



Foto: Colours-pic/fotolia.de

# Big Data: Das Erdöl der Zukunft

Durch Nutzung zusätzlicher Informationen schneller werden als der Wettbewerb – das ist die große Chance für den Mittelstand beim Thema Big Data. Doch was eigentlich ist das Neue bei „Big Data“? Und wo liegt der konkrete Nutzen?

Ein gutes betriebliches Reporting-System war schon immer eine Selbstverständlichkeit in Unternehmen. Was ist also neu beim Schlagwort „Big Data“? Einerseits erfuhren das betriebliche Reporting über Jahre hinweg viele Verfeinerungen durch Unternehmens-Software, die die Geschäftsprozesse abbildete. Zusätzlich aber startete die Markt- und Technologiebeobachtung in den letzten Jahren zu einer rasanten Aufholjagd, als immer klarer wurde, dass es möglich ist, aus der Informationsflut des Internets eine Vielzahl entscheidungs-relevanter Informationen für ein Unternehmen zu gewinnen – statt von Data Warehousing und Data- und Text Mining wird bei Big Data nun von Data Lakes und Predictive Analytics gesprochen.

Als Anwendungsbeispiele sind zu nennen: Handel (zum Beispiel Optimierung von Liefer- und Bezahlssystemen), Logistik- und Verkehrsbereich (zum Beispiel Verkehrssteuerung), Energiebereich („Smart Energy“, „Smart Metering“) oder Gesundheitsbereich (Vermeidung von Doppelbehandlungen). Insgesamt schei-



Foto: Deutsche Medienakademie GmbH

**Eckehart Gerlach**  
Geschäftsführer der deutschen  
medienakademie GmbH

nen deutsche Unternehmen, was die Nutzung dieser Instrumente anbetrifft, bislang aber eher zögerlich. Eine Analyse von PWC und Iron Mountain sieht deutsche Unternehmen beim „Informationswert-Index“, einer Kennzahl zur Charakterisierung der Kompetenzen bei Big Data, nur im Mittelfeld, gemessen an Faktoren wie dem Einsatz einer hinreichenden Zahl von kundigen Datenanalysten oder der systematischen Nutzung der gewonnenen Informationen.

Welches sind dabei die relevanten Ansatzpunkte? Ein Gedanke ist, mithilfe besserer Informationen über die Zielgruppe treffsicherer Marktpotenziale zu identifizieren, sei es durch Eingrenzung des relevanten Personenkreises, sei es durch ein besseres Verständnis der Bedürfnisse. Dass aus diesem Gedanken auch Chancen für KMU resultieren, liegt auf der Hand: Sie könnten durch die Möglichkeiten, kostengünstig an relevante Informationen zu gelangen, gegenüber den großen Unternehmen aufholen – KMU als „Schnellboote“, die langsamere Großtanker überholen. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Vernetzung: Es geht bei Big Data nicht nur um die Suche im Internet, sondern vor allem um systematische Ansätze der Vernetzung – mit Kunden, Lieferanten und Konkurrenten auf geeigneten Plattformen, auf denen relevante Informationen angeboten werden. Allerdings könnten sich dabei an vielen Stellen „Plattformen“ in die Wertschöpfungsketten der Unternehmen zwischen Unternehmen und Kunden schieben, die die

hochspezialisierte Aufgabe der Datensammlung und -auswertung übernehmen. Statt dass der Mittelstand aus dem leichteren Zugang zu Informationen Kapital schlägt, könnten dann „seine“ Daten dort landen und die internet-typischen Tendenzen zur Oligopolisierung oder gar Monopolisierung von Informationen noch verstärken.

Wie geht es weiter? Auf der einen Seite hält die Goldgräberstimmung an – „Daten als das Erdöl der Zukunft“ oder „Wer nicht in Big Data investiert, gerät ins Hintertreffen“ wurde da schon einmal formuliert. Überall seien zusätzliche Daten mit Potenzial zur Veränderung von Geschäften zu finden, sei es durch die Aggregation von Infor-

mationen auf neuen Plattformen oder durch neue Informationen wie ortsbezogene Daten. Auf der anderen Seite werden aber auch Schutzaspekte diskutiert: Müssen die Nutzer davor geschützt werden, vieles von sich preiszugeben? Was bedeuten die Informationsberge für Datenschutz und Vertrauen? Wem gehören die Nutzerdaten? Eine Studie der Deutschen Bank warnt davor, das Misstrauen gegenüber der digitalen Zukunft rund um Big Data zu unterschätzen. Nur die Hälfte der Nutzer sei bereit, für die Option, personalisierte Angebote zu erhalten, auch Daten zu liefern. Die Frage ist auch, ob die Nutzer sich daran gewöhnen, mit personalisierten „Small Data“ umzugehen – oder empfinden

sie die Reduzierung der Informationsflut vielleicht positiv – „der Kühlschrank bestellt selbstständig nach“?

