

Die Datenberge wachsen exponentiell

Ist Big Data ein Hype?

Big Data ist eines der vielen Dinge, die Menschen geschaffen haben, ohne es letztlich wirklich zu verstehen und zu begreifen. Es ist rein virtuell, nicht greifbar, befindet sich in einem ständigen Veränderungsprozess, wächst kontinuierlich und wird mit jeder abgelaufenen Sekunde komplexer. Es ist eine Quelle für Gutes, aber auch Bedrohliches und derzeit stehen wir noch am Anfang und werden alle Zeuge, was auf der Welt passieren wird.

Wenn man über Big Data spricht, sprechen wir über das kontinuierliche Wachsen der Datenberge und den Möglichkeiten, die durch die Sammlung von Daten entstehen. Kritiker sagen Big Data sei gar kein neues Thema, sondern vielmehr ein Marketing-Slogan, ein Buzz-Word der Software- und Beratungsindustrie. Die Presse jedenfalls ist bereits seit 2012 voll davon und nun ist das Thema auch endlich in der Hotellerie angekommen.

Natürlich ist das Sammeln von Daten nicht neu. Unternehmen haben schon immer Daten gesammelt, konsolidiert, verarbeitet und mannigfach genutzt. Doch vieles hat sich in den letzten Jahren gravierend geändert, wie zum Beispiel das Tempo, in welchem Daten produziert und gesammelt werden sowie die Anzahl der Datenquellen, die förmlich explodiert ist. Unser Leben ist heute in fast allen Bereichen digital erfasst, ob man dies gut findet oder nicht. Wir hinterlassen unseren digitalen Fußabdruck fast überall im täglichen Leben. Dies hat zu einem exponentiellen Wachstum der Datenberge speziell in den letzten Jahren geführt. Dies ist die Basis von Big Data und es bieten sich speziell Unternehmen immer mehr Möglichkeiten, diese Daten für den eigenen wirtschaftlichen Erfolg zu nutzen.

Unbegrenzte Speicherkapazitäten

Die Basis für die bevorstehende Revolution, und so kann man es tatsächlich bezeichnen, haben die technologischen Errungenschaften der letzten Jahrzehnte gelegt. Die Entwicklung von Datenbanksystemen mit nahezu grenzenlosen Speicherkapazitäten, Netzwerke mit einem immer höheren Datendurchsatz, sinkende Kosten für Hardware, Software und Speichermedien und natürlich der Siegeszug des Internets und dessen Evolution in Form der sozialen Medien haben zum Sta-

tus quo und den daraus resultierenden Veränderungen geführt.

Neben den sozialen Medien wie Facebook, Pinterest oder Twitter hat die Einführung des iPhones im Jahr 2007 zur Explosion der Datenberge maßgeblich beigetragen. Steve Jobs und Apple revolutionierten mit dem iPhone die Telefonnutzung. Von einem mehr oder weniger unemotionalen Gebrauchsgut verwandelte Apple mit dem iPhone das Mobiltelefon in ein Statussymbol mit ungeahnten Multimedia-Funktionen, allzeit online und überall für nahezu alles nutzbar. Dies hat einen spannenden Nebeneffekt: eine endlose Ansammlung an Daten!

Weltweit wurden im Jahr 2013 1,8 Milliarden Mobiltelefone verkauft. Erstmals wurden dabei mit 53 Prozent mehr Smartphones verkauft als reguläre Mobiltelefone. Das Smartphone hat dabei Einzug in unsere Kinderzimmer genommen – 80 Prozent der zehn bis 13-jährigen Jugendlichen und immerhin noch drei Prozent der sechs- bis neun-jährigen Kinder besitzen heute ein Mobiltelefon. Es ist für die junge Generation eine Selbstverständlichkeit mit Computer, Tablet und

Smartphone aufzuwachsen. Es ist also kein Wunder, dass 82 Prozent der Kinder unter 13 Jahren als computererfahren gelten und mehr als 60 Prozent sich täglich im Internet bewegen.

Einhergehend mit dem triumphalen Erfolg der Smartphones kamen die mittlerweile Milliarden von Telefon-Apps, kleine Software-Applikationen, die den Nutzer in jeder Lebenslage unterstützen und unterhalten sollen. Die kleinen Tools sind in der Regel nur einen „Fingertip“ entfernt und häufig sogar kostenlos, umsonst allerdings häufig nicht! Der User zahlt nur in einer anderen Währung, nämlich mit seinen Daten. Die Apps speichern und protokollieren nämlich fast alles, was der Nutzer macht. Die daraus gewonnenen Informationen versuchen die Anbieter entsprechend gewinnbringend umzuwandeln. Sei es nun in Form von individualisierten und zielgerichteten Werbetafeln, dem Weitergeben des Wissens an andere Verwerter oder dem Aufbau einer Community.

Big Data ist eine Revolution

Ist Big Data nur ein Hype? Diese Frage wird in so gut wie jeder Podiumsdiskussion zu irgendeinem Zeitpunkt gestellt. Die klare Antwort ist NEIN. Big Data ist eine Revolution, die durch die massive Sammlung von Daten in allen Lebenssituationen initiiert wird. Die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache und jeder Manager sollte realisieren, dass sich die Art und Weise, wie wir heute wirtschaften, gravierend ändern wird. Die Frage, die sich jeder besser früher als später stellen muss, ist, wie das eigene Unternehmen beziehungsweise wie man selber von Big Data profitieren kann. Was bedeutet Big Data für einen selbst oder die Firma – und zwar organisatorisch, strukturell, in Fragen der Kompetenzen, der Anforderungsprofile et cetera? |

DER AUTOR



**DIPL.-BETRIEBSWIRT (FH)
MICHAEL TOEDT**

ist geschäftsführender Gesellschafter von Toedt, Dr. Selk & Coll. GmbH. Neben seiner Tätigkeit bei TS&C ist Michael Toedt Lehrbeauftragter an der Hochschule München zum Thema „Customer Relationship Management in der Hotellerie“ und liest als Gastdozent an diversen Universitäten und Hochschulen, wie etwa an der Hochschule Kempten oder der Universität Riga.

www.ts-and-c.com