



Wissen wer kündigt, bevor es passiert!  
Mitglieder eines Sportvereins

**Gibt es wahre Liebe im Sport?**



***Ja, aber auch Liebe muss richtig gepflegt werden!***

## Investments in die Mitgliederpflege optimieren

Vereinsmitglieder gezielt ansprechen, die eine hohe Kündigungswahrscheinlichkeit haben.

Kündiger gezielt zurückholen und dort investieren, wo es optimale Erfolgschancen gibt.

### **Herausforderung:**

Wie kann man potenzielle Kündiger präzise vorhersagen und den Einsatz von Prämien und Werbung effizienter steuern?



**Neumitglieder kosten Geld,  
Mitglieder bringen Geld!**

## Churn-Analyse

Basierend auf allen personenbezogenen Daten wird ein Modell erstellt, welches jeder Person eine Kündigungswahrscheinlichkeit zuweist.

Die Zielgröße ist der aktuelle (letzte) Zustand:

**Vereinsmitglieder vs Kündiger der letzten Jahre**

Die Analyse basiert auf Machine-Learning-Verfahren.

**Machine-Learning was ist das?**



Data has a better idea

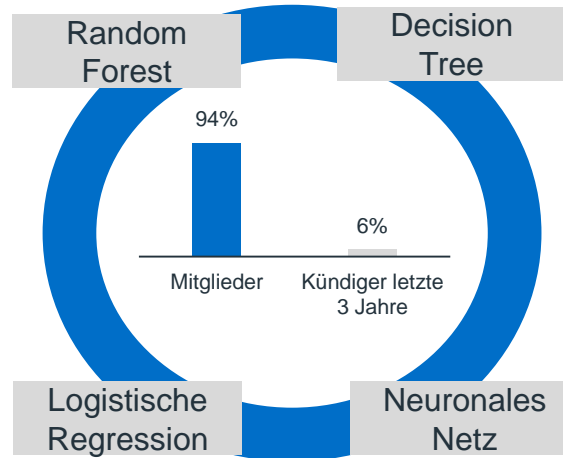
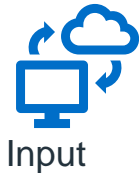
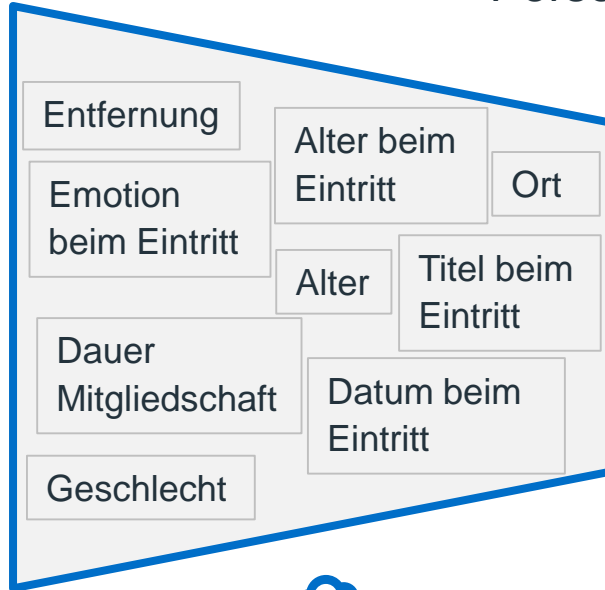


**Eine Vielzahl von Faktoren interagieren und beeinflussen das Ergebnis.**

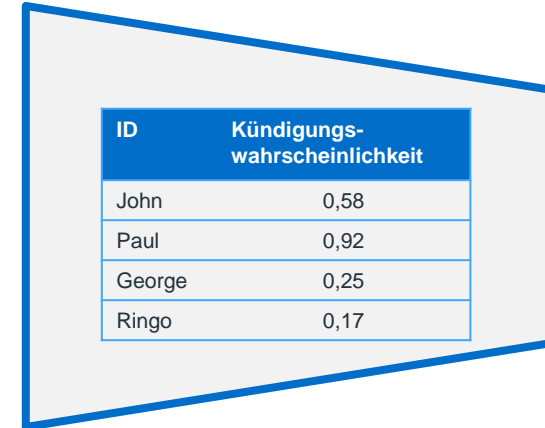
**Machine-Learning hilft komplexe Zusammenhänge zu lösen.**

