

Projektbericht zum Modul Information Retrieval und Visualisierung Sommersemester 2021

Bike Buyers 1000

Floyd Spuhler

10.09.2021

1 Einleitung

Durch das wachsende Umweltbewusstsein in der Bevölkerung rückt besonders das Fahrrad als klimaneutrales Verkehrsmittel in den Fokus [1]. Bereits 2019 betrug der Gesamtbestand an Fahrrädern in Deutschland fast 76 Millionen [2, 3]. Die anhaltende Covid-19 Krise verstärkt den anhaltenden Fahrrad-Boom für Freizeit und Pendeln [4]. Durch die Krise bedingte Lieferverzögerungen und Knappheiten führen zu einem Nachfrageüberhang und steigenden Preisen. Auch wärmere Winter begünstigen eine längere Fahrradsaison und sorgen dadurch zusätzlich für Lieferengpässe [5]. In der Schweiz ist das Fahrrad nicht zuletzt durch den staatlich geförderten Ausbau von Fahrradspuren zum beliebtesten Verkehrsmittel geworden [4].

Fragestellungen: Welche Eigenschaften lassen sich aus den Bike-Buyers-Daten ableiten? Darstellungen: Scatterplot, Parallele Koordinaten

1.1 Anwendungshintergrund

Sie müssen genug Hintergrund bereitstellen, so dass die Lesenden sich ein Urteil bilden können, ob ihre Lösung funktioniert. Sie sollen die Lesenden jedoch nicht mit Anwendungsdetails so überschütten, dass der Fokus auf die Fragen zur Informationsvisualisierung untergehen. [4] test

Anwendungshintergrund: Diese Forschungsarbeit bereitet Informationen auf, die Interessante Einblicke in das Kaufverhalten von Fahrrad-Kunden geben. So lassen sich anhand von Einkommensdaten, dem Alter und dem Bildungshintergrund Kundengruppen ableiten, auf welche in allen Wertschöpfungsebenen eingegangen werden kann. Hersteller müssen beispielsweise die Rahmengröße auf das Alter abstimmen. Einkommensstarke Kunden setzen den Fokus beispielsweise auf hochwertige Materialien (z.B. Carbon). Personen die das Fahrrad zum Pendeln nutzen sind eher auf ein Stadt- als ein Mountainbike angewiesen. Anhand der Distanz zur Arbeit können Bauunternehmen in Innenstädten gezielter Fahrradwege bauen. Diese Anwendungsfelder werden

über die drei verschiedenen Visualisierungsanwendungen aufgegriffen. [4]
test

1.2 Zielgruppen

Dieser Forschungsbericht richtet sich vor allem an die Anbieterseite auf den B2C Fahrradmarkt. Auf der Anbieterseite sind alle in der Lieferkette vorhandenen Unternehmensbranchen betroffen. Die Hersteller haben mit dem Materialmangel zu kämpfen. Den Fahrradverkäufern macht der Onlinehandel Konkurrenz und auch Bauunternehmen, die Fahrradspuren bauen haben mit Rohstoffmangel Probleme. Hierzu lassen sich drei Hauptzielgruppen, neben Fahrradinteressierten, herausfiltern, an welche sich dieser Visualisierungsbericht richtet.

- **Fahrradhersteller:**

Fahrradhersteller benötigen besonders wegen der Materialknappheit spezifische Informationen zu den personenbezogenen Merkmalen potenzieller Kunden, wie z.B. Größe, Alter, Einkommen um einen Fahrradrahmen mit entsprechend wertigen / nicht wertigen Materialien für eine Verwendungszweck (z.B. Mountainbike, Stadtrad) herzustellen. Für Fahrradhersteller sind Informationen zum Alter der Kundengruppe für Rahmengröße, Fahrradart, sowie zum Einkommen in Hinblick auf die Auswahl der Materialien und deren Qualität wichtig.

- **Fahrradhandel:**

Für Fahrradverkäufer spielt vor allem der Verwendungszweck des potenziellen Kunden eine übergeordnete Rolle beim Fahrradkauf. Die Wahl des richtigen Modells unterscheidet sich für die Freizeit (Mountainbike) mit weiten Distanzen vom Gebrauch für die Stadt mit geringeren Distanzen (Stadtrad).

- **Bauunternehmen mit dem Fokus auf Fahrradinfrastruktur:**

Auch für Unternehmen aus der Baubranche mit dem Fokus auf die Infrastruktur für Fahrradwege ist diese Arbeit eine geeignete Anlaufstelle für Informationen zum Einsatz des Fahrrads in Bezug auf den Arbeitsweg.

