

Big Data

## Predictive Analytics: Neue Prognosetools im Einsatz

Daniel Zugehör



Kundenbindung, virtuelle Kraftwerke, Smart Grid - die Algorithmen folgen der Kette "Erfahrung sammeln - lernen - vorhersagen". (Foto: [www.siemens.com/presse](http://www.siemens.com/presse))

**Berlin (energate) - In der Energiebranche ist der Einsatz von datengestützten Prognoseverfahren, sogenannte Predictive Analytics, allmählich auf dem Vormarsch. Das ergab eine Umfrage von energate unter zehn großen Versorgern und Stadtwerken.** Von diesen gaben auf Anfrage von energate sechs an, Predictive Analytics bereits einzusetzen, etwa um die Kundenbindung zu stärken. Zwei antworteten, datengestützte Prognoseverfahren derzeit in Pilotprojekten zu testen und die Technologie auch in der Erzeugung nutzen zu wollen. Ganz auf Predictive Analytics verzichten zwei der Unternehmen, eines davon schloss das auch für die Zukunft aus. Aus Sicht der Anwender ist vor allem der anfängliche Arbeits- und Finanzaufwand eine Hürde. "Ist diese allerdings genommen, kann man profitieren", hieß es etwa bei Entega.

### 30 Prozent weniger Kündigungen

Anwendbar sind solche Verfahren nach innen und außen - ein Beispiel ist die Kundenansprache. Im besten Fall greifen sie unmittelbar nach dem Login. "Sobald sich ein Kunde auf der Webseite einloggt, muss man Gewehr bei Fuß stehen", erläutert Sascha Bäcker, Solution Architect bei Axians IT Solutions, im Gespräch mit energate. So reagiere das Analyse-Tool zum Beispiel, wenn ein Kunde

nach Jahren plötzlich zweimal am Tag online seinen Vertrag checkt. Eine darauf folgende Interaktion könnte etwa ein Pop-up-Fenster mit einem günstigeren Tarifangebot sein, wobei etwa Informationen zur Region und dort agierenden Konkurrenten abgeglichen werden.

Die Interaktion müsse direkt im Portal stattfinden. Dann lasse sich die Kündigungsrate um bis zu 30 Prozent senken, sagt Bäcker. Bei einem großen Telekommunikationsanbieter habe sein Unternehmen sie gar um 60 Prozent gesenkt - immerhin 100.000 vermiedene Kündigungen pro Quartal. Die Algorithmen sind der Kern von Predictive Analytics. Sie folgen der Kette "Erfahrung sammeln - lernen - vorhersagen". Dazu nutzen die Tools auch - unter Wahrung des Datenschutzes - die Datenbank des Unternehmens. Diese werde oft stiefmütterlich gepflegt, beklagt Bäcker. Daher müsse man sie häufig zunächst "im Kern sauber" bekommen. Erst dann ließen sich Prozesse optimieren oder neue Geschäftsmodelle entwickeln.

### **Kein "Gießkannenprinzip" mehr**

Für die Energiebranche ist das noch Neuland, wird aber positiv bewertet. Die Oldenburger EWE AG etwa betont, dass Predictive Analytics auch dem Kunden zugutekomme. Die Technik helfe, Kunden zielgruppengerecht anzusprechen. Diese Aussteuerung vermeide das "Gießkannenprinzip". Die Frankfurter Mainova AG hebt den Nutzen für die Gewinnung von Neukunden sowie das Cross- und Up-selling hervor. So könne man nur Kunden ein Angebot zuschicken, die sich auch für das jeweilige Produkt interessieren. Zugleich spare man Kosten für "überflüssige" Angebote. Bei der Karlsruher EnBW AG befassen sich inzwischen zwölf Mitarbeiter mit Predictive Analytics, die im Start-up "Sandy" an der Entwicklung und Verbesserung solcher Algorithmen arbeiten. Neben der bereichsübergreifenden Anwendung innerhalb der EnBW bietet die Abteilung ihre Dienste auch Dritten an.

Predictive Analytics ist aber nicht nur auf den Vertrieb beschränkt. So analysieren etwa die Stadtwerke München Wetter-, Angebots-, Nachfrage- und Instandhaltungsdaten zur verbesserten Energieerzeugung. Weiterentwickelte Verfahren würden bei der Steuerung des eigenen virtuellen Kraftwerks, das eine Vielzahl von Anbietern und Nachfragern verknüpft, eingesetzt, erklärte das Unternehmen in der Umfrage von energate. /dz

Copyright:

energate-messenger.de

Kontakt:

energate gmbh

[redaktion@energate.de](mailto:redaktion@energate.de)

Jegliche Verwendung für den nicht-privaten, kommerziellen Gebrauch bedarf der schriftlichen Zustimmung. Bitte senden Sie Ihre Nutzungsanfrage an [info@energate.de](mailto:info@energate.de).