# Erklären oder vorhersagen? Der Entscheidungsrahmen für Analysen

Welche Art von Analyse zu welcher Frage passt – mit Steckbrief, Entscheidungsrahmen und Prüfpunkten gegen die häufigsten Fehler.

**WOFÜR**
Klärung vor Beginn einer Analyse: Was soll sie beantworten, welche Methode passt, was folgt aus dem Ergebnis?

**FÜR WEN**
Alle, die Analysen beauftragen oder nutzen: E-Commerce-Leitung, Marketing, Controlling – und die Analysten selbst.

**UMFANG**
1 Steckbrief · Entscheidungsrahmen · 9 Prüfpunkte · 2 Arbeitsblätter

| Vorhaben | Bearbeitet von | Datum |
|---|---|---|
| | | |

**Der Grundsatz**
Nicht das Modell entscheidet. Die Frage entscheidet. „Warum sind unsere Wiederkäufe gesunken?“ verlangt eine andere Analyse als „Wer wird im nächsten Quartal wahrscheinlich nicht mehr kaufen?“

## Zwei Arten zu analysieren

### Erklären: klassische Modelle

**Stärken:** nachvollziehbar, jeder Faktor hat eine klare Bedeutung; funktionieren mit überschaubaren Datenmengen; zeigen Zusammenhänge, auf die man reagieren kann. **Grenzen:** komplexe Muster bleiben oft unsichtbar; die wichtigen Einflussfaktoren müssen vorher bekannt sein; Anpassung von Hand.

### Vorhersagen: datengetriebene Modelle

**Stärken:** oft sehr genaue Vorhersagen; lernen laufend aus neuen Daten; berücksichtigen viele Einflussgrößen. **Grenzen:** schwer zu erklären; brauchen viele saubere Daten; lernen mit zu wenig Daten Zufälle statt Muster.

## 1 Die Frage klären

Bevor über Methoden gesprochen wird.

**ARBEITSBLATT 1** Steckbrief der Analyse

Kurz ausfüllen und allen Beteiligten vorlegen. Eine Analyse ohne Antwort auf die letzte Frage endet als Liste ohne Folgen.

**Welche Frage soll beantwortet werden?** In einem Satz, als Frage formuliert.

**Geht es um eine Ursache (warum?) oder um zukünftiges Verhalten (wer, was, wann?)**

**Welche Entscheidung hängt vom Ergebnis ab – und wer trifft sie?**

**Muss die Entscheidung begründet werden können, etwa gegenüber Geschäftsführung oder Kunden?**

**Welche Daten stehen zur Verfügung – in welcher Menge, Qualität und auf welcher Ebene (Kunde, Bestellung, Produkt)?**

**Was geschieht mit dem Ergebnis, und wer ist dafür zuständig?**

## 2 Entscheidungsrahmen

Zutreffendes ankreuzen. Die Spalte mit den meisten Kreuzen zeigt die Richtung.

| Erklären, wenn … | Vorhersagen, wenn … | Kombinieren, wenn … |
|---|---|---|
| ☐ **eine Ursache verstanden werden soll** | ☐ es um zukünftiges Verhalten geht | ☐ Genauigkeit und Nachvollziehbarkeit beide wichtig sind |
| ☐ **die Datenmenge überschaubar ist** | ☐ viele Einflussgrößen eine Rolle spielen | ☐ die Entscheidung geschäftskritisch ist |
| ☐ **Entscheidungen begründet werden müssen** | ☐ genug saubere Daten vorhanden sind | ☐ aus der Vorhersage feste Maßnahmen folgen sollen |

### So sieht die Kombination aus

1. Ein datengetriebenes Modell liefert die Vorhersage, etwa ein Abwanderungsrisiko je Kunde.
2. Klare Regeln legen fest, was daraus folgt – zum Beispiel, welche Kunden welche Ansprache bekommen.
3. Erklärende Auswertungen zeigen, welche Faktoren das Risiko treiben.

## 3 Drei häufige Fehler vermeiden

Vor der Auswertung und noch einmal vor der Entscheidung prüfen.

| PRÜFPUNKT | FEHLER | GEPRÜFT VON | DATUM |
|---|---|---|---|
| ☐ Zusammenhang und Ursache sind unterschieden: Dass zwei Dinge gemeinsam auftreten, heißt nicht, dass das eine das andere bewirkt. | Ursache | | |
| ☐ Andere Erklärungen sind geprüft, etwa Saison, Sortiment, Aktionen oder veränderte Kundengruppen. | Ursache | | |
| ☐ Wo möglich, wird die Vermutung getestet – zum Beispiel mit einer Vergleichsgruppe. | Ursache | | |
| ☐ Für ein lernendes Modell sind genug Fälle vorhanden; bei kleinen Datenmengen wird ein einfaches Verfahren gewählt. | Daten | | |
| ☐ Die Daten sind sauber: keine Dubletten, keine Testbestellungen, einheitliche Definitionen. | Daten | | |
| ☐ Die Vorhersage wurde an Daten geprüft, die das Modell nicht kannte. | Daten | | |
| ☐ Alle Daten liegen auf derselben Ebene – Kunden mit Kunden, Bestellungen mit Bestellungen. | Ebene | | |
| ☐ Durchschnitte verdecken keine Gruppen, die sich gegenläufig entwickeln. | Ebene | | |
| ☐ Zeiträume sind vergleichbar: gleiche Länge, gleiche Saison. | Ebene | | |

### ARBEITSBLATT 2 Leitplanken für den Betrieb

Datengetriebene Modelle brauchen Regeln und laufende Kontrolle. Vor dem ersten Einsatz festlegen.

| Frage | Festlegung |
|---|---|
| Wo entscheidet das Modell, wo der Mensch? | |
| Wer prüft, ob die Vorhersagen noch stimmen – und wie oft? | |
| Was passiert, wenn sich das Kaufverhalten ändert? | |
| Wie wird ein einzelnes Ergebnis erklärt, wenn jemand nachfragt? | |
| Woran wird der Nutzen der Analyse gemessen? | |

Diese Unterlage gehört zum Beitrag „Erklären oder vorhersagen? Die richtige Analyse für die richtige Shop-Frage“ auf brand-interactive.com/insights/erklaeren-oder-vorhersagen. Sie ist eine allgemeine Arbeitshilfe und ersetzt keine Prüfung des Einzelfalls. Stand: November 2026.