Dieser Visualisierungsbericht ermöglicht es den oben genannten Unternehmen eine bessere Kundenmarktsegmentierung zu betreiben. Kurzfristig können durch die Ergebnisse dieses Berichtes Ressourcen sparsam eingesetzt werden (v.a. Hersteller, Baubranche). Langfristig können besonders Fahrradhändler von diesem Bericht profitieren, da sie durch die personenbezogenen Daten optimale Kundenakquise / Kundenberatung garantieren können und anhand von Einkommensparametern Preise bestmöglich bilden können.

1.3 Überblick und Beiträge

In diesem Abschnitt geben sie einen kurzen Überblick über die Daten und verwendeten Visualisierungen. Dann benennen sie die Beiträge ihres Projekts. Diese Beiträge müssen sie in den

hinteren Teilen des Berichts genauer ausführen und belegen.

Überblick: Die durch Kaggle bereitgestellten Daten bestehen aus demographischen Kundeninformationen, wie Alter, Geschlecht, Familienstand etc. Diese Daten werden in drei Visualisierungen dargestellt, um Herstelleranalysten einen Überblick in diese Kundendaten zu vermitteln.

2 Daten

Beschreiben Sie vorhandenen Daten. Gehen sie kritisch darauf ein, in wie weit sich die Daten für die Bearbeitung der Fragestellungen und dem Erreichen von Lösungen für die oben beschriebene Zielgruppen eignen. Haben sie die Daten sinnvoll mit weiteren Datenquellen ergänzt? Wenn ja, wie?

Die diesem Projektbericht zugrundeliegenden Rohdaten entstammen einem Datensatz des "KaggleAccount von Heeral Dedhia, welche Antworten von 1.000 NutzerInnen zum Thema Fahrradkauf bereitstellt. Die Nutzerin hat diese Daten zuletzt im Jahresverlauf 2020 erweitert. Datum- und Erhebungsform sind hierbei unbekannt. In dieser aktuellsten Version liegen 13 verschiedene Attribute zu den 1000 befragten Personen vor. Die Nutzerin hat zwei verschiedene Datensätze bereitgestellt, die sich lediglich durch NA-Werte unterscheiden. Zu Übersichtszwecken stellt die bereinigte Datei "bikebuyersclean.csv" die Grundlage für dieses Visualisierungsprojekt dar (ToDo: Kaggle Seite zitieren).

zu allen befragten Personen wurde eine eindeutige ID vergeben, welche ein INT-Typ ist. Zur Quantifizierung der Baumhierarchie wurde diese Tabellenspalte für die dritte Visualisierung übernommen. Die nächsten beiden Spalten "Marital Status", "Gender und "Children und Ägeäls Int geben als String-Datentyp Aufschluss über den sozialen Familienstand und Geschlecht der befragten Person. Die Spalten "Income", "Education", "Occupation" geben Aufschluss über die berufliche Karriere. In Verbindung mit den Spalten "HomeOwner und "Cars" lässt sich der Status der Person interpretieren. Das Attribut "Commute Distance" gibt Aufschluss über die Distanz zur Arbeit, dient der Befragung zur Entfernung zwischen Wohnort und Arbeitsstätte, wodurch wertvolle Informationen zwischen Cars, Bikes und co gewonnen werden können. Durch purchasedBike und Region können diese Daten weiter voneinander unterschieden oder für einen globalen Einblick als Ganzes betrachtet werden.

Die Daten eignen sich besonders für Analysten von Fahrradunternehmen, die beispielsweise einen Online-Fahrrad-Shop betreiben wollen. Hierdurch erhalten sie eine Grundlage über mögliche Kundengruppen, wodurch wertvolle Informationen, wie die Arbeitsentfernung vorhanden sind und sich insbesondere in der zukünftigen Infrastruktur von Großstädten bemerkbar machen werden. Auch in Hinblick auf die anhaltende COVID-19 Krise und den sicheren Aspekt des Individualverkehrs bietet ein Fahrrad auf kurze bis mittlere Distanz eine umweltschonende und kostengünstige Alternative zum Auto. Diese Informationen in Verbindung mit dem Alter, Einkommen und Beruf können individuelle Kundengruppen angesprochen werden.

Um eine geeignete Überblicksmöglichkeit über diese potenziellen Kundengruppen zu schaffen, musste der dafür notwendige Datensatz für die Baumhierarchie angepasst werden.

2.1 Technische Bereitstellung der Daten

Wie sind die Daten zugänglich? Welche Formate werden genutzt. Gibt es Besonderheiten beim Lesen der Formate?

