



Täglich werden 2,5 Exabyte an Daten erstellt – 2012 waren es unvorstellbare 2,8 Zetabyte. **Diese Datenflut stellt Unternehmen vor gewaltige Herausforderungen**, bietet aber laut Teradata auch gleichzeitig Chancen für Optimierung und Wachstum.

Von Karin Legat aus Kopenhagen

**E**ine Nixe begrüßt täglich via Videowall die knapp 1.000 Delegierten der Teradata-Konferenz in Kopenhagen. Mit dem bevorstehenden Programm der Veranstaltung für Enterprise Data Warehousing, Advanced Analytics und Business Intelligence kann das nichts zu tun haben, denn diese ist alles andere als wässrig. Die Nixe und

die Wasserlandschaft gepaart mit Teradata-Schildern sollen laut Gerald Rosak, Geschäftsführer von Teradata Österreich, die Besucher in der dänischen Hauptstadt willkommen heißen und für eine gute Atmosphäre sorgen. Motivation ist gefragt, denn Content gibt es genug. »Vor 18 Jahren war ich bei der ersten Auflage der Teradata Universe, ebenfalls in Kopenha-

gen. Seither hat sich sehr viel verändert. Damals waren wir eine Handvoll Leute. Wir mussten den Teilnehmern erklären, was ein Datawarehouse ist, wofür man diese Datenbank benötigt, in der Daten aus unterschiedlichen Quellen in einem einheitlichen Format zusammengefasst werden, und wie es funktioniert.« Heute ist das Verständnis gegenüber Big Data ein anderes. Es handelt sich zwar nach wie vor um eine Schulungskonferenz, neben der formalen Agenda gibt es aber für jeden Teilnehmer eine persönliche mit individuellen Kontakten. Darüber hinaus bietet sie eine Plattform für den Austausch zwischen den Teilnehmern.

Ohne Daten geht heute im wirtschaftlichen Leben nichts mehr. »Unternehmen fangen an zu überlegen, was ist der Wert unseres Unternehmens – ist es das Netzwerk oder sind es die Daten?«, so Rosak. Das Kerngeschäft z.B. einer Bank sind nach wie vor die Finanzagenden. »Die Datenanalyse nimmt aber an Bedeutung zu. Früher hat jede Abteilung eine eigene Datensammlung gehabt. Für wirtschaftlichen Erfolg ist heute ein Gesamtüberblick unabdingbar. Banken fordern tagesaktuell ihren Status aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln. Transportbereich und Logistik benötigen diesen aktualisiert alle paar Minuten«, informiert Thomas Foltyn, Vertriebsleiter Teradata Österreich.

### Big Data

Die Analyse von Big Data schafft Wettbewerbsvorteile, neue Geschäftsfelder und kann Einsparungspotenzial generieren.

### EXPERTEN-KNOW-HOW

➤ **Auf dem Weg zum Wachstum hat Teradata** zahlreiche Unternehmen in die Firmengruppe aufgenommen: Claraview (BI Beratung), Xkoto (DW Multi-System-Management), Aprimo (Integrated Marketing Management), Aster Data (Big Data Analytics) und zuletzt eCircle (Digital Marketing). Marketing nimmt einen sehr hohen Stellenwert im Big Data ein. Über 45 % der mit Big Data bezeichneten strukturierten und unstrukturierten Datenberge werden zu Marketingzwecken genutzt. Den globalen Werbemarkt schätzt eCircle 2015 auf rund 500 Milliarden Dollar.



