

Auf der Suche

Big Data braucht dringend Spezialisten, die korrelieren, modellieren und analysieren, was das Datenmaterial an Infos hergibt. Nur – es gibt kaum welche. So lange warten, bis der Markt sogenannte Data Scientists produziert, sollten Unternehmen dennoch nicht.

Text _ Stephanie Streif

Daten sind das Öl des digitalen Zeitalters. Wie reich der Rohstoff Information machen kann, zeigte sich wieder Mitte Februar, als Google auf der Liste der wertvollsten Unternehmen den Ölkonzern Exxon Mobil von Platz zwei verdrängte. Zusammen mit Apple führt Google jetzt diese Liste an.

Mit den Daten steigt der Druck auf die Unternehmen, fähige Data-Scientists einzustellen, so das Ergebnis einer Umfrage von Teradata, einem führenden Anbieter für integriertes Data Warehousing, Big-Data-Analysen sowie Geschäftsanwendungen. Über 42 Prozent der in Deutschland, Frankreich und Großbritannien befragten 300 Führungskräfte suchen bereits nach Data-Scientists, Analysten oder anderen Big-Data-Spezialisten oder wollen demnächst mit der Suche beginnen. Als Grund für das hohe Interesse an den smarten Spezialisten nennen 36 Prozent der Unternehmen das Potenzial, von Big-Data-Analysten beim Erreichen strategischer Ziele unterstützt zu werden. Auch die Personal-

agentur Gulp Information Services dokumentiert eine steigende Nachfrage nach selbständigen Big-Data-Spezialisten. Zwar habe Big Data im IT-Projektmarkt eine noch vergleichsweise geringe Bedeutung, heißt es in der Marktstudie. Doch die Nachfrage nach Freelancern für Big-Data-Projekte steige rasant.

Big Data braucht Spezialisten

Ein Unternehmen, das aktuell nach passenden Data-Scientists sucht, ist Accenture. Was der Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister braucht, sind Menschen mit tiefem mathematischen Grundwissen, Abstraktions- und analytischem Denkvermögen, so steht es in den Stellenbeschreibungen. Sie sollen studiert haben und je nach Einstiegslevel auch Berufserfahrung bei der Datenanalyse und Programmierkenntnisse mitbringen. Und natürlich sollte es ihnen Spaß machen, Methoden und Modelle auf eine unternehmerische Fragestellung anzuwenden. »Die Nachfrage nach Data-Scientists ist riesig, beim Nachschub hapert es allerdings«, bestätigt Jörg Besier, der bei Accenture den Bereich Emerging Technologies in Deutschland leitet: »Nur zehn Prozent der geeigneten Absolventen entscheiden sich für eine Karriere im Analytics-Umfeld. Der Rest schlägt klassische Karrierepfade ein

»DIE NACHFRAGE NACH DATA-SCIENTISTS IST RIESIG, BEIM NACHSCHUB HAPERT ES ALLERDINGS.«

JÖRG BESIER, Leiter Emerging Technologies Accenture Deutschland, Kronberg



und wird Investment-Banker, Softwareentwickler oder Wissenschaftler.«

Vielen Mathematikern, Informatikern oder studierten Geografen, die im Job noch zehn Jahre Dataming oben drauf gepackt haben, fehlt das Selbstverständnis, auch Data-Scientist oder Data-Mining-Spezialist zu sein. Bis sich Absolventen für ein ihnen noch unbekanntes Berufsbild begeistern können, dauert es. Nur Hochschulverwaltungen brauchen noch länger, um mit neuen Studiengängen auf die Nachfrage aus den Unternehmen zu reagieren. Big Data kommt zwar an vielen deutschen



Unis in Kursen und Seminaren vor, als Fach ist es allerdings – anders als in den USA – noch nicht studierbar.

