



IBM erweitert Big Data-Portfolio

IBM erweitert Big Data-Portfolio
Erste Big Data-Lösung für Digitales Marketing
Vorausschauende Analysen via SmartCloud
Erweiterungen der Big Data Plattform
Las Vegas, Ehningen - 25 Okt 2012: IBM hat auf dem IBM Information On Demand Business Analytics Forum 2012 neue Big Data-Lösungen vorgestellt. So hilft die Lösung IBM Digital Analytics Accelerator Marketingentscheidern, die Stimmung ihrer Kunden in Social Media-Kanälen zu analysieren. Speziell auf die Analysen großer Datenmengen während ihrer Übertragung ist IBM InfoSphere Streams ausgelegt.
Analytic Answers ist ein IBM SmartCloud-Angebot, durch das ab sofort auch kleine und mittlere Unternehmen vorausschauende Analysetechnologien wirtschaftlich einsetzen können. Komplexe Berichte in Finanzabteilungen können einfach und effizient mit IBM Disclosure Management erstellt werden. Die neuen Angebote basieren auf Innovationen unter anderem aus dem deutschen IBM Forschungs- und Entwicklungszentrum sowie auf Technologien der übernommenen Unternehmen Vivisimo und Unica.
Die neuen IBM Big Data-Angebote nutzen die Datenströme aus mobilen, sozialen und digitalen Netzen intelligent. Als Teil der IBM Big Data Plattform sind sie innerhalb von wenigen Stunden einsatzbereit. Sie analysieren Datenmengen im Petabyte-Bereich und können Anfragen in Reaktionszeiten von unter einer Sekunde beantworten. Stark schwankende Werte wie Geo-, Finanz- oder Telekommunikationsdaten werden ebenfalls präzise ausgewertet.
Die Analysten von Gartner schätzen, dass die Ausgaben für Big Data-IT bis 2016 von 27 Milliarden US-Dollar auf 55 Milliarden US-Dollar steigen werden. "Die meisten Unternehmen haben das Geschäftspotenzial von Big Data erkannt und wollen ihre Daten intelligent nutzen", so Bodo Körber, Director of Information Management bei IBM Deutschland. "IBM greift mit den neuen Lösungen die spezifischen Anforderungen verschiedener Branchen und Fachabteilungen in Bezug auf Big Data auf."
Erste Big Data-Lösung für Digitales Marketing
IBM hat speziell für Marketinganforderungen IBM Digital Analytics Accelerator entwickelt. Mit ihm lassen sich auch Daten außerhalb der Firewall, etwa in Social Media-Anwendungen, in die Analysen einbeziehen. Chief Marketing Officers (CMOs) gewinnen damit Einblicke in die momentane Stimmungslage der Kunden. Diese Erkenntnisse können sie zum Beispiel für zielgerichtete Werbemaßnahmen nutzen. IBM Digital Analytics Accelerator basiert auf Netezza und Unica Technologien und umfasst auch das kürzlich angekündigte IBM PureData System for Analytics. Es handelt sich um die erste Big Data-Lösung für digitales Marketing überhaupt.
IBM InfoSphere Streams für Kommunikationsanbieter
Laut United Nations Telecom Agency gibt es weltweit sechs Milliarden Mobiltelefonnutzer. Angesichts dieser Entwicklung wächst seitens der Telekommunikationsunternehmen der Bedarf, die stetig zunehmende Menge an Transaktionsdaten auszuwerten, um Angebot und Service zu verbessern. Hier setzt das von IBM Software Group in Zusammenarbeit mit IBM Research entwickelte IBM InfoSphere Streams an: Die Software analysiert sehr große strukturierte oder unstrukturierte Datenströme direkt während der Übertragung und kann dadurch Informationen und Entscheidungsgrundlagen in weniger als einer Millisekunde liefern.
Mit neuen Toolkits und Accelerators erfahren Kommunikationsanbieter schnell und genau, wie Kunden ihre Netze nutzen und können ihre Angebote entsprechend personalisieren. Zudem ermöglicht die Software Social Media-Analysen und ist einfach verständlich: Anwender können mit dem neuen Toolkit ohne Programmierkenntnisse Analysen zu beispielsweise Geodaten, Finanzmärkten oder maschinellen Daten - etwa Netzwerk-Logs - automatisiert durchführen.
Hadoop-basierte Software für industriespezifische Analysen
