MANDANTENBRIEF 08 / 2014

DIE „BIG DATA“ – WACHSTUMSVERANTWORTUNG

Deutschland ist Weltmeister – Fußballweltmeister. Herzlichen Glückwunsch! Und der DFB (Deutscher Fußball Bund) ist einer der vielleicht unüblichen Anwender im Kreis der Nutzer von „Big Data“:[vgl.: [1]].
Das Unternehmen Gartner hat das Thema „Big-Data“ im Juli 2011 als Technologie-Trigger im Hype Cycle gezeigt [vgl.: [2]] und aufgenommen. Zahlreiche Veranstaltung des Jahres 2014 haben das Thema „auf der Agenda“ – und es ist nicht mehr vom Schreibtisch der Fachabteilungen und IT-Leiter wegzudenken. Damit ist das Thema jetzt, drei Jahre später, „oben“ angekommen, aber noch nicht ganz „rund“.

Ohne Frage und Zweifel, „Big Data“ bietet eine Menge Möglichkeiten und Chancen für Unternehmen. Neben dem schon klassischen „statistischen“ Verarbeiten von CRM-Daten, um Einkaufsverhalten auszuwerten und u. a. Zielgruppenanalysen betreiben zu können, treten auch neue Anwendungsmöglichkeiten auf. So sind bspw. „Big Data“ – Analysen aus dem Weltall [vgl.:[3]] ein weiteres Beispiel von Einsatz-Szenarien, die helfen können, Zusammenhänge besser zu verstehen und auch schneller (bspw. Fraud-Prevention and Detection im Zollhafenbereich) reagieren zu können.

Dennoch bleibt die technische Herausforderung. Die schier unendlich-große Menge an grundsätzlich verfügbaren Daten, die vorliegt und zudem auch noch zyklisch wächst, muß erst einmal bewältigt werden. In-Memory-Computing und Hadoop seien hier beispielhaft für neuere Technologien genannt, die helfen, die Daten auswertbar zu machen. Aber es nützt nichts, wenn man einerseits in Echtzeit reagieren möchte, aber andererseits auf Daten aus der Vergangenheit aufsetzt. Daten in Echtzeit verfügbar und nutzbar zu machen ist eine der größeren Herausforderungen. Zumal die Art der Datenherkunft (Stichwörter: strukturierte und unstrukturierte Informationen aus dem „Internet der Dinge“ & Maschinekommunikation, Social Networking & Internet mit Blogs und Foren, Stammdaten und Daten aus dem Kontext von Informations- und Kommunikations-Technologien wie Log-Daten etc.) und damit die Allokation von Datenströmen auch weiterhin technisch anspruchsvoll ist und bleibt. Was den nächsten wichtigen Punkt heraushebt: die richtigen Menschen müssen die richtigen Fragen stellen.

Womit der nächste Aspekt ins Spiel kommt: der Anspruch mit den vielen Daten auch „vernünftig“ umgehen zu müssen. Hier rufen die aktuellen Entwicklungen im Kontext von Abhöraffären und Organisationsbespitzelungen Assoziationen zu George Orwells „Big Brother“ hervor. Auch wenn in einigen Szenarien ein berechtigtes Interesse in Bezug auf nicht anonymisierte Informationsverarbeitung bestehen mag, so gehen doch die meisten Unternehmen sehr sorgsam und im Kern anonymisiert mit den ihnen zur Verfügung stehenden Daten um. Diese Sorgsamkeit im Sinne der Unternehmen darf aber nicht dazu führen, daß Kunden quasi „bevormundet“ werden und sorgfältig paketierte Konsum-Häppchen in ihrem Posteingang oder auf dem Smartphone vorfinden. So sehr es verführerisch sein mag, im Kampf um Marktanteile und mit dem Wettbewerb das Kaufinteresse deutlich im eigenen Sinne zu fördern, so gilt in westlich-geprägten Wirtschaftsräumen die freie Marktwirtschaft. Und dieses Prinzip hat auch eine lange Geschichte und Berechtigung.

Es mag daher die Frage erlaubt sein, ob im Sinne der Prinzipien eines „ehrbaren Hamburger Kaufmanns“ in Unternehmen und Organisationen auch der zarten Pflanze der „Informationsethik“ Raum und Boden bereitet werden darf oder sogar muss?

1 http://www.wiwo.de/technologie/cebit-spezial/partnerschaft-zwischen-sap-und-dfb-ein-computer-schiesst-keine-tore/9598616.html
2 http://www.gartner.com/hc/images/215650_0001.gif
3 http://blog.zeit.de/open-data/2014/03/05/satelliten-video-daten-skybox/

* * *

Zur Diskussion der einen oder anderen Fragestellung im spannenden Bild von „Big Data“ stehen Ihnen die erfahrenen Berater der TMC – Gruppe jederzeit gerne zur Verfügung.

Ihre
TMC
TRUST MANAGEMENT CONSULTANTS – Gruppe