

Dr. Thomas Keil

„Predictive Analytics – Vorhersagen mit Big Data“

Abstract:

Wir können nicht sicher vorhersagen was zukünftig passieren wird. Wir können aber „vorher sagen“ was zukünftig passieren kann – und das immer besser. Diese Fähigkeit aus der Vergangenheit zu lernen, Hypothesen zu bilden und dieses Wissen für zukünftige Entscheidungen zu nutzen, ist seit eh und je die Grundlage menschlicher Evolution und zivilisatorischen Fortschritts. In einer immer schneller und komplexer werdenden Welt wird diese Fähigkeit zunehmend durch IT-Systeme gestützt oder übernommen. Die Qualität von Predictive Analytics wird durch drei Faktoren vorangetrieben: IT-Systeme, Daten und Modelle. Auf allen drei Gebieten verzeichnen wir derzeit enorme Fortschritte.

Unsere IT-Systeme werden durch immer performantere Hardware und High-Performance-Analytics Systeme immer leistungsfähiger und billiger. Die Digitalisierung erhält mit Schlagworten wie „Big Data“, „Internet of Things“ oder „Industrie 4.0“ in quasi jedem Lebens- und Wirtschaftsbereich Einzug und liefert mit immer neuen Datenquellen eine immer bessere Datenbasis für Vorhersagen. Auch auf dem Feld der Algorithmen verzeichnen wir einen regelrechten Hype. Über Smartphones sind Entwicklungen auf den Gebieten der Text-, Sprach- und Bildanalytik bereits dem Massenmarkt zugänglich. Aber auch ehemals den „Nerds“ vorbehaltenen Begriffe wie „Deep-Learning“, „Machine-Learning“ oder „künstliche Intelligenz“ sind plötzlich gesellschaftsfähig geworden. Nicht das Wissen über Algorithmen an sich, sondern die Verbreitung des Wissens in unseren Unternehmen und Gesellschaften wird zum entscheidenden Faktor.

Ob Wetter, Umsätze, Kundenverhalten, Kreditausfallrisiken, Kündigungen, Verkehr, Maschinenausfälle, Logistik, Produktionstrecken, Netzauslastung, Therapien, ... der Phantasie zu Einsatzgebieten von Predictive Analytics sind kaum Grenzen gesetzt. Der Vortrag bietet Ihnen einen allgemeinverständlichen Überblick über grundlegende Konzepte wie Modellbildung und Big Data. Zahlreiche Beispiele erläutern Anwendungen in der Praxis.

Kurzprofil

Dr. Thomas Keil ist Marketingmanager für Business Analytics bei SAS und Spezialist für Big Data, Information Management und Business Analytics. Thomas Keil kam 2011 zu SAS. Davor war er acht Jahre für den Softwarehersteller zetVisions tätig, zuletzt als Head of Marketing sowie Head of Channel Sales. Neben seiner Tätigkeit bei SAS vertritt er seine Themen sowohl im TDWI - dem Internationalen Verein für Business Intelligence und Data Warehousing - als auch im Rahmen des KSFE - der Kooperation der SAS Anwender in Forschung und Entwicklung e.V.. Keil engagierte sich zudem als Vorstandsmitglied im Arbeitskreis „Big Data“ des BITKOM. Keil promovierte im Bereich Neuere Deutsche Literaturgeschichte an der Bayerischen Julius-Maximilians-Universität in Würzburg.

