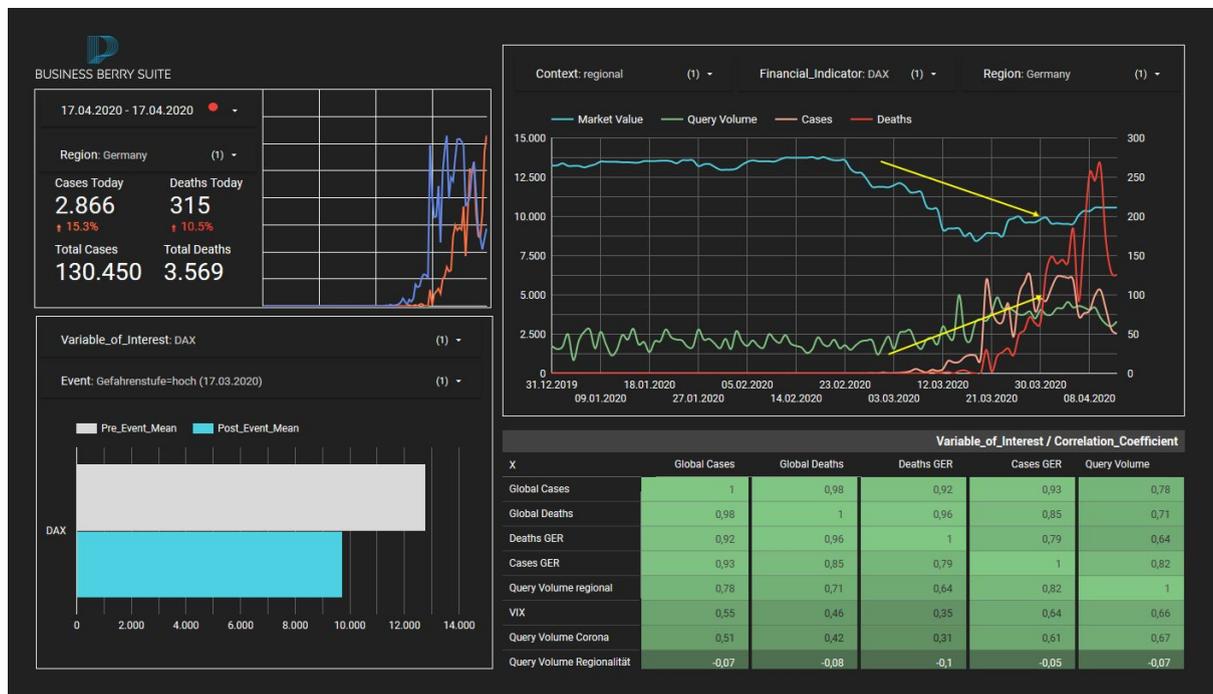


BUSINESS BERRY: Suite zeigt Entwicklung von Nachfragetrends durch Corona-Krise

- Smart Data-Beratung BRAIN ONE untersucht Auswirkungen auf Nachfrage nach Themen, Marken und Produkten während der Corona-Krise
- Das Interesse an Automobilherstellern ist seit Beginn der Krise deutlich zurückgegangen
- Regionalität an sich und Angebote in näherer Umgebung gewinnen seit Einstufung von COVID-19 als Pandemie deutlich an Bedeutung



Mannheim, 21. April 2020 – Die Corona-Krise bestimmt den Alltag der Menschen und die ersten wirtschaftlichen Folgen sind bereits spürbar eingetreten. Wie sich die Nachfrage zu bestimmten Themen, Marken und Produkten durch die Pandemie verändert, ist die Smart Data-Beratung BRAIN ONE (brain.performance.one) nachgegangen und hat dafür die Suite "BUSINESS BERRY" entwickelt. Das Interesse an Automobilen ist beispielsweise stark zurückgegangen, während regionale Angebote an Bedeutung gewinnen.

Nachfrage nach Automobilen geht stark zurück

BRAIN ONE kann mit BUSINESS BERRY bereits deutliche Veränderungen im Interessenfeld der Konsumenten feststellen. Das System führt eine Vielzahl strukturierter Daten zusammen und analysiert diese vor dem Hintergrund des aktuellen Event-Spots in Korrelation zur Entwicklung der Corona-Daten. Ziel ist es, Entscheidern über relevante Unternehmensinformationen Orientierung zu geben und zukunftsweisende Entscheidungen in Unternehmen zu fördern.

So geht die Nachfrage nach Automobilen stark zurück. Das Interesse an mobile.de ist beispielsweise seit März 2020 um 40 Prozent gefallen. Der Automobilhersteller Volkswagen verzeichnet einen Rückgang von 24 Prozent seit Beginn der Krise, bei Mercedes sind es 20 Prozent.