# Input und Ergebnis

## Personenbezogene Input und Output



Machine-Learning Verfahren



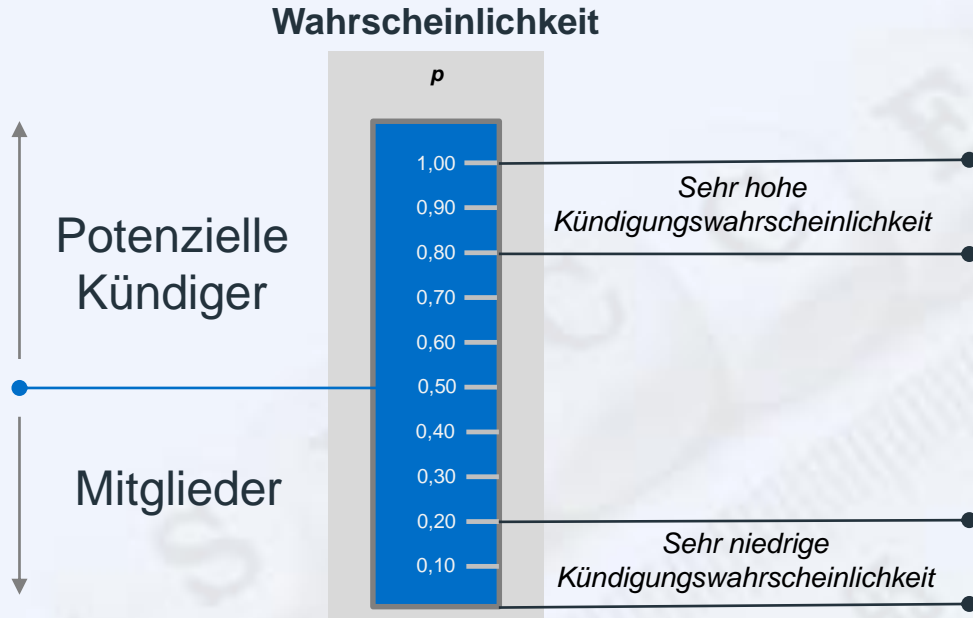
A large blue trapezoidal shape representing output data, containing a table with the following content:

ID	Kündigungswahrscheinlichkeit
John	0,58
Paul	0,92
George	0,25
Ringo	0,17



Output

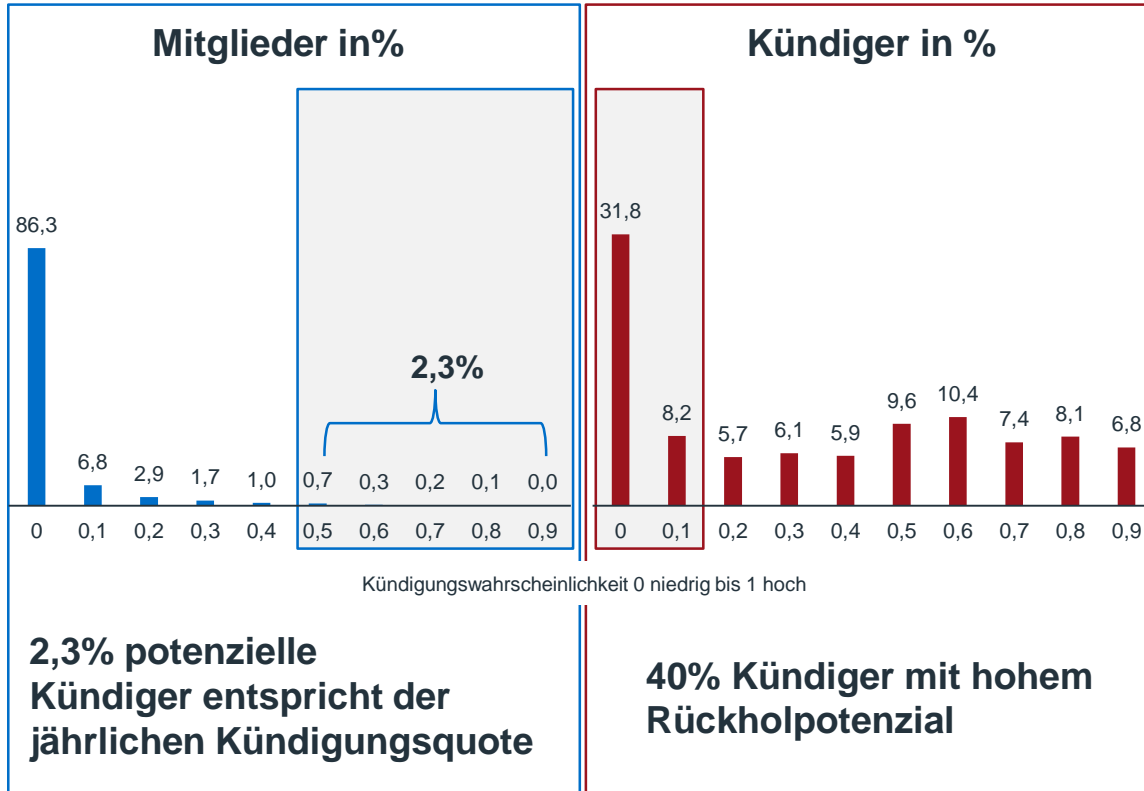
# Personenbezogene Ergebnisse anhand der Kündigungswahrscheinlichkeit



Jeder Person im Datensatz wird eine Kündigungswahrscheinlichkeit zugewiesen.

