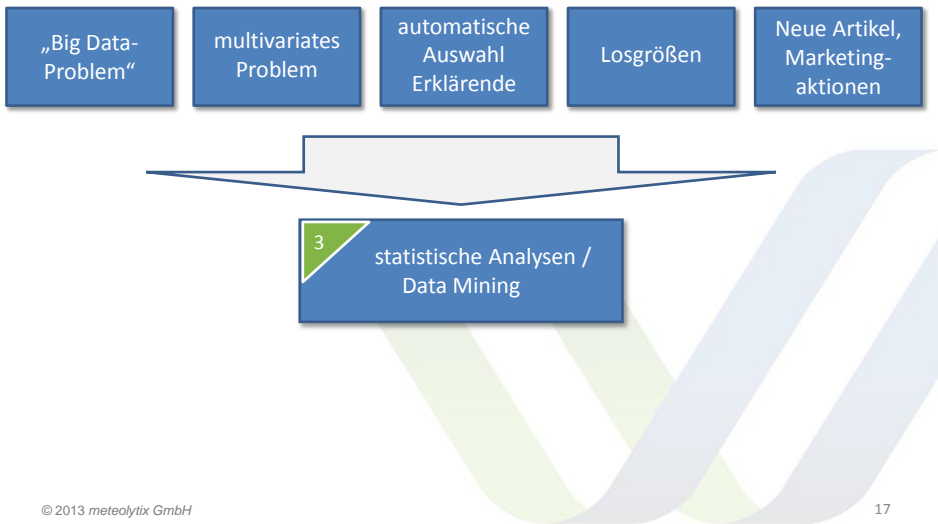
© 2013 meteolytix GmbH

16



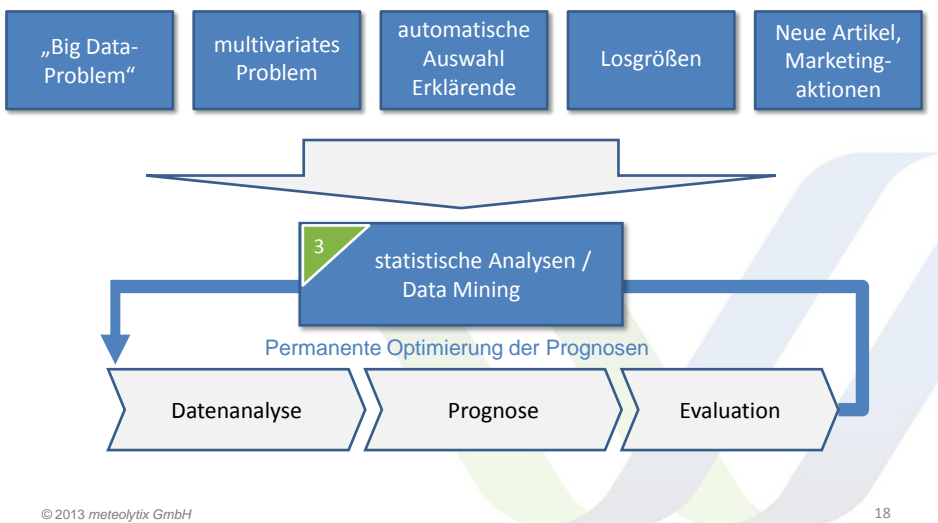
## Rahmenbedingungen der Prognosen

Das System *meteolytix forecast*



## Rahmenbedingungen der Prognosen

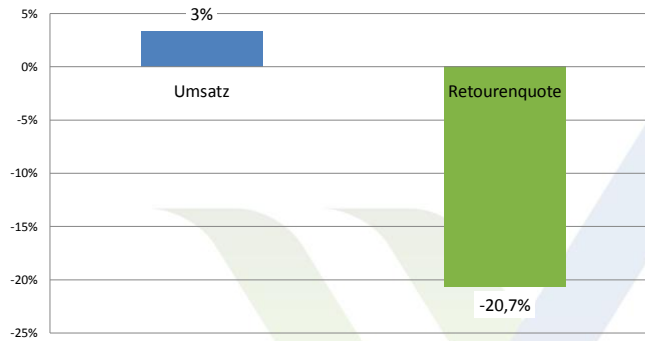
Das System *meteolytix forecast*



## Einsparungen an Retourenkosten durch *meteolytix forecast*

Der Einsatz des Systems in der Praxis

Umsatz- und Retourenquotenentwicklung 2011 gegenüber 2012  
(jeweils Januar bis August)



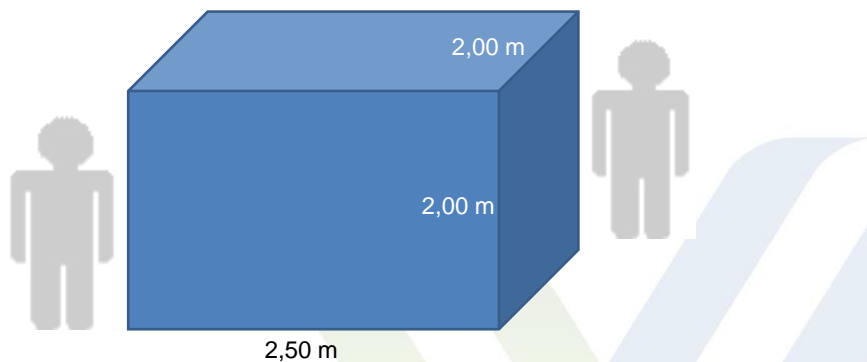
Mit *meteolytix forecast* ließen sich gegenüber dem Vorgängerprognosesystem **Retouren im Verkaufswert von 15.600 € je Filiale und Jahr** einsparen.

© 2013 meteolytix GmbH

19

## Einsparungen an Lebensmittelabfällen durch *meteolytix forecast*

Der Einsatz des Systems in der Praxis



Mit *meteolytix forecast* ließen sich gegenüber dem Vorgängerprognosesystem **Lebensmittelabfälle im Volumen von ca. 10 m<sup>3</sup> je Filiale und Jahr** einsparen.

© 2013 meteolytix GmbH

20

---

Ihre Ansprechpartner

---



meteolytix GmbH  
Dr. Florian Siedenburg  
+49 (431) 5606-860  
info@meteolytix.de  
www.meteolytix.de