



Daten-Roboter „Esta“ macht aus Big-Data Smart-Data

Hotset möchte Zielmärkte und Kunden besser kennenlernen und so das Angebot für Kunden verbessern und neue Kundenpotenziale erschließen. Damit soll auch die Entwicklung neuer Produkte unterstützt werden. Mit einem individuell konfigurierten Daten-Roboter und standardisierten Prozessen im Unternehmen soll die gigantische Menge an Marktdaten im World Wide Web zielgerichtet genutzt werden. Dabei kommt es auf die richtige Auswahl der „Datentöpfe“, die Filterung der Daten und die richtigen Prognosemodelle an, um relevante Kunden- und Technologietrends frühzeitig zu erkennen.

Die neue Verfügbarkeit von Daten kann dabei unterstützen, verändert aber einige der gewohnten Strukturen und Prozesse im Unternehmen. Die riesigen Mengen von Marktdaten außerhalb des Unternehmens sind mit digitalen Werkzeugen einigermaßen beherrschbar. Für den Mittelstand stellt sich die Frage, ob er ausreichend Wissen über die Filterung der Daten und über Prognosemodelle besitzt, um relevante Kunden- und Technologietrends frühzeitig zu erkennen.

Das Unternehmen erhielt dazu vom Kompetenzzentrum eStandards den „ungelernten“ Daten-Roboter „Esta“, der anschließend vom Unternehmen und Experten des Kompetenzzentrums mit Daten zu relevan-

ten Fragen betankt wurde. Wie ihre bekannteren Verwandten Siri, Alexa oder Watson wird „Esta“ mit jedem Einsatz ein bisschen schlauer. „Esta“ scannt Inhalte automatisiert nach vorher definierten Fragen, macht mit jeder Auswertungsrunde halbautomatisiert Vorschläge für neue Wege und liefert damit Entscheidungsgrundlagen für bessere Ergebnisse.

Nach und nach nutzt Hotset den Datenroboter für folgende definierte Handlungsfelder:

- ▶ Vertrieb auf dem US Markt: Hotset möchte eine Produkt stärker im amerikanischen Markt platzieren. „Esta“ zeigt Hotset, welche Potenzialkunden, Wettbewerber und Trends den Markt bewegen. Außerdem zeigt der Daten-Roboter, welche Unternehmen sich welche Produkte, wie lange ansehen – und das Ganze auf eine datenschutzkonforme Art und Weise.
- ▶ Vertrieb & Marketing der Standardprodukte: „Esta“ liefert Informationen zu Fragen wie: Wo werden die eigenen Produkte von wem erwähnt, wo die Konkurrenz? Was passiert in der Hauptanwenderbranche Kunststoffverarbeitung? Wo wird das Technologie- oder Patentfeld des Unternehmens erwähnt?
- ▶ Produktentwicklung & Innovationsmarketing: Für eine neu entwickelte Lösung sucht der Daten-Roboter nach neuen

Anwendungsbereichen. „Der Mensch kann ja nur suchen, was er kennt. Durch Techniken zur Semantik und Sprachanalyse kann der Daten-Roboter jedoch auch wertvolle Informationen liefern, nach denen die Hotset-Mitarbeiter eben nicht gesucht hätten“, sagt Prof. Dr. Peter Vieregge, Fachreferent für Big-Data beim Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards.

Hotset steht noch am Anfang des Lernprozesses, kann aber bereits erste Ergebnisse vorweisen: „Es gibt bereits einige gute Ansätze, aus denen jeweils ein Projekt mit einem potenziellen Neukunden generiert werden konnte“, erklärt Sylvia Schmidt, die verantwortliche Marketing-Managerin.

So funktioniert der Ringvergleich

Die Methode der Ringvergleiche stammt aus dem Bereich der Labore und dient der externen Qualitätssicherung für Messverfahren. Ziel des Projektes ist es, eStandards des Digital Office mit vielen mittelständischen Unternehmen aus unterschiedlichen Perspektiven zu identifizieren, zu testen und nachhaltig anzuwenden.

