

DATENANALYSE

Qualitativer Schutz vor Überraschungen

Mit Data Mining können Massnahmen für die Kundenbindung optimiert, Betrugsfälle aufgedeckt und Reputationsrisiken vermieden werden. **MATTHIAS NIKLOWITZ**

Praktisch jeden Monat melden die Nachrichtagenturen «den grössten Kreditkartenbetrug aller Zeiten». Zuletzt ging es um 130 Millionen Kartennummern. Drei Hacker, ein Amerikaner und zwei Russen, haben die Daten von Kunden u.a. des US-Kreditkartendienstleisters Heartland Payment Systems und der Supermarktkette 7-Eleven gestohlen. Festgestellt wurde der Diebstahl dank dem Einsatz von Data Mining bei Banken und Finanzdienstleistern. Data Mining un-

terscheidet sich vom verwandten Bereich Business Intelligence durch die Breite und Tiefe der Datenanalyse. Ein Analyseziel von Business Intelligence wären z.B. die Umsätze pro Kundenberater und nach Region. Data Mining würde versuchen, den Erfolg des Kundenberaters durch weitere Variablen wie seine Sprachkenntnisse oder Aus- und Weiterbildung zu erklären.

Fehleranfällige Analysen

Doch die Grenzen verschwimmen. Die Credit Suisse analysiert mit Business-Intelligence-Software ihre Privatkundschaft darauf, warum manche Kundentypen abwandern. Das Beispiel lässt erahnen: Die Sammlung persönlicher Daten ist nicht unproblematisch. Laut dem jüngsten Lagebericht der Melde- und Analysestelle Informationssicherung des Bundes (Melani) sind solche Daten mit Wertschöpfungspotenzial, aber auch mit Risiken verbunden. Sie schreibt: «Ein klares Risikomanagement im Umgang mit Daten und Informationen ist für die Privatwirtschaft ebenso von Bedeutung wie für den öffentlichen Sektor.»

Zu einem solchen Risikomanagement gehört wiederum auch die Analyse von Daten mit Data Mining. Quelle sind oft die Datenbanken der CRM-Systeme, mit denen Banken ihre Kundenbeziehungen handhaben. Doch die Analysen sind nicht immer einfach. Betroffene Datensätze sind oft fehlerhaft: Altersangaben stimmen nicht, die Postleitzahl ist überholt usw. Oder Spezialcodes wie «99» für «weiss ich nicht» werden bei der Analyse nicht erkannt und recodiert. Dies führt zu schwer interpretierbaren Ergebnis-

sen. Hinzu kommen fehlende Einzelangaben bei wichtigen Variablen, welche den Anteil auswertbarer Datensätze reduzieren, fehlende Repräsentativität oder einfache Abgrenzungsprobleme: Wenn eine Bank bei der Auswertung ihrer Privatkundschaft die Grenze bei 250 000 Franken Vermögen zieht, wird sie ein ganz anderes Kundenprofil generieren als ein Institut, bei dem diese Grenze bei 1 Million Franken liegt. Und dabei ist noch nicht berücksichtigt, wenn zum Beispiel bei etlichen Kunden aufgrund der Turbulenzen an den Finanzmärkten das Vermögen geschrumpft ist. Dies kann das Profil der Bank unter Umständen erheblich beeinflussen.

Prävention gegen Geldwäsche

Bei solch schlechter Investment-Performance kann Data Mining zum Beispiel auch die Abklärung rechtlicher Verantwortlichkeiten unterstützen. Es kann aber auch präventiv eingesetzt werden, etwa bei der Cornèr Bank in deren Kreditrisikoberechnungen. Ebenso wichtig ist die forensische Analyse, bei der Problemfälle rekonstruiert und eingegrenzt werden können, zum Beispiel im Bereich der Geldwäscherei von Firmen oder Einzelpersonen.

Alle drei Aspekte vereinigen sich in einem grösseren Bankgeschäft wie etwa einem Rohstoff-Finanzierungsvorhaben. Da muss nicht nur die Frage geklärt werden, ob eine Anlage in Rohöl ein gutes Mittelfristinvestment ist, sondern auch, ob die involvierten Parteien wie Förderer, Reeder oder Raffinerien mit Sanktionen belegt sind oder finanziell am Abgrund stehen. «

Zwei Platzhirsche

Eine Handvoll spezialisierter Softwarefirmen stellt die Software für das Data Mining her. Die Branchenanalysten von Gartner haben in ihrem jüngsten Bericht die Produkte von SPSS, die Anfang Oktober von IBM übernommen wurde und von SAS, als die Besten klassifiziert. Bei SPSS sprachen viele Kunden von einer durchwegs positiven Erfahrung mit ihrem Lieferanten. Die Breite der Analysemöglichkeiten überzeugt offenbar ebenso wie die Modellbildung. Schwachpunkte sind das fehlende breite Partnerumfeld, was sich allerdings durch den Kauf durch IBM verbessern dürfte. Für SAS spricht der grosse Pool von Experten, die sich mit der nicht immer ganz einfach zu bedienenden Software gut auskennen, die zahlreichen Erfolge bei Kunden und der Support nach dem Kauf. Kritisiert hatten die Kunden die hohen Kosten, die Ausrichtung auf die Experten-Nutzer sowie das Insel-dasein der SAS-Lösung. Etwas zurück liegen die Produkte von Think Analytics und Portrait Software. Von Gartner deutlich schwächer bewertet wurden die weiteren Anbieter Angoss Software, Infor CRM Epiphany, Unica und Viscovery. (mn)