Neustart mit verändertem Team

Am 7. Februar fand die erste Neuauflage des Nürnberger TDWI Roundables an traditioneller Stelle statt. Nach mehr als einem Jahr Unterbrechung hat sich ein neues Team gefunden, welches die Organisation übernommen hat. Durch die Kombination aus akademischen Inhalten und Aspekten aus echten Projekten soll ein bunter Mix entstehen der alle Facetten rund um Datawarehousing abbildet.

Mit Robert Zimmermann und Jens Albrecht bilden zwei Nürnberger Professoren die fundierte Basis sowohl Frontend- als auch Datenmanagement-Themen kompetent zu betreuen. Christian Langmayr vom lokalen Datenbankanbieter Exasol ergänzt die Organisation. Da die Aufgaben auf drei Köpfe verteilt werden können, ist auch langfristig sichergestellt, regelmäßige Stammtische stemmen zu können. Ziel ist es drei bis vier Roundtables pro Jahr zu organisieren und so den regelmäßigen Austausch in Franken anzuschieben.

Zum Start im Februar konnte Graham Sharpe von Adidas als Referent gewonnen werden. Graham ist bei Adidas zuständig für den Aufbau der Analytischen Plattform im Bereich eCommerce. Die digitale Erneuerung der Vertriebsprozesse ist ein wichtiger Prozess für die Zukunftssicherung. In einem unterhaltsamen Vortrag erklärte Herr Sharpe die „Customer DNA" genannte digitale Analyse von Kundendaten bei Adidas.

Foto©: Christian Langmayr

Der direkte Bezug zu seinen globalen Kunden kann nur durch ein klares Verständnis der Bedürfnisse erzeugt werden. Personalisierung, Agilität, Daten und Geschwindigkeit sind der Kern dieses Prozesses und passende IT der Schlüssel.

Die Basis der Customer DNA ist das Wechselspiel zwischen Kundenaktivitäten und Analyse der Aktivitäten mittels einer geeigneten Datenbank. Dabei sind nach Erfahrungen fast 99% der Ereignisse strukturiert und nur ein verschwindender Bruchteil unstrukturiert. In Zahlen sind dies fast 25 TB Rohdaten, 12.500 individuelle Kundencluster, 9,5 Milliarden Zeilen im Zugriff und Reaktionszeiten von unter 0,01 Sekunden für die Personalisierung.

Als Lösung für diese Aufgabe setzt Adidas auf eine dreischichtige Architektur aus einem Hadoop Cluster, einer analytischen Datenbank und einem Data Discovery Layer. Befüllt wird die analytische Lösung aus den ERP-Daten, exisiterenden Datenbanken und über eine Kafka-Prozess aus den Customer Touchpoints wie Webservices. Für eine erhöhte Flexibilität und Predictive Analytics ergänzen neue Werkzeuge wie R, Python und Lua die Umgebung. Einen runden Abschluss fand der Vortrag mit einem Ausblick auf die technischen Herausforderungen der zukünftigen Fortentwicklung in der Architektur. Diese reichen von immer komplexeren Werkzeugentscheidungen, legalen Anforderungen wie GDPR bis zu Überarbeitungen der Plattformen in Richtung Cloudfähigkeit.

Finaler Höhepunkt war die Verlosung eines Fußball-WM-Trikots und ein fröhlicher Ausklang bei Häppchen und Bier.

Am 2. Mai geht der TDWI Roundtable Nürnberg mit dem neuen Team in seine zweite Runde. Das Thema ist dann Data Vault.

Christian Langmayr