»Wir sind für sehr große Datenmengen ebenso bereit wie für extrem schnelle Auswertungen«, heißt es auf der Teradata Universe in Kopenhagen.

ren. »Keiner glaubt mehr, dass man bei Billa oder Merkur eine Kundenkarte nur



»Ich habe vor 15 Jahren der Telekom Österreich ein 1-Terabyte-Warehouse verkauft. Das war damals eine gewaltige Datenspeicherdimension. Heute kann man darüber nur schmunzeln. Wir reden inzwischen von exponentiellem Wachstum. Ich sehe kein Ende.« (Gerald Rosak, Teradata Österreich)

erhält, um ein paar Prozente beim Einkauf zu lukrieren«, bringt Gerald Rosak ein Anschauungsbeispiel. Mit Big Data kann Marktforschung schneller und effektiver betrieben werden, Webstatistiken können zeitnah ausgewertet und Online-Werbemaßnahmen angepasst werden. In Bezug auf die jüngst geschlossene Big-Data-Allianz mit Siemens-Division Smart Grid verweist Hermann Wimmer, Teradata Präsident EMEAAP, auf die Erhöhung der Versorgungssicherheit für die Kunden durch Datenanalysen und auf

den optimalen Betrieb der Stromnetze. »In einem Netz mit einer Million intelligenten Zählern ist ein Datenvolumen von einem Petabyte pro Jahr vorstellbar.« Weltweit sind gegenwärtig 178 Millionen Smart Meter installiert, bis zum Jahr 2016 wird ein Wachstum auf 343 Millionen vorhergesagt. »Die IT-Evolution wird zum Schlüssel für den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit«, betont Jan Mrosik, CEO der Siemens-Division Smart Grid. Nur das Sammeln und Aufbewahren von Daten bringt weder Energieversorgern noch Kunden einen Vorteil. »Integriert und analysiert man die Daten aber auf der Plattform von Teradata, können Netze intelligent gestaltet und die Infrastruktur optimiert werden«, betont Präsident Wimmer. Der Kunde kann den eigenen Stromverbrauch managen. »Es ist eine Win-win-Situation«, ergänzt Foltyn.

#### Analysen im Minutentakt

Riesige Datenmengen, neue Datenstrukturen, komplexe Analysen – Teradata reagiert mit einer breit gefächerten Produktpalette auf diese Anforderungen. »Wir sind für sehr große Datenmengen ebenso bereit wie für extrem schnelle Auswertungen«, zeigt Thomas Foltyn auf. Mit Extreme Data Appliance, Extreme Performance Appliance, Data Warehouse

»Data Driven Decision Making bedeutet 5 % mehr Produktivität, 6 % Plus bei der Rentabilität und 50 % mehr Marktwert von IT.«

Appliance und Data Mart Appliance werden Lösungen für einfache Reports und Analysen bis hin zum Active Data Warehousing mit vollen Active-Enterprise-Intelligence-Fähigkeiten geboten.

Jüngst hat Teradata zwei neue Komponenten der Unified Data Architecture, UDA, eingeführt: Hochgeschwindigkeits-Fabric-based Computing, das die einzelnen Elemente der Datenarchitektur mit hoher Bandbreite verbindet, sowie die Teradata Active-Enterprise-Data-Warehouse-6700-Plattform. Mit der UDA können Daten in Hadoop erfasst, aufbereitet und gespeichert werden. Mit der Einführung von Fabric-based Computing liefert Teradata Anwendern ein Private Network für Hochgeschwindigkeitsanalysen. Es bildet flexibel konfigurierbar das Rückgrat der Unified Data Architecture. □

#### EXA-ZETTABYTE-ÄRA

»Erik Brynjolfsson vom MIT Center for Digital Business nennt einige Quellen für die Datenexplosion: Handy, GPS, Google (113 Milliarden Suchanfragen pro Monat), Bing, Yahoo, Transaktionen via ERP/CRM/SCM, Mails, Enterprise-2.0-Technologien, Web-Transaktionen, Weblinks und Blog-Referenzen, RFID, Wikipedia und Facebook, Updates, Twitter-Feeds, etc.

#### BESTE TECHNOLOGIE

»Big Data wird mit In Memory verknüpft. In Memory wird dabei nicht als einzige Speichertechnologie zur Verfügung stehen (»ökonomisch irrational«), es bietet sich eine Vielzahl an Stagerlösungen. Vertriebsleiter Thomas Foltyn: »Nicht der User soll den Aufwand haben zu entscheiden, das Gerät wählt die passende Technologie.«