Der zugrundeliegende Datensatz wurde um keine zusätzlichen Daten erweitert. Die Daten bilden eine gute Verteilung in verschiedenen Regionen ab, sind ausgewogen verteilt und bieten eine Vielzahl an Informationen, mit denen Fahrradhersteller / Verkäufer wie Onlineshops gezielt Kundengruppen ansprechen können.

2.2 Datenvorverarbeitung

Welche Datenvorverarbeitungsschritte sind notwendig? Beschreiben Sie die einzelnen Schritte und begründen Sie sie, z.B. warum werden manche Daten weggelassen, über welche Mengen werden Durchschnitte berechnet, warum sind die so berechneten Werte aussagekräftiger als andere Werte.

Vorverarbeitung: Die Vorverarbeitung erfolgt im Filtern leerer Felder

3 Visualisierungen

3.1 Analyse der Anwendungsaufgaben

Analysieren Sie die konkreten Anwendungsaufgaben. Welche Visualisierungen helfen den Personen, die die Software verwenden, sinnvolle mentale Modelle aufzubauen. Sind diese mentalen Modelle für Sie notwendig, um die Aufgaben lösen zu können?

3.2 Anforderungen an die Visualisierungen

Leiten Sie Anforderungen an das Design der Visualisierungen ab, die sich durch Ihre Analyse des Zielproblems ergeben.