Dabei liegen folgende eStandards-Werkzeugbereiche zugrunde:

- ▶ eStandard-Tools, die dem Unternehmen unternehmens-externe, unstrukturierte digitale

Daten standardisiert zur Verfügung stellen (z.B. Software-Werkzeuge).

- ▶ eStandard-Tools, die dabei unterstützen, diese Daten standardisiert und nachhaltig zu analysieren, zu visualisieren, selbst Lernprozesse vollziehen oder Menschen dabei unterstützen (KI/BI) sowie offene Schnittstellen zu anderen Datensilos einbringen (z.B. Software-Werkzeuge).
- ▶ Offene Methoden-Werkzeuge der Geschäftsprozess-Stan-

dards, um standardisierte Abläufe in Unternehmen zu etablieren, mit denen schlaudere Entscheidungen in Wert gesetzt werden – bis hin zur Identifizierung neuer Geschäftsmodelle.

Durchführungsphase

Die Daten- und Prozess-Anforderungen der Unternehmen werden erhoben, und es werden kleine Datentests umgesetzt. Ziel ist es, einen Anstoß zu geben, sich mit den offenen eStandard-Werkzeugen und Inhalten auseinan-

derzusetzen. Die Unternehmen erhalten Open-Source-Datencockpits, Hilfestellungen bei der Orientierung, ob und welche digitalen Daten es für ihre Fragestellungen gibt, wie offene Softwarestandards in diesem Bereich aussehen und wie man die Daten in den offenen Testsystemen in internen Prozessen anreichert und Entscheidungen zur weiteren Digitalisierung vorbereitet. Aus den einzelnen Tests wird die Matrix des Ringvergleiches angereichert, und die eStandards-Methode des Ringvergleichs wird weiter verfeinert.

Wissensstand zu ...

...Märkten/Zielgruppen/ Regionen/Trends/ Problemen/ Anwendungen	... Produkte/Lösungen...			
	bekannt	verwandt	neu, aber bekannt	unbekannt
bekannt	Markt-Durchdringung	Varianten-Entwicklung	Produkt-Entwicklung	Konkurrenz-Monitoring
verwandt	Markt-Erweiterung	Erweiterte Markt-Durchdringung	Erweiterte Produkt-Entwicklung	Lösungs-Monitoring
neu, aber bekannt	Markt-Entwicklung	Erweiterte Markt-Entwicklung	Inovative Produkt-Markt Diversifizierung	Problem-Monitoring
unbekannt	Marktmuster-Monitoring	Anwendungs-Monitoring	Innovations-Monitoring	Inventions-Monitoring



= jeweils anderen Vorgehensweise in...

▶ Strategie/Geschäftsmodell: Masse, Nische, Individualisierung, Multi-Sided, ...

▶ Marktbearbeitung, intern, extern, direkt, indirekt, ...



So unterschiedlich wie die Branchen, aus denen die Teilnehmer des Ringvergleichs kommen, sind auch die Ziele, die sie mit dem Einsatz von Datenrobotern verfolgen. Allen gemeinsam ist, dass sie sich schrittweise der intelligenten Nutzung von Big Data nähern. Gerade deshalb ist es so wichtig, Erfahrungen auszutauschen, Anregungen zu erhalten und so von den Lernprozessen in den Kollegenfirmen zu profitieren. Moderiert werden die Gespräche von Prof. Dr. Peter Vieregge, Fachreferent im Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards.

Projektlaufzeit: VII/2017 – VII/2020

Impressum:

Redaktion:

Ulrich Hardt, Prof. Peter Vieregge
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards
Projektbüro Hagen
c/o HAGENagentur Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourismus mbH

Kontakt:

Tel: +49 2331 80 99 60
hagen@kompetenzzentrum-estandards.digital
www.kompetenzzentrum-estandards.digital

Grafiken: © Prof. Peter Vieregge
Foto: © Birgit Andrich

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards gehört zu Mittelstand-Digital. Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Die geförderten Kompetenzzentren helfen mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.mittelstand-digital.de