Der Wertebereich liegt zwischen 1 mit einer sehr hohen Kündigungswahrscheinlichkeit und 0 mit einer sehr geringen Kündigungswahrscheinlichkeit.

# Ergebnis des Modells: Gezielte Ansprache der Mitglieder und Kündiger



## Next Steps:

1. Kontakt mit den 40% Kündiger mit hohem Rückholpotenzial aufnehmen.
2. Kontakt mit 2,3% potenziellen Kündigern aufnehmen.
3. Verbesserung des Modells durch weitere Informationen z.B. Ticketkäufe.



# Modell implementiert in der CRM Datenbank

ID	Tatsächliche Kündigung	Start Churn-Wahrscheinlichkeit (0 und 1)	ToDo	Ist Churn-Wahrscheinlichkeit (0 und 1)
John	nein	0,82	ansprechen	0,86
Paul	nein	0,23	lassen	0,41
George	nein	0,41	ansprechen	0,87
Ringo	ja	0,17	zurückholen	0,17
Stuart	ja	0,95	aufgeben	0,95



Neue Altersgrenze erreicht,  
Kündigungswahrscheinlichkeit gestiegen.  
Reaktion notwendig.

Sowohl die Ergebnisse als auch das Modell kann in die Mitgliederdatenbank implementiert werden.

Dadurch ist es möglich, auf aktuelle Veränderungen der Mitglieder zeitnah zu reagieren.



# Die wichtigsten Faktoren im Modell

Bei der Betrachtung der jeweils drei wichtigsten Einflussfaktoren ist das Ergebnis nicht überraschend. Es unterstreicht die Plausibilität der Analyse, gibt aber keinen Aufschluss auf die Wirkung auf einzelne Mitglieder. Die individuelle Kündigungswahrscheinlichkeit ist abhängig von dem Zusammenspiel **aller** in der Analyse berücksichtigter Faktoren.

## Faktoren mit hoher Mitgliedertreue

1



Alter zwischen 18 und 25 Jahren

2



Titel/ Aufstieg  
geholt beim Eintritt

3



Eintritt am  
Wochentag

## Faktoren mit hohem Kündigungspotenzial

1



Alter zwischen 35 und 40 Jahren

2



Entfernung über 100  
KM vom Vereinssitz

3



Eintritt zum  
Wochenende

# Key Facts

1.

Mehrere Faktoren bestimmen die Kündigungswahrscheinlichkeit einer Vereinsmitgliedschaft. Eine Prognose der Kündigung muss also alle zur Verfügung stehenden Daten berücksichtigen.

2.

Die Ereignisse zum Eintritt (Meisterschaften, Aufstieg) sind wichtige Faktoren, um die Mitgliedstreue zu bestimmen.

3.

Durch frühzeitiges und gezieltes Ansprechen von potenziellen Kündigern kann die Kündigungsquote signifikant gesenkt werden.

4.

Jeder Kündiger bekommt ein Angebot (Merchandise, Ticket-Option), um doch Mitglied zu bleiben. Dieses Angebot kann anhand der Analyse-Ergebnisse personenspezifisch gestaltet und kosteneffizient eingesetzt werden.

# Projekttablauf

		Aufwand
<b>ABSTIMMUNGSMEEETING</b>	Kick off: Vereinbarung der Zielsetzung, Analysetiefe, Projekt- und Zeitplanung und Daten-Clearing	5%
<b>DATENAUFBEREITUNG</b>	Datenaufbereitung, Datentransformation, Anreicherung der Daten mit neuen Informationen, Machbarkeitsprüfung der Modelle	45%
<b>ANALYSE</b>	Modellerstellung und Prüfung aller möglichen Einflussgrößen	30%
<b>ERGEBNIS</b>	Darstellung und Diskussion der Schlüsselergebnisse	5%
<b>IMPLEMENTIERUNG</b>	Modellergebnisse in der Datenbank dynamisch verankern	10%
<b>ÜBERPRÜFUNG</b>	Überprüfung des Modells an der Wirklichkeit	5%
		100%

← Je besser die Datengrundlage desto preiswerter das Projekt!



# Thank You!

Dirk Kelzenberg  
Telefon +49 221 168 985 38  
d.kelzenberg@mehrsehen.eu  
www.mehrsehen.eu

Hendrik Sand  
Telefon +49 6761 906587  
h.sand@mehrsehen.eu  
www.mehrsehen.eu