
essentials

essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. *essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *essentials*: Wissensbausteine aus den Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autoren aller Springer-Verlagsmarken.

Weitere Bände in dieser Reihe <http://www.springer.com/series/13088>

Andreas Gadatsch · Holm Landrock

Big Data für Entscheider

Entwicklung und Umsetzung
datengetriebener Geschäftsmodelle

 Springer Vieweg

Andreas Gadatsch
Sankt Augustin, Deutschland

Holm Landrock
Berlin, Deutschland

ISSN 2197-6708
essentials

ISBN 978-3-658-17339-5

DOI 10.1007/978-3-658-17340-1

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-17340-1 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Vieweg

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Vieweg ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Was Sie in diesem *essential* finden können

- Kompakter Einstieg in Big Data
- Überblick über verschiedene Einsatzbereiche und Datenquellen für Big Data
- Vorgehensmodelle für die Einführung von Big Data Projekten
- Beispiele für mögliche Anwendungsszenarien für Ihr Unternehmen
- Hinweise auf weiterführende Spezialliteratur und Studien zu Big Data für Personen, die an entsprechenden Projekten beteiligt sind oder diese leiten wollen

Inhaltsverzeichnis

1	Big Data – Datenanalyse als Eintrittskarte in die Zukunft	1
1.1	Big Data – Buzzword, Trend oder Technologie?	1
1.2	Datenquellen	5
1.3	Einsatzbereiche von Big Data	6
1.4	Einsatz im Unternehmenscontrolling	7
1.5	Zusammenfassung	9
	Literatur	9
2	Zielsetzung von Big-Data-Projekten	11
2.1	Überblick über Ziele und Perspektiven	11
2.2	Mögliche Ziele für Big Data	12
2.3	Bitkom – Zielmodell	14
2.4	Zusammenfassung	15
	Literatur	16
3	Einführung und Implementierung von Big Data	17
3.1	Big Data als Chance für Change Management	17
3.2	Vorgehensmodelle	18
3.3	Organisatorische Aspekte	20
3.4	Kulturwandel	21
3.5	Neue Berufsbilder	23
3.6	Zusammenfassung	26
	Literatur	26

4	Ausgewählte Anwendungsszenarien	29
4.1	Von Wetterdaten und Rabattstufen	29
4.1.1	Klassischer Ansatz	29
4.1.2	Big-Data-Ansatz	30
4.1.3	Nutzen	30
4.2	Wie ein Administrator zum Chef einer neuen Business-Unit wurde	31
4.2.1	Klassischer Ansatz	31
4.2.2	Big-Data-Ansatz	32
4.2.3	Nutzen	32
4.3	IT-Service-Management und Data Center Assessment als Big-Data-Szenarien	33
4.3.1	Klassischer Ansatz	33
4.3.2	Big-Data-Ansatz	33
4.3.3	Nutzen	34
4.4	Spot-Pricing	34
4.4.1	Klassischer Ansatz	35
4.4.2	Big-Data-Ansatz	35
4.4.3	Nutzen	36
4.5	Die Intellectual Property von Parkplätzen	36
4.5.1	Klassischer Ansatz	36
4.5.2	Big-Data-Ansatz	36
4.5.3	Nutzen	37
4.6	Der Einzelhändler, der beim schönem Wetter keine Grillsachen auf die Sonderfläche stellt	37
4.6.1	Ausgangsbasis und Problemstellung	37
4.6.2	Lösungsansatz	38
4.6.3	Nutzen	38
4.7	Vom Wettlauf zwischen dem Hasen und dem Igel oder wie das Call-Center die nützliche Antwort fand	39
4.7.1	Klassischer Ansatz	39
4.7.2	Big-Data-Ansatz	40
4.7.3	Nutzen	41
4.8	Wie ein kleiner Fehler nur durch komplexe Datenanalysen entdeckt wurde	41
4.8.1	Klassischer Ansatz	41
4.8.2	Big-Data-Ansatz	42
4.8.3	Nutzen	42

4.9 Zusammenfassung	43
Literatur	44
5 Big Data und Ethik	45
5.1 Grundlagen	45
5.2 Zusammenfassung	47
Literatur	47