



Norwegisches Seafood Council sorgt mit SAS für Durchblick im Datenmeer

Verband nutzt SAS Visual Analytics für schnelle Einblicke und Voraussagen zu globalen Handelsdaten und Verbrauchertrends

Heidelberg, 22. September 2015 - Der Verband der norwegischen Fisch- und Meeresfrüchteindustrie (NSC) nutzt SAS Visual Analytics mit dem Ziel, die Nachfrage nach norwegischem Fisch weltweit zu steigern. Der Einsatz von SAS ermöglicht es, kontinuierlich Informationen zu Importquoten, Tarifen und Handelsbedingungen in den verschiedenen Märkten zu sammeln und Trends und Entwicklungen im globalen Fisch- und Meeresfrüchtehandel aufzudecken. Dieses Wissen kann jetzt schnell und einfach Unternehmen der Branche zur Verfügung gestellt werden. Zudem zieht das NSC aus diesen Daten Rückschlüsse auf die aktuelle Handelssituation und berät norwegische Exporteure entsprechend.

"Der globale Handel verändert sich permanent. Damit die Statistiken zum Verbraucherverhalten ständig aktuell sind, benötigen wir akkurate Zahlen. Nur so können wir sinnvolle Schlussfolgerungen ziehen", erklärt Jan Ståle Lauritzen, Statistics Manager beim NSC. "Bisher gestaltete sich der Echtzeitzugriff auf die Daten schwierig und umständlich. Mit SAS Visual Analytics können wir Daten ohne Verzögerung nutzen und ein vollständiges Preisprofil der Märkte für Fisch und Meeresfrüchte weltweit erstellen. Diese Information versetzt Unternehmen in die Lage, ihre Exportrate beziehungsweise -preise zu steuern und sie mit den norwegischen Durchschnitten zu vergleichen."

"Grundvoraussetzung für erfolgreiches Agieren im Markt für Fisch und Meeresfrüchte ist das Sammeln, Aggregieren und Analysieren von Daten in Echtzeit - nur so lässt sich eine adäquate Sicht auf die aktuelle Situation ableiten", führt Tapan Patel, Business Intelligence Marketing Manager bei SAS, aus. "Die Möglichkeit, aus den riesigen Datenmengen auch Trends vorherzusagen, ist ein wichtiger Wettbewerbsvorteil. Mit SAS Visual Analytics hat das NSC besseren Zugang zu Statistiken und Verbraucherdaten und kann damit effektiver agieren."

Lauritzen ergänzt: "Mit SAS sind wir in der Lage, Schemata zu erstellen und In-Memory-Verarbeitung zu nutzen, sodass wir Daten in verschiedenen Dimensionen analysieren können. Die Aggregation und Auswertung solcher Datenmassen erfordert normalerweise einen hohen Zeitaufwand. Die SAS Lösung sorgt dafür, dass die Daten schnell und nutzerfreundlich bereitgestellt werden können. Gleichzeitig lassen sich mehrere Datenquellen in einem einzigen Report bündeln."

Eine Demoversion von SAS Visual Analytics steht kostenfrei zur Verfügung.

circa 2.400 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauck
Burgauerstr. 117
81929 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

sas.de
thomas.maier@ger.sas.com

SAS ist weltweit Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,09 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. In Deutschland hat SAS im vergangenen Jahr 134,3 Millionen Euro Umsatz erzielt. Kunden an mehr als 75.000 Standorten setzen innovative Analytics-, Business-Intelligence- und Datenmanagement-Software und -Services von SAS ein, um schneller bessere Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden rund um den Globus THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.