

# Inhaltsverzeichnis

<b>Teil 1: Smart Big Data Management – Ausgewählte strategische Aspekte</b>	<b>1</b>
Big Data – Smart Use <i>DIETMAR SCHMIDT</i> <i>(mexxon consulting GmbH &amp; Co. KG)</i>	3
Big Data – Vernetztes Datenkapital ist der Wertschöpfungsfaktor Nummer 1 <i>FREDDIE GEIER</i> <i>(novero GmbH)</i>	31
Big Data: Chance für das Informationsmanagement <i>ANDREAS GADATSCH</i> <i>(Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, Campus Sankt Augustin)</i>	41
Das SCHUFA-Datenschutzsiegel: Sicherheit für Unternehmen und Kunden <i>MICHAEL FREYTAG</i> <i>(SCHUFA Holding AG)</i>	59
<b>Teil 2: Smart Big Data Management – Anwendungsszenarien und Geschäftsmodelle</b>	<b>79</b>
Innovative Unternehmensanwendungen durch Echtzeitanalysen von Massendaten <i>GUNTHER PILLER</i> <i>(Fachhochschule Mainz)</i>	81
Payment Services Provider (PSP) als Quelle für Big Data <i>MARCUS W. MOSEN</i> <i>(ConCardis GmbH)</i>	99

---

Chancen und Risiken des Mobile-Payment-Verfahrens für deutsche Retailbanken	117
<i>ALEXANDER KOTTHAUS und MARC SCHOMANN</i> <i>(Trimetis Consulting GmbH)</i>	
Datenmanagement im Marketing- und Verkaufscontrolling am Beispiel des Bauträgergeschäfts für Wohnimmobilien	133
<i>LARS BINCKEBANCK</i> <i>(Nordakademie – Hochschule der Wirtschaft, Hamburg/Elmshorn)</i>	
Ausgewählte Ansätze zur datenbasierten Prozessoptimierung in der genossenschaftlichen Wohnungswirtschaft am Beispiel der WOGEDO	153
<i>ANDREAS VONDRAN und GEORG DÜLLBERG</i> <i>(WOGEDO – Wohnungsgenossenschaft Düsseldorf-Ost eG</i> <i>und mexxon consulting GmbH &amp; Co. KG)</i>	
Geomarketing und Daten-Services – Ausgewählte Praxisbeispiele	169
<i>DOMINIK THIEL</i> <i>(GEMINI DIRECT marketing solutions GmbH)</i>	
Echtzeit-Scoring zum Schutze der Liebe	181
<i>HENNING RÖNNEBERG und MARIO SELK</i> <i>(PARSHIP GmbH)</i>	
Financial Analytics	207
<i>ESAD MUMDZIC</i> <i>(Telekom Deutschland GmbH)</i>	
Intelligente Datennutzung beim kundenwertorientierten Kreditmanagement – im Zweifel für den Kunden!	231
<i>SUSANNE MARZO und MARC SELIC</i> <i>(Verlagsgruppe Weltbild GmbH)</i>	

---

Fraud Management bei OTTO <i>HANS GEORG SPLIETHOFF</i> <i>(OTTO GmbH &amp; Co. KG)</i>	251
Fraud Detection bei der mobilcom-debitel GmbH <i>CHARALAMPOS TSEGELIDIS</i> <i>(mobilcom-debitel GmbH)</i>	267
Know Your Customer (KYC) im Forderungsmanagement 2.0 – innovative Datennutzung und Maßnahmensteuerung im Forderungsmanagement <i>MICHAEL KAUT</i> <i>(mexxon consulting GmbH &amp; Co. KG)</i>	285
<b>Teil 3: Smart Big Data Management – quo vadis?</b>	<b>311</b>
Customer Experience Tracking – Online-Kunden conversion-wirksame Erlebnisse bieten durch gezieltes Emotionsmanagement <i>ANDREA MÜLLER und OLIVER GAST</i> <i>(Hochschule Offenburg, Fakultät für Betriebswirtschaft und Wirtschaftsingenieurwesen)</i>	313
Shared (Big-)Data Services <i>FRANK KEUPER und STEFAN RÖDER</i> <i>(Steinbeis-Hochschule Berlin)</i>	345
Vom Personalcontrolling zu Big HR Data: Trends in der datenbasierten strategischen Personalarbeit <i>JOACHIM HASEBROOK, ROGER STETTLER und ANNE BOLWERK</i> <i>(zeb/rolfes.schierenbeck.Associates)</i>	367

<b>Big-Data-Technologien – Wissen für Entscheider</b>	<b>389</b>
<i>GUIDO FALKENBERG, HOLGER KISKER, JÜRGEN URBANSKI und MATHIAS WEBER</i>	
<i>(Software AG, Forrester Germany GmbH, TechAlpha und BITKOM e. V.)</i>	

<b>Autorenverzeichnis</b>	<b>421</b>
---------------------------	------------