IBM hat IBM InfoSphere BigInsights mit neuen Funktionen erweitert: Eingebaute Akzeleratoren analysieren sowohl strukturierte als auch unstrukturierte Daten von Unternehmen unterschiedlicher Branchen, wozu unter anderem Handel, Produktion oder die Energieversorgung zählen. Diese Analysen helfen, die betriebliche Effizienz zu kontrollieren, Sicherheitsvorfälle aufzudecken oder Ausfälle zu verhindern. Mit dem Social Media-Analyse-Akzelerator können Marketingverantwortliche zudem eigene Anwendungen zu Themen wie Kundenakquise, Kundensegmentierung oder auch Kampagnenoptimierung aufsetzen. Dabei können sie auch verteilte Datenquellen einbeziehen, Hadoop-Kenntnisse sind dafür nicht nötig.
Neu ist auch IBM InfoSphere Data Explorer, der auf Technologien aus der Vivisimo-Akquisition aufbaut. Der Data Explorer navigiert automatisch durch die verfügbaren Daten und deckt Beziehungen zwischen ihnen auf. Beispielsweise erkennt er wiederkehrende Themen, visualisiert Beziehungen, bestimmt den Wert von Daten und zeigt, in welchen Kontexten sie genutzt werden. IBM Infosphere Data Explorer macht BigData und den Zugriff auf unterschiedlich strukturierte Daten für die Benutzer in den Fachbereichen sehr einfach und effizient.
Vorausschauende Analysen auch für mittelständische Unternehmen via SmartCloud erschwinglich
Aufgrund der Kosten war das Thema Predictive Analytics - vorausschauende Analysen - bislang meist großen Unternehmen vorbehalten. Die neue IBM Lösung Analytics Answers erschließt diese Möglichkeiten jetzt auch kleinen und mittleren Unternehmen, denn sie ist über die IBM SmartCloud verfügbar. Die Nutzer müssen lediglich ihre Daten sowie ihre entsprechenden Fragen eingeben - etwa zu Themen wie Betrugserkennung, Kundenloyalität oder gewünschten Serviceleistungen - und erhalten rasch Antworten. Ein Unternehmen kann so sehr einfach herausfinden, wie und wo es Kunden durch maßgeschneiderte Angebote gewinnen kann, ohne Vorabinvestitionen in Software-Lizenzen.
Effizientere Berichte aus der Finanzabteilung - mit Hilfe von Analysen
Nach einer Studie der Hackett Group werden rund 82 Prozent der Management-Berichte hauptsächlich mittels Tabellen zusammengestellt. Angesichts der zunehmenden Komplexität des heutigen Berichtswesens ist dies häufig ein langwieriger und fehleranfälliger Prozess. Auf diesen Bedarf zielt die neue IBM Disclosure Management Software ab: Sie erfasst und analysiert verschiedenste Berichtsdaten, ohne dabei die gewohnte Spreadsheet-Umgebung zu verlassen. Die Lösung adressiert dabei nicht nur regulatorische Anforderungen, sondern auch solche aus den Bereichen Controlling, Investor Relations, Offenlegungsverpflichtung, Finanzplanung und anderen.
Kontakt:
IBM Deutschland GmbH (Hauptverwaltung)
IBM-Allee 1
71137 Ehningen
Deutschland
Telefon: +49 800 225 5426
Telefax: +49 7032 15 3777
Mail: halloibm@de.ibm.com
URL: <http://www.ibm.de>

Pressekontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

ibm.de
halloibm@de.ibm.com

Firmenkontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

ibm.de

halloibm@de.ibm.com

IBM gehört mit einem Umsatz von 95,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2009 zu den weltweit größten Anbietern im Bereich Informationstechnologie (Hardware, Software und Services) und B2B-Lösungen. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 399.400 Mitarbeiter und ist in über 170 Ländern aktiv. Die IBM in Deutschland mit Hauptsitz bei Stuttgart ist die größte Landesgesellschaft in Europa. Mehr Informationen über IBM unter: ibm.com/de/ibm/unternehmen/index.html IBM ist heute das einzige Unternehmen in der IT-Branche, das seinen Kunden die komplette Produktpalette an fortschrittlicher Informationstechnologie anbietet: Von der Hardware, Software über Dienstleistungen und komplexen Anwendungslösungen bis hin zu Outsourcingprojekten und Weiterbildungsangeboten.