



Dr. Wolfgang Martin berichtet zu
Prozess- und Service-Orientierung,
Business Integration
und **Business Intelligence**

Sollte der Newsletter nicht richtig angezeigt werden, dann klicken Sie bitte [hier](#) »

Themenübersicht

Editorial

Trip Report: SAP SAPHIRE Madrid - [mehr](#) »

EXASOL

Geo Business Intelligence mit EXASolution 4.0 -
[mehr](#) »

PowerOLAP von Paris Technologies

Business Intelligence kann so einfach sein - [mehr](#) »

Merger & Acquisitions

M&A-Round-Up und mehr - [mehr](#) »

Zahlen

IT-Branche – es gibt sie, die Verlierer - [mehr](#) »

Trends

IT-Alignment, Siri gegen Google und Hacking
Facebook - [mehr](#) »

Kurzmeldungen

Neues zu BI und Big Data, zu den Social Media, zur
Wolke und zur IT - [mehr](#) »

Und zum Schluss...

High Heels werden flacher - [mehr](#) »

Termine

Gute Business Intelligence wird belohnt! - [mehr](#) »

Editorial

Trip Report: SAP SAPHIRE Madrid

Trip-Report: SAP SAPHIRE, Madrid, 08.-10. November

In Madrid stellte sich die SAP als ein geradezu neuerfundenes Unternehmen vor. Abgesehen vom Wort „uncredible“, das Vishal Sikka in seiner Keynote genauso wie HANA strapazierte, war in diesem Jahr die SAPHIRENOW von Innovation geprägt. Auch die Kunden, die mit ihren Auftritten die Keynotes von Jim und Vishal bereicherten waren wohl ausgewählt im Sinne von Innovation: Skullcandy und Red Bull. Die SAP Hauptbotschaft fasste Co-CEO Jim Snabe in einem Satz zusammen: SAP bedeutet heute core + in memory +

mobile + cloud.

Core bedeutet bei der SAP die nicht-disruptive Evolution der Business Suite und aller Infrastruktur. Die starke Aussage: Die SAP wird ab sofort in Sechs-Monats-Zyklen funktionale und technische Neuerungen liefern. Der entsprechende Marketing-Spruch dazu kam bei den rund 10.000 Teilnehmern gut an: SAP ist jetzt „Apple simple and Google fast!“ Der SAP kann man dann nur noch wünschen auch „SAP solide“ zu bleiben. Dazu sollten die rund 1.500 Kunden beitragen, die im Sinne von „Kundenzentrischer Entwicklung“ gemeinsam mit der SAP an Produktneuerungen arbeiten. So will die SAP verstärkt auf die Kunden eingehen, ihren Kunden zuhören und das Gelernte entsprechend umsetzen. Angekündigt wurde in Madrid dann auch noch eine neue Java-Plattform (Codename „River“), die hier für neue Standards bei der SAP sorgen soll. So ist diese neue Plattform beispielsweise auch für Sprachen wie Ruby on Rails geeignet. Da schließt sich der Kreis zu agiler Softwareentwicklung. Bei SAP wird alles schneller und flexibler.

In Memory buchstabiert sich wie gesagt HANA. Vishal Sikkas Enthusiasmus über Hana kann man sehr gut mit seinem Spruch „HANA is your unfair advantage“ unterstreichen. In der Tat sprechen die bei Kunden gemessenen Performance-Gewinne eine deutliche Sprache. HANA ist eine inzwischen gut gereifte Technologie, die eine mehr als deutliche Beschleunigung in die Analytik bringt. HANA wird inzwischen von vielen Hardwareherstellern unterstützt: IBM, HP, Dell, Fujitsu, Cisco, Levono und neu dazu kam Hitachi. Da fragt man sich nur noch, wann Oracle kommt. Allerdings könnte die SAP jetzt durchaus Oracle als Datenbankanbieter aus dem SAP-Markt vertreiben. Mit der Ankündigung, das BW auf HANA setzen zu wollen, wird man Oracle da schon einige Marktanteile abnehmen. Aber es soll noch besser kommen: HANA soll auch Teil von Netweaver und anderer Infrastrukturkomponenten werden. Das wird zu einer massiven Vereinfachung der SAP-Infrastruktur führen, eine ordentliche Kostenreduktion schaffen und Anwendungen ermöglichen, die bis heute technologisch nicht machbar waren: Ein solcher Ansatz kann beispielsweise Datenintegrationsplattformen überflüssig machen, da dann mit Hana die Integration im Repository auf der Meta-Ebene stattfinden könnte. Einziger Wermutstropfen in diese gute Nachrichten: Ein Zusammenführen von Sybase IQ und HANA ist nicht vorgesehen. Beide Technologien sollen aber voneinander lernen. Die Analysten waren davon zumindest nicht begeistert.

Mobile basiert auf der Plattform von Sybase. Mobile wird zu einem Innovationstreiber in den Unternehmen. Das zeigte die SAP mit ihrem Referenzkunden Charité in Berlin. Hier wurden Ärzte in einem Piloten mit iPads ausgerüstet und machen alle Visiten und Patientenkontakte inklusive Abrechnung mobil. Das ist Innovation, die Sicherheit und Zuverlässigkeit bringt, die Zeit- und Kosten spart und insbesondere auch die Patienten schont, da Doppeluntersuchungen vermieden werden und die Ärzte bessere Diagnosen stellen und bessere Therapien verschreiben können. Im viel kritisierten deutschen Gesundheitswesen zieht Innovation ein! Mit Big Data hat man es im Gesundheitswesen auch zu tun, denn nach Aussage der Charité muss man in Krebs-Therapien rund 20 TB pro Patient managen. Technologische Innovation wie In Memory wird also in Zukunft auch im Gesundheitswesen einziehen.

Cloud wird bei SAP groß geschrieben. Man hat mit Business by Design zwar erst 700+ Kunden, aber man ist ja nur in ausgewählten Ländern unterwegs und musste erst das Ecosystem aufbauen. Dafür ist die erreichte Steigerungsrate an Neukunden beträchtlich. Die Kunden sind auch mit der Qualität und den Möglichkeiten von Business by Design zufrieden, wie der Auftritt des Referenzkunden Skullcandy gezeigt hat. Ebenfalls neu vorgestellt wurde auf der SAPPHERE in Madrid der „SAP Store“, der zwischen Mobile und Cloud angesiedelt ist. Hier werden die SAP und die SAP-Partner und Kunden ihre entwickelten Apps einstellen und über diesen Marktplatz vermarkten. Zudem können Kunden mit SAP- und Sybase-Technologien sich auch ihre eigenen App-Stores bauen.

Für die Zukunft setzt die SAP weiterhin auf organisches Wachstum und Eigenentwicklungen, plant aber im Stile der Übernahmen von Business Objects und Sybase auch große Übernahmen. „Wir können es also und wir suchen nach derartigen Kaufgelegenheiten“, sagte Jim Snabe der „Financial Times“. Am 03. Dezember erfolgte dann schon der erste Streich: Für \$3,4 Milliarden übernimmt die SAP die kalifornische SuccessFactors und untermauert damit ihre Cloud-Strategie (siehe auch die Meldung in „Merger & Acquisitions“).

Mit den besten Grüßen

Dr. Wolfgang Martin



Folgen Sie uns auf [@wmartinteam](#)

EXASOL

Geo Business Intelligence mit EXASolution 4.0



Geo Business Intelligence mit EXASolution 4.0

- