

NEWS ARTIKEL AKTUELL

Ressort: Blue News Österreich Deutsch, 24.04.2002 20:27:55

Eudaptics - Kapitalaufnahmepläne und Börse im Visier



Wien (BLUEBULL) – Wann haben Sie das letzte mal minutenlang bei einer Servicehotline einer großen Firma in der Warteschleife gewartet? Nichts dabei, denken Sie, passiert eben mal. Fakt ist, dass Unternehmen die Schätze, die in den Kundendaten lauern, immer mehr nutzen. Wer weiß, vielleicht war es sogar die Software der Firma **Eudaptics**, die erkannt hat, dass Sie nicht immer ganz pünktlich bezahlt haben, mehr mit den Servicedamen schwätzen als Bestellformulare ausfüllen und ohnehin erst seit zwei Monaten

Kunde sind und deswegen etwas länger am Telefon warten müssen als Musterkunde Maier.

Sie ahnen es vielleicht, wir befinden uns im Wachstumsmarkt der CRM-Software, welcher derzeit aggressiv von Mammutunternehmen wie SAP und Siebel umkämpft wird.

Eudaptics hat es seit der Gründung 1994 ebenfalls geschafft, im CBM (Customer Behavior Markt) mitzumischen. Eudaptics verfügt über die **Viscovery Software Produktlinie**, welche die Möglichkeit bietet, komplexe Datenmengen zu strukturieren und in visualisierter Form verständlich aufzubereiten. So werde es möglich, Kundenverhalten intuitiv zu erfassen und zu analysieren. Geschäftsführer Gerhard Kranner attestiert den bisherigen Methoden, Datenmengen einzuordnen und zu nutzen die „John Wayne – Vorgehensweise“ – „auf alles schießen und danach schauen was man getroffen hat“.

Mit seinen neuartigen Lösungen heimste das Unternehmen zahlreiche Anerkennung ein. Unter anderem wurde man schon im Jahr 2000 im Bereich „Data Mining der nächsten Generation“ von der MetaGroup als ein Top 5 Unternehmen weltweit eingestuft. Trotzdem räumte **Gerhard Kranner (siehe Bild)** ein: „Es ist eine Kette von Zufällen zu verdanken, weswegen wir schneller als die Amerikaner waren“.

Das mittlerweile mehr als 30 Mitarbeiter zählende Unternehmen mit Repräsentanzen in Deutschland, Schweiz, Italien und Osteuropa, wird von Unternehmensseite zu Rate gezogen, wenn darum geht „Wertschöpfungspotential“ zu generieren, bzw. das Kundenportfolio zu optimieren. So ist es beispielsweise das Interesse von Versandhäusern teure Werbekampagnen, nur an potentiell aktive Kunden zu richten und nicht sozusagen Perlen vor die Säue zu werfen.

Die Software sortiert entweder nach Alter, Geburtsdatum oder Geschlecht, ordnet die Daten aber auch so ein, dass sich auf einer Grafik die Personen annähern, die sich unter dem Einbezug mehrerer Kriterien am ähnlichsten sind. Wie auf einer Wetterkarte werden die Gruppen je nach Ausprägung des gerade untersuchten Merkmals eingefärbt. Vertriebschef Georg Greutter nimmt auch den Vergleich mit einer Stehparty in den Mund, wonach sich Grüppchen mit unterschiedlichen, aber in der Gesamtheit vereinenden Eigenschaften bilden. Der neuen Generation von Software zur Dateninterpretation sei es beispielsweise zu verdanken, dass Versicherungen nicht mehr automatisch teure Tarife für Fahrer anbieten mit der einzigen Begründung „jungendlichkeit“, sondern auch andere Eigenschaften einfließen. Das System wird effizienter, die Tarife fairer.

Bei Eudaptics verweist man darauf, dass man im Jahr 2000 die interne Software des Versandriesen Neckermann mit einer um 7,3% besseren Performance deklassiert hat, was „Wellen im gesamten Versandmarkt geschlagen“ habe. Mittlerweile arbeiten Unternehmen wie die Basler Versicherung, Uniqa oder Orange mit der Viscovery Software.

Doch Eudaptics Software will noch viel höher hinaus. Dieses Jahr soll in eine AG umfirmiert und ein Umsatz von 3 Mio Euro erzielt werden. Weiters will man mit Hilfe einer Kapitalerhöhung weiter kräftig wachsen und expandieren (z.B. Japan).

Derzeit gäbe es zahlreiche Gespräche mit vielen namhaften Konkurrenten über einen finanziellen Einstieg oder eine Partnerschaft. Läuft es weiterhin so glatt bei Eudaptics sei es auch nicht unwahrscheinlich, dass man dem Unternehmen mal an der Börse begegnet.