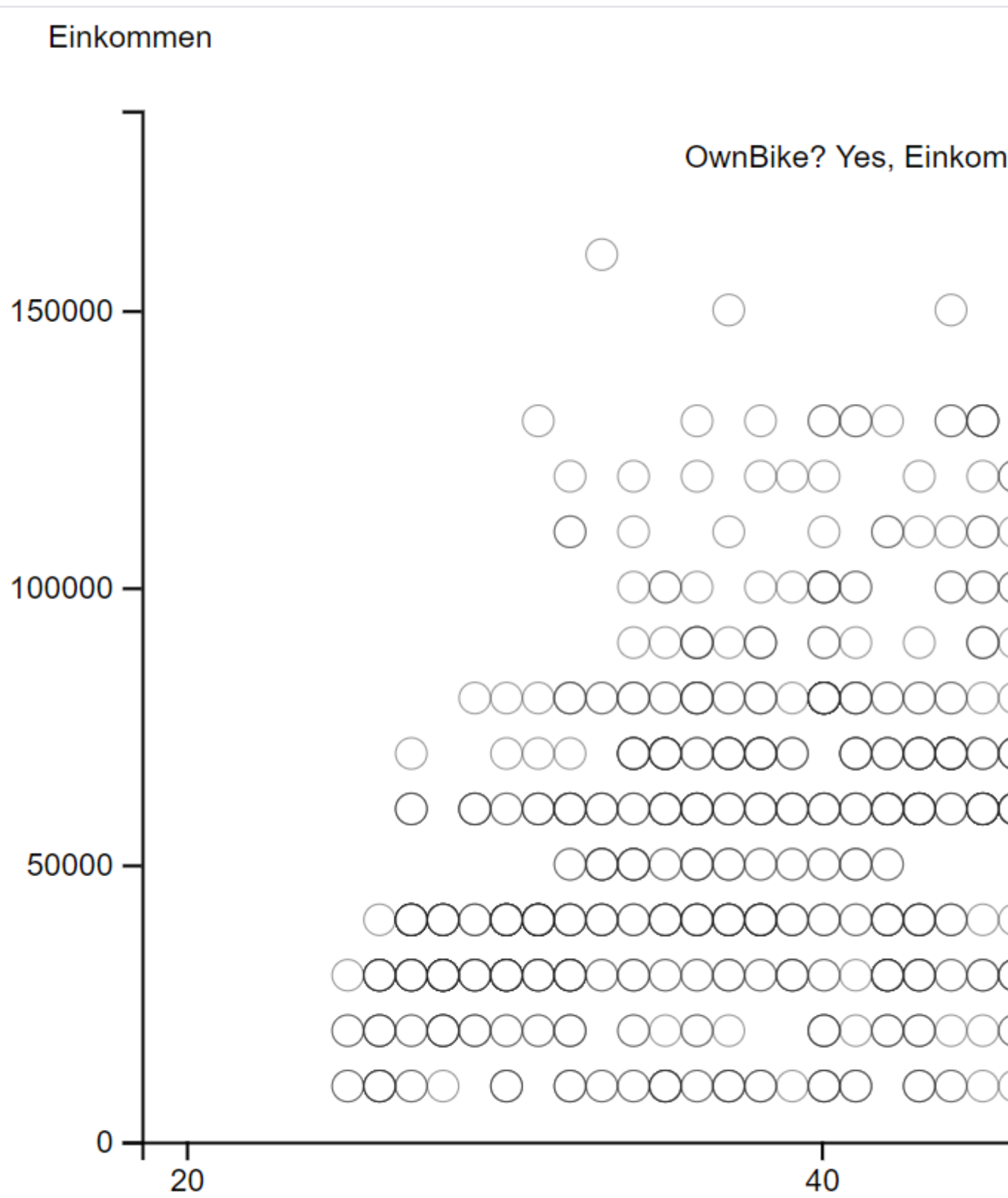
3.3 Präsentation der Visualisierungen

Präsentieren Sie die visuelle Abbildungen und Kodierungen der Daten und Interaktionsmöglichkeiten. Sie müssen begründen, warum und wie gut Ihre Designentscheidungen die erstellten Anforderungen erfüllen. Weiterhin müssen Sie begründen, warum die gewählte visuelle Kodierung der Daten für das zu lösende Problem passend ist. Typische Argumente würden hier auf Wahrnehmungsprinzipien und Theorie über Informationsvisualisierung verweisen. Die besten Begründungen diskutieren explizit die konkrete Auswahl der Visualisierungen im Kontext von

mehreren verschiedenen Alternativen. Diskutieren sie die Expressivität und die Effektivität der einzelnen Visualisierungen.

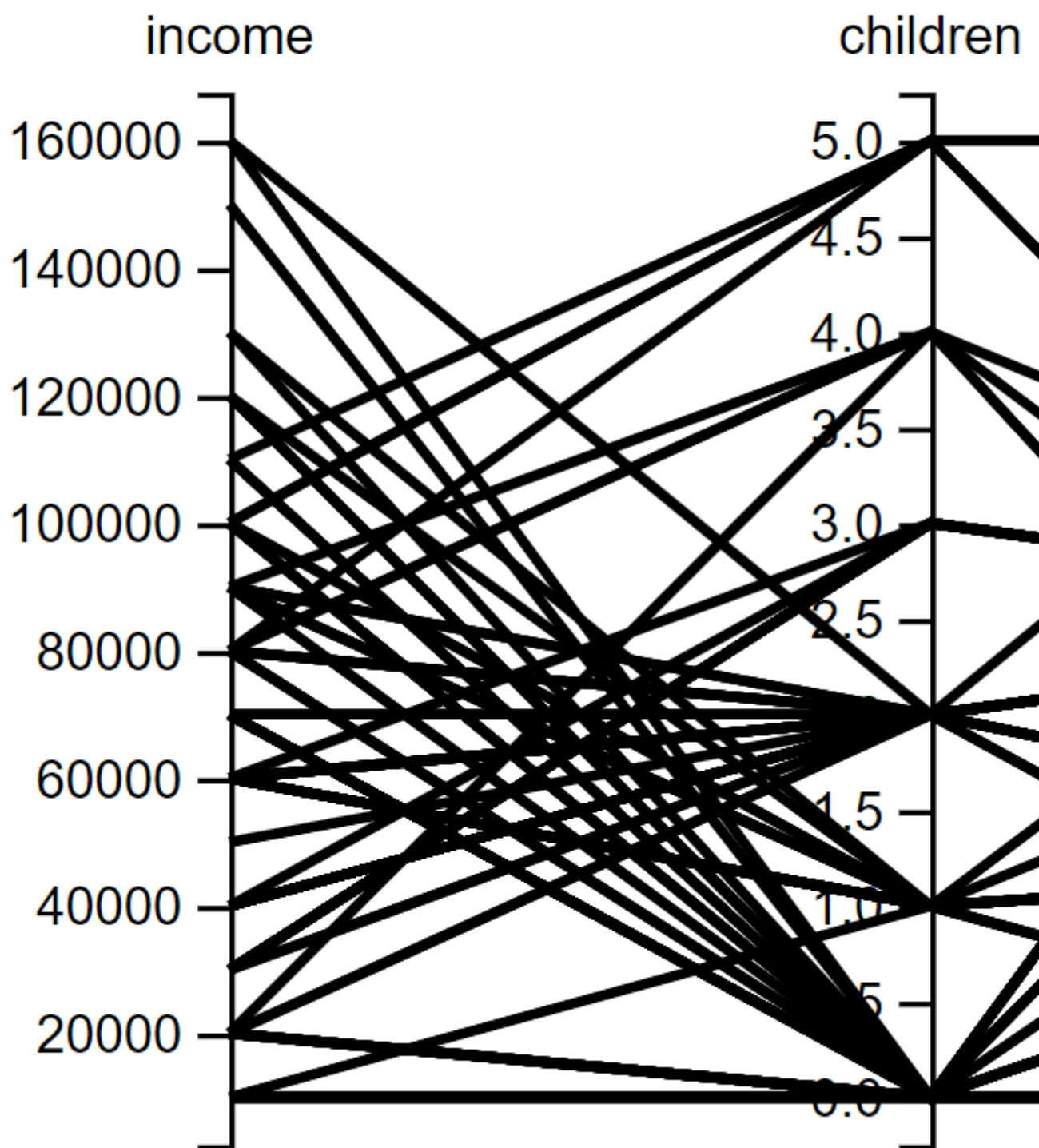
Die eben beschriebenen Präsentationen und Begründungen sollen für jede der drei folgenden Visualisierungen durchgeführt werden.

