



Big-Data-Studie: Jeden Wunsch von den Daten ablesen

Big-Data-Studie: Jeden Wunsch von den Daten ablesen
Der Mittelstand will mit Big Data vor allem seine Kunden besser verstehen und gezielter auf deren Wünsche eingehen - so das zentrale Ergebnis einer weltweiten IBM Studie. Die aktuelle IBM Studie "Analytics: The real-world use of big data" zeigt, dass der Mittelstand weltweit das Thema Big Data in Angriff nimmt - etwa drei Viertel der befragten Unternehmen haben bereits mit Big-Data-Projekten begonnen oder planen solche. Mehr als die Hälfte der Unternehmen wollen mit Big Data besser auf ihre Kunden und deren Wünsche eingehen. Und ein Vergleich mit Großunternehmen zeigt: Im Mittelstand beginnt Big Data deutlich früher, nämlich bereits bei einem Datenvolumen von einem Terabyte - bei großen Unternehmen erst bei 100 Terabyte. Doch nicht nur die Datenmenge macht Big Data aus, sondern die vier Vs: Außer Volume sind dies Variety, Velocity und Veracity, also Menge, Form, Geschwindigkeit und Verlässlichkeit der Daten. Unsere aktuelle Studie zu Big Data zeigt, dass sich im Mittelstand bereits drei von vier Unternehmen intensiv mit dem Thema Big Data beschäftigen - jedes vierte Unternehmen hat sogar bereits konkrete Projekte in Angriff genommen", sagt Martina Fiddrich, Leiterin des Geschäftsbereichs Mittelstand und Partnership Solution Center, DACH bei IBM. "Auch was sich der Mittelstand konkret von Big Data erhofft, zeigt unsere Studienauswertung - er will seine Kunden, deren Bedürfnisse und Verhalten besser verstehen und schneller auf deren Wünsche eingehen." Mit Big Data wissen, was die Kunden wollen
Die Wünsche der Kunden von den Daten - statt den Augen - ablesen, das ist das große Ziel, das der Mittelstand weltweit mit Big Data Analytics erreichen will. Zudem wollen die Unternehmen mit ihrer Datenanalyse schneller neue Chancen im Markt erkennen und auf veränderte Geschäftsanforderungen reagieren. Dies sind die zentralen Resultate, die IBM aus ihrer aktuellen Studie "Analytics: The real-world use of big data" gewonnen hat. Für die Studie haben 2012 das IBM Institute for Business Value und die Saïd Business School (University of Oxford) weltweit mehr als 1.100 Unternehmen befragt - mehr als die Hälfte davon sind Mittelständler. Konkret ergab die Studie, dass sich 60 Prozent der befragten Mittelständler von Big Data Wettbewerbsvorteile erwarten, vor zwei Jahren lag dieser Wert bei nur 36 Prozent. Ein Vergleich zwischen Mittelstand und Großunternehmen zeigt, dass bei kleineren Unternehmen Big Data deutlich früher beginnt: Für zwei Drittel der Mittelständler liegt die Big-Data-Grenze bei einem Terabyte Datenvolumen - für die Mehrheit der großen Unternehmen beginnt Big Data erst ab 100 Terabyte. Big Data ist mehr als nur Datenmenge
Doch das Datenvolumen ist nur ein Aspekt von Big Data, denn das Thema wird von den vier Vs bestimmt - außer Volume sind dies Variety, Velocity und Veracity, also Menge, Form, Geschwindigkeit und Verlässlichkeit der Daten und deren Analyse. Laut IBM Studie sind sich beim Thema Velocity große und mittelständische Unternehmen einig: Gut 20 Prozent der Befragten wollen ihre analysierten Daten sofort in Echtzeit zur Verfügung haben, ein weiteres Viertel innerhalb von einem Tag. Nur ein Drittel genügt es, wenn die Datenauswertung am nächsten Geschäftstag für die Entscheidungsfindung genutzt werden kann. Jedes sechste Unternehmen akzeptiert es, dass zwischen Datengewinnung, Analyse und Verfügbarkeit eine Woche liegt. Beim dritten V - der Variety - dreht sich alles um die Form der Daten: Sie liegen entweder strukturiert oder unstrukturiert als Text, Audio- oder Videoformat vor und stammen aus unterschiedlichen Quellen wie Transaktionen, Messungen oder auch sozialen Netzen. Insgesamt zeigt sich, dass der Mittelstand vor allem interne Daten für Big Data Analytics nutzt. Laut IBM Studie stehen mit 88 Prozent die Daten aus Transaktionen ganz oben auf der Big-Data-Liste, 81 Prozent der Informationen stammen aus dem Datalogging - also Prozessen, wo ein Maschine-Sensor-System die Daten erfasst. Zudem nutzt der Mittelstand weiteres Wissen, das aus E-Mails (58 Prozent) und Events (56 Prozent) generiert wird. Interne Daten sind vor allem deshalb die erste Wahl für Big Data Analytics, weil Unternehmen sie bereits seit Jahren über ERP (Enterprise Resource Planning) oder Business Intelligence sammeln, strukturieren und standardisieren. Externe Daten aus sozialen Netzen wie Facebook oder Twitter nutzen bisher 43 Prozent der befragten Mittelständler für Big Data. Verlässlichkeit der Daten lässt sich bewerten
Übergeordnet für das gesamte Thema Big Data ist das vierte V - Veracity. Also wie gut ist die Verlässlichkeit und Qualität der Daten? Analyse und Auswertung der Daten muss stets im Blick haben, ob und in welchem Ausmaß Informationen unsicher sind. Während Unternehmen den internen Daten meist großes Vertrauen entgegenbringen, sind externe Daten mit weitaus mehr Unsicherheit behaftet wie Wetter- oder Börsendaten. Big-Data-Systeme müssen diese Unsicherheiten bewerten und in die Analyse einbeziehen. Über die IBM Studie
Die IBM Studie "Analytics: The real-world use of big data" haben das IBM Institute for Business Value und die Saïd Business School, University of Oxford, im Jahr 2012 erstellt und ausgewertet. Weltweit wurden für die Studie mehr als 1.100 Unternehmen befragt haben. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen stammen aus dem Mittelstand. Mehr Informationen zur Studie finden Sie unter <http://www.ibm.com/2012bigdatastudy>
Über IBM: Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.ibm.com/de/mittelstand>
Christine Paulus - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
IBM Deutschland - Mittelstand, Geschäftspartner, Information Management, Corporate Social Responsibility, Cloud Computing, Global Financing
+49 89 4504 1396
+49 151 14 27 04 46
christine.paulus@de.ibm.com
Nina Pannewick - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
IBM Deutschland - Mittelstand, Geschäftspartner, Corporate Global Financing, Cloud Computing
+49 7034 15 2213
n.pannewick@de.ibm.com

Pressekontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

Firmenkontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

IBM gehört mit einem Umsatz von 95,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2009 zu den weltweit größten Anbietern im Bereich Informationstechnologie (Hardware, Software und Services) und B2B-Lösungen. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 399.400 Mitarbeiter und ist in über 170 Ländern aktiv. Die IBM in Deutschland mit Hauptsitz bei Stuttgart ist die größte Ländergesellschaft in Europa. Mehr Informationen über IBM unter: [ibm](http://www.ibm.com).

com/de/ibm/unternehmen/index.html IBM ist heute das einzige Unternehmen in der IT-Branche, das seinen Kunden die komplette Produktpalette an fortschrittlicher Informationstechnologie anbietet: Von der Hardware, Software über Dienstleistungen und komplexen Anwendungslösungen bis hin zu Outsourcingprojekten und Weiterbildungsangeboten.