Um aus Big Data brauchbare Smart Data zu machen, müssen vor allem Statistiker und Wirtschaftsinformatiker ran. Sie sind es, die Daten korrelieren, model-

Dickflüssig wie Honig: Data-Experts müssen Daten korrelieren und dann relevante Muster und Zusammenhänge herauslesen.



lieren und dann relevante Muster oder irre Zusammenhänge aus ihnen herauslesen können. »Nach ihnen besteht die größte Nachfrage«, so Vossen. Auch weil es neuerdings In-Memory-Computing gibt. Eine Technologie, bei der große Datenmengen nicht direkt auf die Festplatte kommen, sondern im Hauptspeicher vorgehalten und in Echtzeit verarbeitet werden können. So ermöglichen Plattformen wie SAP HANA, Big Data zu analysieren und businessrelevante Entscheidungen besser und schneller treffen zu können. »Mit der Praktikabilität eines solchen Tools steigt natürlich auch

der Absatz und die Nachfrage nach Big-Data-Experten, die damit umzugehen wissen«, so Volker Frey, der bei der Personalberatung HRM Consulting Mitglied der Geschäftsleitung ist.

Rockstars der IT

In Sachen Recruiting rät Frey Unternehmen dazu, Data-Scientists immer auch dort abzuholen, wo sie sich bevorzugt aufhalten – an Technischen Unis zum Beispiel, auf digitalen Job-Portalen oder durch gezielte Personalmarketing-Maßnahmen. Dass die Cebit in ihrem messeeigenen Bereich »Job and Career« Unternehmen und Big-Data-Freaks zusammenbringt, glaubt Frey nicht. Damit locke man keinen dieser Jungs hinter dem Ofen hervor. Sehr viel effizienter sei es, das Social Web nach Big-Data-Spezialisten zu durchforsten und sie mit überzeugenden Argumenten wie angenehmem Arbeitsklima, guter Work-Life-Balance oder super IT-Tools zu ködern. »Gut möglich, dass der eine oder andere sich auch mit einem besonders kniffligen Arbeitsauftrag locken lässt«, so Frey weiter. Natürlich sollte auch die Bezahlung stimmen: Und weil die Analysten die Rockstars der IT sind, können sie in der Regel mehr verlangen als Programmierer.

Die Unternehmen haben keine Zeit mehr zu verlieren. Wie damals in den achtziger Jahren, als händeringend nach Wirtschaftsinformatikern gesucht wurde. Zwanzig Jahre habe es gedauert, bis sich die Wirtschaftsinformatik als Studiengang etabliert und eine kritische Masse an Absolventen hervorgebracht habe, erinnert sich Besier von Accenture. Statt abzuwarten, bis die Universitäten mehr Big-Data-Spezialisten hervorbringen, investiert Accenture lieber selbst in die Weiterbildung seiner Mitarbeiter. »Unser internes Schulungsportal bietet 25.000 Online-Kurse, virtuelle Trainings und andere Bildungsressourcen in praktisch allen Bereichen«, so Besier. Rund 300 Trainingsstunden absolviert ein Mitarbeiter in seinen ersten Jahren bei Accenture. Viele seiner Mitarbeiter schickt der Dienstleister auch in das SAP Innovation Center in Kronberg,

wo sie alle Raffinessen von SAP HANA beigebracht bekommen. Wichtig dabei sei, so Besier, den Trainingsplan auf die individuellen Vorkenntnisse jedes einzelnen Mitarbeiters abzustimmen. Noch wichtiger – selber machen. Denn wer zu lange wartet, ist schnell abgehängt. redaktion@acquisa.de .]

SUMMARY

- **SMART DATA** Um aus den gewonnenen Daten relevante Informationen zu generieren, braucht es kluge Analysen.
- **DATA SCIENTISTS** Big Data ist als Fach – anders als in den USA – an den Universitäten noch nicht studierbar.

Echtzeit- Personalisierung für eine neue Qualität von Big Data

Mehr zur Echtzeit-Personalisierung erfahren Sie in unserem kostenfreien Whitepaper unter:

www.prudsys.de/rde-re



 **prudsys** | The Realtime Analytics Company