

# Inhalt

	<b><i>Datengetriebene Unternehmen – Transformation von Organisationen, Menschen und Entscheidungen</i></b> .....	<b>13</b>
1	Big Data, Digitalisierung, Strategie und Organisation – wie ticken datengetriebene Unternehmen?   von Markus Thomas Münter ..	15
1.1	Wachstums- und Wettbewerbsmuster datengetriebener Unternehmen .....	16
1.2	Big Data, Entscheidungen in Unternehmen und Wettbewerbsvorteile .....	26
1.3	Herausforderungen und mögliche Strategien datengetriebener Unternehmen .....	37
1.4	Zusammenfassung .....	45
1.5	Literatur .....	47
2	Datenkultur als Katalysator für eine datengetriebene Organisation am Beispiel der Telekommunikationsbranche   von Nataša Pavlović-Höck und Sonja Christa Köberlein .....	53
2.1	Reifegradmodell datengetriebener Organisationen .....	54
2.2	Wie wird aus einem regionalen Telekommunikationsanbieter ein datengetriebenes Unternehmen? .....	58
2.3	Datenkultur gestalten – Hebel und Erfolgsfaktoren .....	61
2.4	Zusammenfassung .....	66
2.5	Literatur .....	67
3	Künstliche Intelligenz als Entscheidungsunterstützer – Potenziale und Risiken in Unternehmen   von Annina Neumann .....	69
3.1	Der Begriff „künstliche Intelligenz“ im Zusammenhang mit Entscheidungen .....	70
3.2	KI ineffektiv eingesetzt .....	71
3.3	KI effektiv eingesetzt .....	74

3.4	KI effektiv einsetzen: Warum ist das so schwer? .....	76
3.5	Zusammenfassung und Ausblick .....	80
3.6	Literatur .....	82
4	TEA(I)MWORK schafft Vertrauen: Mensch-Maschine-Kollaboration als Erfolgsfaktor für eine datengetriebene Zukunft   von Patricia Kahr .....	83
4.1	Der Deckel zum Topf: Menschliche Talente und künstliche Kompetenzen .....	84
4.2	In AI I trust: Wie wir es schaffen, dass Menschen künstlicher Intelligenz vertrauen .....	89
4.3	KI vertrauen und langfristig profitieren – ein Ausblick ...	95
4.4	Literatur .....	96
	<b><i>Customer Experience und Innovation – neue Geschäftsmodelle mit Daten</i> .....</b>	<b>103</b>
5	Vom Fax zum Smartphone Banking – Wie intelligente Datennutzung das Kundenerlebnis verbessert   von Sven Deglow und Jörg Neumann .....	105
5.1	Wie Daten das Kampagnenmanagement der Consorsbank verändert haben .....	106
5.2	Wie die Consorsbank unstrukturierte Daten für sich nutzt	110
5.3	Datengerechte Organisation .....	113
5.4	Datenmonetarisierung – mehr als nur Datenverkauf .....	115
5.5	Zusammenfassung .....	117
5.6	Literatur .....	118
6	Auf die Beziehung von Kunde und Daten kommt es an – aus E-Commerce wird R-Commerce   von Rainer Volland und Joachim Stalph .....	119
6.1	Aus datengetriebenem wird kundengetriebenes Marketing	119
6.2	Datenknappheit und Kundenzentrierung – Das Ende der Kundenansprache, wie wir sie kennen .....	121
6.3	Die Antwort auf Datenknappheit und Kundenzentrierung – Eine neue Business-Philosophie entsteht .....	125

6.4	Fünf Leitprinzipien im R-Commerce .....	127
6.5	Voraussetzungen: Was brauchen Unternehmen in R-Commerce? .....	132
6.6	Zusammenfassung .....	135
6.7	Literatur .....	136
7	Best Practice und Methoden für datengetriebenes Business Development   von Kim Kordel und Lisa Weinzierl .....	139
7.1	Einleitung .....	139
7.2	Was ist datengetriebenes Business Development? .....	140
7.3	Methodische Ansätze für ein datengetriebenes Business Development .....	141
7.4	Methodischer Ablauf von datengetriebenem Business Development .....	144
7.5	Vorteile und Herausforderungen der Methodik .....	147
7.6	Relevante Fähigkeiten für datengetriebenes Business Development .....	148
7.7	Organisation und Unternehmenskultur für datengetriebenes Business Development .....	152
7.8	Erfolgsfaktoren aus der Praxis für den Aufbau von datengetriebenem Business Development .....	156
7.9	Fazit und Ausblick .....	158
7.10	Literatur .....	160
8	Was bringen Daten – und wie können sie die Wertschöpfung in der Telekommunikationsindustrie beeinflussen?   von Markus Gildenhard .....	163
8.1	Wie Daten die Wertschöpfungskette von 1&1 beeinflussen	163
8.2	Das Datenprodukt besteht aus den Bausteinen: Data, Decision & Delivery .....	168
8.3	Vom Datenprojekt zum Datenprodukt .....	172
8.4	Zusammenfassung und Ausblick .....	177
<b>KI und Daten – Technologie zwischen Legacy-Systemen und Metaverse .....</b>		<b>179</b>

