



# Tempomacher am Datenhighway

Der Umgang mit betrieblichen Daten wird erfindungsreicher. Jetzt nimmt auch der Mittelstand Geschwindigkeit auf.

**Immer mehr KMU klinken sich in intelligente Datenströme ein.**

Unternehmertum kann man als die Verknüpfung von innovativem Denken und Handeln mit einem vorausschauenden und verantwortungsvollen Umgang mit vorhandenen Ressourcen definieren. Diese Ressourcen müssen zugänglich sein, oft müssen sie erst erkannt werden und in bestimmten Fällen müssen sie auch gegen einen Fremdzugriff gesichert werden.

Eine der wichtigsten Unternehmensressourcen sind die Daten, die durch die betriebliche Tätigkeit entstehen. Deren sinnvolle Nutzung stellt oft eine Herausforderung dar. Größere Unternehmen können auf ein Data-Warehouse zurückgreifen, damit können aber wiederum nur strukturierte Daten erfasst werden. Nun soll es eine Alternative geben: Big Data, Data-Lakes & Co.

## Datensee.

Dabei handelt es sich nicht um eine technische Errungenschaft, sondern um ein Konzept, mit Big Data umzugehen. Einen Data-Lake kann man sich als großes Sammelbecken für alle möglichen Daten, vom Word-Dokument bis zu Bild und Ton, vorstellen. „In diesem See kann man sehr günstig große Datenmengen so speichern, dass man verhältnismäßig schnell Zugriff auf sie hat“, erklärt Markus Berger, T-Systems. Einen derzeit grassierenden Irrtum stellt Berger richtig: „Das ist kein Ersatz und auch keine Konkurrenz für ein Data-Warehouse. Das hat weiterhin seine Existenzberechtigung.“ Automatisiertes und gesichertes Reporting, wie man sie aus der Business-Intelligence kennt, ist mit Big Data nur schwer umsetzbar. Big-Data-Analysen durch Data-Scientists sind hingegen explorativer und oft einmalig in der Durchführung.

Big Data sieht Berger derzeit in der Industrie stark im Aufwind: „Wer die

FOTO: A

economyaustria.at

since 1999

bmwfw

atms

FUJITSU

kapsch >>>

Klarna  
Simplifying Buying

XR

SOFORT  
A Klarna Group Company

..T..Systems

VTO

websms|

wirecard

cmk.

ecaustria.at  
E-COMMERCE, SERVICE UND TRANSFORMATION  
KAPITALGÜTER & INDUSTRIE

economy

INDUSTRIE  
MAGAZIN

Die Presse

Diese Artikelserie entsteht in Kooperation mit der Plattform [economyaustria.at](http://economyaustria.at).

Daten, die ja ohnehin schon vorhanden sind, zur vorausschauenden Wartung nutzt, kann zum einen Wartungsintervalle strecken, sprich Kosten sparen, zum anderen kann er Maschinenausfälle besser vorhersehen, rechtzeitig eingreifen und damit wieder Kosten sparen.“

### Berührungslos.

Unternehmensdaten wecken oft Begehrlichkeiten. Die Absicherung der Gebäudeinfrastruktur und der technischen Einrichtungen stellt gerade kleinere und mittlere Unternehmen oft vor Schwierigkeiten. Meist ist man schlicht auf die Aufmerksamkeit der Mitarbeiter angewiesen. Die können aber auch nicht überall sein.

Mit PalmSecure stellt Fujitsu eine Lösung bereit, die gleichermaßen Gebäude wie Laptops gegen Fremdzugriff sichern kann. „Im Vergleich zu herkömmlichen Authentifizierungsmethoden, die mit PIN-Codes, Passwörtern, Schlüssel- oder Zugangskarten funktionieren, bietet unsere biometrische Authentifizierung ein sehr hohes Maß an Sicherheit“, sagt Wilhelm Petersmann, Managing Director Austria & Switzerland. „Denn PalmSecure ist leicht zu bedienen, hygienisch und die biometrischen Authentifizierungsmerkmale können im Gegensatz zu herkömmlichen Zugangskontrollmethoden nicht verloren, kopiert oder gestohlen werden.“ Außerdem wird die Nachvollziehbarkeit verbessert und vergessene Passwörter sind kein Thema mehr.

