
Inhaltsübersicht

1	Einleitung	1
	Uwe Haneke · Stephan Trahasch · Michael Zimmer · Carsten Felden	
2	(Advanced) Analytics is the new BI?	15
	Uwe Haneke	
3	Data Science und künstliche Intelligenz – der Schlüssel zum Erfolg?	29
	Marc Beierschoder · Benjamin Diemann · Michael Zimmer	
4	Konzeption und Entwicklung von Data-driven Products/ Datenprodukten	45
	Christoph Tempich	
5	Grundlegende Methoden der Data Science	65
	Stephan Trahasch · Carsten Felden	
6	Feature Selection	101
	Bianca Huber	
7	Deep Learning	119
	Klaus Dorer	
8	Von einer BI-Landschaft zum Data & Analytics-Ökosystem	143
	Michael Zimmer · Benjamin Diemann · Andreas Holzhammer	
9	Self-Service und Governance im Data-Science-Umfeld: der emanzipierte Anwender	161
	Uwe Haneke · Michael Zimmer	
10	Data Privacy	177
	Victoria Kayser · Damir Zubovic	
11	Gespräch zur digitalen Ethik	191
	Matthias Haun · Gernot Meier	

Fallstudien	211	
12	Customer Churn mit Keras/TensorFlow und H2O	213
	Shirin Glander	
13	Wirtschaftlichkeitsbetrachtung bei der Auswahl & Entwicklung von Data Science	229
	Eine Fallstudie im Online-Lebensmitteleinzelhandel	
	Nicolas March	
14	Analytics im Onlinehandel	239
	Mikio Braun	
15	Predictive Maintenance	255
	Marco Huber	
16	Scrum in Data-Science-Projekten	275
	Caroline Kleist · Olaf Pier	
17	Der Analytics-Beitrag zu einer Added-Value-Strategie am Beispiel eines Kundenkartenunternehmens	303
	Matthias Meyer	
18	Künstliche Intelligenz bei der Zurich Versicherung – Anwendungen und Beispiele	317
	Michael Zimmer · Jörg Narr · Ariane Horbach · Markus Hatterscheid	
Anhang	331	
A	Autoren	333
B	Abkürzungen	341
C	Literaturverzeichnis	345
	Index	367