9	Künstliche Intelligenz und die Datenexplosion – wie behalten Unternehmen die Kontrolle?   von Andreas Braun .....	181
9.1	Rasantes Wachstum von Daten .....	182
9.2	Daten für KI – sinnvolle Datensammlung und Anwendungen .....	184
9.3	KI für Daten – Methoden zur Kontrolle der Informationsflut	187
9.4	Die KI-Grundverordnung und ihr Einfluss auf Anwender von KI .....	188
9.5	Der verantwortungsvolle und profitable Einsatz von KI ..	190
9.6	Literatur .....	192
10	Mit Daten ins Web 3.0 – NFTs, Metaverse und neue Ökonomien   von Jürgen Rahmel .....	193
10.1	Was versprechen uns die neuen digitale Ökonomien – und werden sie das Versprechen halten? .....	194
10.2	Welche Stufen der Integration von Unternehmen ins Web 3.0 gibt es? .....	202
10.3	In welchen Schritten können Unternehmen sich an diese neue Ökonomie herantasten? .....	207
10.4	Zusammenfassung und Ausblick .....	209
10.5	Literatur .....	210
11	Wo sich Daten, Tradition und Agilität verbünden – die wundersame Welt der multimodalen IT   von Wolfgang Decker .	211
11.1	Bimodale IT-Architektur als Lösung? .....	211
11.2	Markt- und Veränderungsdruck .....	212
11.3	Imperative der Digitalisierung .....	215
11.4	Eine digitale Innovationsfabrik .....	218
11.5	Auswirkungen auf die Organisation .....	221
11.6	Zusammenfassung und Ausblick .....	225
11.7	Literatur .....	226

***Case Studies – Mittelstand, Energie, Private Equity und Logistik . 227***

12	Business Analytics im Mittelstand – Herausforderungen und Chancen durch die vermehrte Nutzung von Daten in kleinen und mittleren Unternehmen   von Torben Hügens . . . . .	229
12.1	Aktueller Stand des Einsatzes von Business Analytics im Mittelstand . . . . .	229
12.2	Wie und wo wird Business Analytics im Mittelstand eingesetzt? . . . . .	233
12.3	Wie unterscheiden sich Data-Savvy- vs. Data-Driven-Unternehmen? . . . . .	236
12.4	Zusammenfassung und Ausblick . . . . .	239
12.5	Literatur . . . . .	240
13	Energiedaten als Rohstoff für eine nachhaltige Zukunft. Warum die gerichtete Nutzung von energetischen und prozessualen Bestands- und Verlaufsdaten zunehmend zum kritischen wirtschaftlichen Erfolgsfaktor für alle Branchen wird   von Dirk Werth, Victoria Schorr und Shari Alt . . . . .	243
13.1	Einleitung . . . . .	243
13.2	Datenerfassung – Anforderungen und Herausforderungen	245
13.3	Energie-, Ressourcen- und Prozessdaten – Was und wie können wir aus ihnen lernen? . . . . .	247
13.4	Daten als Treiber für Energiemanagement und Berichtspflichten . . . . .	253
13.5	Ausblick . . . . .	256
13.6	Literatur . . . . .	257
14	Datengetriebene Wertsteigerung und Portfoliosteuerung im Private Equity – wie Daten zu Wettbewerbsvorteilen für Investoren werden   von Wolfgang Faisst und Markus Thomas Münter . . . . .	259
14.1	Herausforderungen der Private-Equity-Unternehmen und mögliche datengetriebene Lösungsansätze . . . . .	261
14.2	Ansätze zur Wertsteigerung und Portfoliooptimierung . . . . .	267
14.3	Zusammenfassung und Ausblick . . . . .	276
15	Datengetriebene Logistikplanung mit KI   von Stefan Kreamsner . . . . .	279
15.1	Herausforderungen datengetriebener Logistik . . . . .	279

15.2	Advanced Analytics – Datenanalyse in der Logistik . . . . .	284
15.3	Wie der große Datenfluss Probleme heutiger Unternehmen entgegenwirkt . . . . .	287
15.4	Zusammenfassung und Ausblick . . . . .	291
	Glossar . . . . .	293
	Beitragsautor:innen . . . . .	303