PalmSecure ermittelt die Identität einer Person anhand eines berührungslosen Venenscans. Die Fujitsu-Lösung nutzt Nahinfrarotlicht und scannt so das Muster des sauerstoffarmen Bluts, das in den Venen des Nutzers fließt. Sie lässt sich laut Hersteller problemlos in bereits bestehende Hardwareinfrastrukturen integrieren.

### Entlastung.

Unternehmen sind gut beraten, mit den eigenen Ressourcen weise zu haushalten. Das kann auch heißen, bestimmte Bereiche an Dienstleister abzugeben, die aufgrund ihrer Spezialisierung professioneller und zu geringeren Kosten zu arbeiten können.

Ein Paradebeispiel dafür sind Bezahlösungen. So konnte die Online-Parfümerie Flaconi.de ihre Konversionsrate mit dem Wechsel zum Klarna-Check-out um ganze 44 Prozent steigern. Flaconi bewegt sich in einem sehr kompetitiven Umfeld:

**„Der Data-Lake ist kein Ersatz und auch keine Konkurrenz für ein Data-Warehouse. Das hat weiterhin seine Existenzberechtigung.“**

Markus Berger, T-Systems

Um der Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein, suchten die Gründer Paul Schwarzenholz und Björn Kolbmüller gezielt nach einem möglichst schlanken Check-out. Denn unternehmenseigene Daten zeigten, dass der Bezahlprozess für den Kunden eine zentrale Rolle spielt und im Business über Sieg oder Niederlage entscheidet. „Selbst wären wir einfach nicht in der Lage gewesen, das benötigte Know-how in einem angemessenen Tempo intern aufzubauen“, sagt Schwarzenholz.

Der Klarna-Check-out punktet aus Kundensicht mit seiner einfachen Handhabung. Aus Händlersicht kommt noch ein Bündel weiterer Vorteile dazu: Wegen der Zahlungsgarantie, die Klarna gibt, fällt für den Händler die Forderungseintreibung

als Thema komplett weg. Die Zahlungsarten im Check-out – unter anderem Kauf auf Rechnung, SOFORT Überweisung und Kreditkarten – werden von Klarna administriert, was die Buchhaltung des Händlers vereinfacht. Außerdem ist der Check-out für mobile Geräte optimiert.

### Umdenken.

Als besonders wertvolle Ressource gelten im Handel Ladenflächen, insbesondere die in guten Lagen. Trotz der Konkurrenz aus dem Internet wird sich das auch in Zukunft nicht ändern. Aber ein Umdenken wird erfolgen, zeigt sich Axel Puwein vom Zahlungsdienstleister Wirecard CEE überzeugt: „Haptik und Kundenservice sind bei bestimmten Produkten mitentscheidend für den Kauf. Aber die Händler müssen den Kunden nicht sofort bedienen – vielmehr wird das Geschäft zum Schau-raum oder Flagship-Store.“ Dort sieht sich der Kunde um und lässt sich beraten.

Den Händlern gibt Puwein einen Rat mit: „Die Konsumenten lösen sich immer mehr von dem Kanaldenken. Auch Händler sollten nicht mehr strikt zwischen online und stationär trennen.“ Ein Schlüsselfaktor für den kanalübergreifenden Verkauf ist das Smartphone. Der Kunde bestellt online oder via Smartphone und holt die Ware im Geschäft ab. Oder die Bestellung erfolgt im Geschäft und es wird direkt nach Hause geliefert.

Für Puwein verschwimmen die Grenzen zwischen den klassischen Vertriebskanälen: „Unsere Lösungen entsprechen diesem Omni-Channel-Gedanken und ermöglichen Händlern, ihre Produkte über unterschiedlichste Kanäle erfolgreich zu verkaufen.“ Und damit trägt Wirecard CEE, ein E-Commerce-Pionier der ersten Stunde, dazu bei, dass der stationäre Handel eben nicht dem Untergang geweiht ist. *Christian Stemberger*

**economyaustria.at**

since 1999

bmwfw

XR

Gnk

atms

SOFORT  
A Klarna Group Company

ecaustria.at

FUJITSU

T-Systems

ecoconomy

VTO

kapsch >>>

websms|

INDUSTRIE  
MAGAZIN

Klarna  
Simplifying Buying

wirecard

Die Presse