



Serie Aus den Labors der Region

Was geht in der Forschungsregion Stuttgart? Unsere Serie zeigt, woran Hochschulen, Institute und Unternehmen arbeiten.

Von der Datenflut zum Wissensvorsprung

Informationstechnologie Das IBM Forschungs- und Entwicklungszentrum in Böblingen arbeitet an neuen Strategien zur Analyse riesiger Datenmengen

Jeden Tag produzieren Sensoren, Mobilgeräte, Online-Transaktionen oder Social Networks rund 2,5 Trillionen Bytes an neuen Daten. Experten rechnen damit, dass das Datenvolumen jährlich um weitere 30 bis 40 Prozent anwachsen wird. „Die rasante Zunahme des Datenaufkommens stellt Unternehmen und Organisationen vor die große Herausforderung, diese Informationen für strategische Entscheidungen zu nutzen und daraus faktenbasierte Erkenntnisse zu gewinnen“, betont Udo Hertz, Director Information Management bei der IBM Deutschland Research & Development GmbH mit Sitz in Böblingen – einem der größten Forschungs- und Entwicklungszentren der IBM weltweit: 1800 Informatiker, Elektroingenieure, Physiker und Computerlinguisten arbeiten hier an der Entwicklung der nächsten Generationen von Großrech-

nern und Mikroprozessoren sowie Unternehmenssoftware zur Steuerung von Geschäftsprozessen. Mehr als 270 Mitarbeiter forschen allein im Bereich Information Management & Business Analytics – mit dem Ziel, „Informationen nicht nur zu verwalten, sondern sie aktiv zu nutzen“, wie Hertz erklärt: „Durch Business Analytics wird aus Daten wertvolles Wissen.“

Bei der Analyse riesiger Datenmengen gehe es darum, „menschliche Intelligenz und Wahrnehmung mit der Leistungsfähigkeit von Großrechnern zu verbinden“, betont der IBM-Manager. Seinem Forscherteam ist es innerhalb des letzten Jahres gelungen, eine „Turbo Software“ für analytische Anwendungen zu entwickeln: Damit können Datenauswertungen, die bislang zehn Stunden dauerten, in fünf Minuten erledigt – und damit die „teuren“ Mainframe-Rechenzeiten signifikant

reduziert werden. „Bislang gab es eine starke Trennung zwischen den sehr rechenintensiven Analyse-Systemen und den Transaktions-Systemen“, erklärt Hertz. Mit der neuen Software sei es nun möglich, „die gewonnenen Einsichten und Kennzahlen direkt in unternehmenskritische Anwendungen mit einzubeziehen“ - vom Vertrieb, über Marketing und Produktentwicklung bis hin zur Personalabteilung. „Unternehmen, die in analytischer Hinsicht gut aufgestellt sind, sind ihren Mitbewerbern immer einen Tick voraus“, ist sich Hertz sicher. „Sie können einfach schneller die richtigen Entscheidungen treffen.“

Auch die Kundenstimmung im Web 2.0 lässt sich mit Hilfe intelligenter Software erfassen. Dazu haben die Böblinger Forscher ein Modul für „Cognos Customer Insight“ entwickelt – eine Analyseanwendung von IBM, mit der Blogbeiträge, Foren und Diskussionsgruppen auf Social-Media-Websites durchsucht werden. „Damit können Unternehmen ihren Ruf in der Öffentlichkeit überprüfen und schnell auf Stimmungen reagieren, wie sie etwa in Verbraucherblogs zum Ausdruck kommen“, erklärt Thomas Hampp, leitender Architekt für das Thema Textanalyse im Böblinger IBM-Forschungs- und Entwicklungszentrum. „Durch die neuen Erkenntnisse hinsichtlich Stimmungen, Affinität und sich abzeichnender Trends lassen sich Kundenbeziehungen ganz neu gestalten“, ist sich Hampp sicher. Unternehmen könnten ihre Produkte und Dienstleistungen individualisieren und ihre gesamte Wertschöpfungskette an die Anforderungen der Kunden anpassen – von der Lieferkette über Marketingaktivitäten und den integrierten Vertrieb bis hin zur Rücknahmelogistik und Serviceplanung.

So hat zum Beispiel ein Waschmittelhersteller mit Hilfe der Analyse-Software wichtige Informationen über eines seiner Produkte erhalten: Viele Kunden hatten sich in Internetforen über den schlechten Geruch ihrer Wäsche nach Verwendung eines bestimmten Waschmittels ausgetauscht. Das Unternehmen reagierte prompt mit einer verbesserten Rezeptur: Diese sorgte nicht nur bei der Wäsche für frischen Duft, sondern auch im Web für ein gutes Klima unter den Verbrauchern. ◀



Rückansicht eines Servers: Im Datenwirrwarr kommt es darauf an, den Überblick zu behalten.



Martina Brückner
Freie Journalistin
Esslingen
martinabrueckner@
aol.com