Insoweit ist in Sachen Big Data eine Abwägung erforderlich. Aber auch die Vernetzung mit dem Wettbewerb, mit Kunden und Lieferanten ist angesagt, um einen Abfluss von Daten an globale Informations-Plattformen zu vermeiden. Nicht zuletzt geht es bei alledem auch um die Berücksichtigung von Datenschutzaspekten, deren Vernachlässigung womöglich negativen Einfluss auf die Reputation des Unternehmens haben könnte. ■

*Ekkehart Gerlach*

## ANZEIGE

RISIKO MINIMIEREN BEI GROSSEN INVESTITIONEN

# Planungssicherheit durch Schlüsselfertiges Bauen

Wer steht, vergeht. Auf nichts trifft das mehr zu als auf das Wirtschaftsleben. Wer auf dem Markt bestehen bleiben will, muss sich immer wieder anpassen: technische Neuerungen aufnehmen, veränderten Kundenwünschen gerecht werden, der Konkurrenz Paroli bieten.

Damit verbunden sind meist kostenintensive Investitionen, die, seien sie noch so wohl überlegt, immer auch ein Risiko bergen. Das zu minimieren ist eine der Hausaufgaben, die unbedingt im Vorfeld erledigt werden müssen, um später kein böses Erwachen zu erleben.

Eine der größten Herausforderungen stellt der Neubau eines Produktions-, Verwaltungs- oder Verkaufsbauwerks dar. Wer da auf Nummer sicher gehen will, ist gut beraten, das gesamte Bauprojekt einem einzigen gut ausgewählten Auftragnehmer zu übertragen, der damit nicht nur die Verantwortung für die einzelnen Gewerke übernimmt, sondern auch das Risiko für die Einhaltung von Zeit und Budget trägt.

Seit den 80er Jahren ist die Laumer Komplettbau GmbH innerhalb der Firmengruppe Laumer dafür zuständig, die Verantwortung für die Erstellung schlüsselfertiger Projekte zu übernehmen. Von der Planung bis zur Übergabe, von den Erdarbeiten bis zum fertigen Gebäude und darüber



**Wirtschaftliche Industriebauten, die sowohl das Budget als auch den Zeitplan einhalten, sind das erklärte Spezialgebiet von Laumer Komplettbau: je kompletter, je besser – je größer, je lieber – je komplexer, je interessanter. Das größte Projekt aus dem Jahr 2013, der Hauptsitz der Firma Fliegl, umfasst 70.000 qm bebaute Fläche. Allein die Produktionshalle ist 400 Meter lang und 200 Meter breit.**

**Die vielseitigen Gestaltungsmöglichkeiten der Fassade mit Architekturton zeigt die Musterhalle auf dem Laumer-Werksgebäude in Massing.**

hinaus. Das familiengeführte Unternehmen im niederbayerischen Massing kann im nächsten Jahr auf eine 60-jährige Firmengeschichte zurückblicken. Gegründet als Ingenieurbüro,

stieg es schnell in die Produktion ein und erweiterte nach und nach sein Tätigkeitsfeld. Heute beschäftigt die Firmengruppe über 300 Mitarbeiter und ist in ihrer Vielseitigkeit eine Aus-

nahmeerscheinung auf dem Bausektor. Die Bandbreite reicht vom Stahlbetonfertigteilbau und Holzbau, in dem Hallen für Industrie, Gewerbe und Landwirtschaft erstellt werden, über die Fertigaragen, den Raummodulbau, die Bauwerksverstärkung und die CSV-Bodenstabilisierung. Herzstück ist immer noch das eigene Konstruktionsbüro, in dem sämtliche Projekte geplant, statisch berechnet und gezeichnet werden.

Die Laumer Komplettbau GmbH verbindet diese vielschichtigen Tätigkeitsfelder und profitiert vom Know-how jedes einzelnen Zweigs. Als eigenständiger Bereich innerhalb der Firmengruppe verfügt sie aber gleichzeitig über die Unabhängigkeit, die Voraussetzung ist für die objektive Wahl der Bauweise und der Materialien und damit die bestmögliche Umsetzung eines Projekts.

**Informationen**  
**Laumer Bautechnik GmbH**  
84323 Massing · 08724/88-0  
[www.laumer.de](http://www.laumer.de)