“Unsere Daten zeigen die aktuelle Unsicherheit der Konsumenten, momentan größere Investitionen zu tätigen. Gründe könnten vor allem Kurzarbeit oder sogar Jobverlust sein. Die veränderte Kundennachfrage und Probleme innerhalb der Lieferkette im Zuge der Corona-Krise könnten die ohnehin andauernden strukturellen Veränderungen in der Automobilbranche so zusätzlich beschleunigen”, kommentiert Marco Butz, Gründer und Geschäftsführer von BRAIN ONE.

Regionalität gewinnt an Bedeutung

Am 12. März 2020 stuft die WHO COVID-19 erstmals als Pandemie ein. Infolgedessen ist die Nachfrage nach regionalen Kontexten um über 90 Prozent angestiegen. BRAIN ONE kann erkennen, dass sich Trends und Konsumverhalten in diesem Kontext innerhalb von wenigen Tagen stark verändert haben.

“Seit COVID-19 offiziell als Pandemie eingestuft wurde, informieren sich die Menschen verstärkt über Angebote und Konsummöglichkeiten in ihrer näheren Umgebung oder suchen den kulturellen Halt zu Themen in ihrer Region”, führt Marco Butz fort. *“Auch kurzfristiger sind klare Tendenzen abzulesen, so ist seit Ende März die Nachfrage nach Bäckereien und Metzgereien signifikant angestiegen und dies im Vergleich zu den Vorwochen deutlich beschleunigt.”*

“Unsere Lösung führt Daten aus verschiedenen Quellen in einem Warehouse zusammen und zeigt Zusammenhänge sowie strukturelle Brüche in den Daten auf. Hierbei binden wir Quellen wie Google Trends nicht nur an, sondern bereinigen die Daten auch auf Basis multivariater und autoregressiver Modelle, um die Wahrheit hinter den Daten sichtbar zu machen. Diese Daten liegen nicht nur dem sichtbaren Teil der Business Berry-Suite zugrunde. Sie bilden auch eine wichtige Basis für unsere Analysen und weiterführenden Lösungen wie unsere KI-gestützten Vorhersagemodelle und Marketing-Automation, die ebenfalls als Modul an BUSINESS BERRY angebunden werden können”, beschreibt Dr. Thomas Johann von der Universität Mannheim, Co-Founder und Chef-Methodiker BRAIN ONE, die Methodologie des Vorgehens.

Über BUSINESS BERRY

Die BUSINESS BERRY Suite bietet eine Lösung zur tagesaktuellen Informationsgewinnung, die sich an jedes Geschäftsmodell anpasst. Eine Erweiterung um zusätzliche Datenquellen und Analyse-Module ist innerhalb kurzer Zeit möglich. Somit gewährleistet BUSINESS BERRY neben zahlreichen Datenpunkten eine hohe Flexibilität. PERFORMANCE ONE bietet mit BUSINESS BERRY eine intelligente Transparenz-Lösung, mit deren Hilfe Unternehmen marktbestimmende Faktoren identifizieren und in Relation zu internen KPIs setzen können. Dadurch lassen sich Geschäftsmodelle zukunftsicher gestalten. Mit BUSINESS BERRY treffen Unternehmen datenbasiert sicherere Entscheidungen und erzielen dank Transparenz operative Effizienz.

Über PERFORMANCE ONE

PERFORMANCE ONE ist die Dachmarke der Digitalagentur SUCHDIALOG sowie deren Smart Data-Tochter BRAIN ONE. Das Unternehmen bietet seinen Kunden Beratungsleistungen sowie die Ausführung digitaler Marketingprojekte an. SUCHDIALOG wurde 2009 von Denis Lademann, Tobias Reinhardt und Dr. Yorck Schmidt mit Sitz in Mannheim gegründet. 2014 wurde das Unternehmen zu einer AG. SUCHDIALOG ist für die Ausführung von datengetriebener Performance und Digital Marketing zuständig. BRAIN ONE, gegründet von Denis Lademann und Dr. Thomas Johann, fokussiert sich auf die Smart Data-Beratung mit Schwerpunkt auf Big Data, Maschinellem Lernen und KI.

Über BRAIN ONE.

BRAIN ONE bietet seinen Kunden Beratungsdienstleistungen mit Fokus auf Themengebiete wie Smart Data, Big Data, Maschinelles Lernen und Künstliche Intelligenz. Dadurch möchte das Unternehmen seinen Kunden dabei helfen, zukunftsorientierte Entscheidungen zu treffen. Die Smart-Data-Agentur wurde von Dr. Thomas Johann, Denis Lademann und Marco Butz gegründet. BRAIN ONE tritt als Beratungsorgan von PERFORMANCE ONE auf. Die Geschäfte von BRAIN ONE leitet Marco Butz.

Pressekontakt:

Katharina van Wickeren | katharina.vanwickeren@tonka-pr.com | +49.30.4036476-12