3.3.1 Visualisierung Eins



3.3.2 Visualisierung Zwei

TestText 123



3.3.3 Visualisierung Drei

3.4 Interaktion

Erklären sie die möglichen Interaktionen mit den einzelnen Visualisierungen und die möglichen Verknüpfungen zwischen ihnen. Begründen Sie warum die konkreten Interaktionen umgesetzt wurden und welche Zwecke für die Anwenderinnen mit ihnen unterstützt werden. Begründen sie ebenfalls warum sie andere Interaktionsmöglichkeiten nicht umgesetzt haben.

4 Implementierung

Beschreiben Sie die Implementierung ihrer Visualisierungsanwendung in Elm. Stellen die Gliederung ihres Quellcodes vor. Haben Sie verschiedene Elm-Module erstellt. Was war aufwändig umzusetzen, was ließ sich mit dem vorhanden Code aus den Übungen relativ einfach umsetzen?

Wie sieht die Elm-Datenstruktur für das Model aus, in dem die verschiedenen Zustände der Interaktion gespeichert werden können.

5 Anwendungsfälle

Präsentieren sie für jede der drei Visualisierungen einen sinnvollen Anwendungsfall in dem ein bestimmter Fakt, ein Muster oder die Abwesenheit eines Musters visuell festgestellt wird. Begründen sie warum dieser Anwendungsfall wichtig für die Zielgruppe der Anwenderinnen ist. Diskutieren sie weiterhin, ob die oben beschriebene Information auch mit anderen Visualisierungstechniken hätte gefunden werden können. Falls dies möglich wäre, vergleichen sie die den Aufwand und die Schwierigkeiten ihres Ansatzes und der Alternativen.

5.1 Anwendung Visualisierung Eins

5.2 Anwendung Visualisierung Zwei

5.3 Anwendung Visualisierung Drei

6 Verwandte Arbeiten

Führen sie eine kurze Literatursuche in der wissenschaftlichen Literatur zu Informationsvisualisierung und Visual Analytics nach ähnlichen Anwendungen durch. Diskutieren sie mindestens zwei Artikel. Stellen sie Gemeinsamkeiten und Unterschiede dar.

7 Zusammenfassung und Ausblick

Fassen sie die Beiträge ihre Visualisierungsanwendung zusammen. Wo bietet sie für die Personen der Zielgruppe einen echten Mehrwert.

Was wären mögliche sinnvolle Erweiterungen, entweder auf der Ebene der Visualisierungen und/oder auf der Datenebene?

Anhang: Git-Historie

Literatur

- [1] Heike Marquart, Julia Schuppan, Benjamin Heldt, Lisa Buchmann, Julia Jarass, Sarah Berg, Till Steinmeier, Philipp Masius, Meret Nathalie Batke, Arthur Zschäbitz, Jakob Bastian, Charlotte Blechner, David Brunner, Julian Maurer, Pascal Kraft, Leon Govinda Stephan, Tuan Anh Rieck, Konstantin Arndt, Lennart Goettsche, Robert Radloff, Nadja Martin, Lara Ann Steinert, and Fabian Drews. *Mobilität in Stadtquartieren*. Humboldt-Universität zu Berlin, 2021.
- [2] Martin Kords. Statistiken zum thema fahrradfahrer, 2020.
- [3] Statista. Corona-krise sorgt für fahrrad-boom, 25.08.2021.
- [4] Martin Platter. Das virus bewegt aufs velo, 2020.
- [5] Andreas Jöhrens. Boomendes geschäft, steigende preise: Lieferprobleme im fahrrad-handel, 2021.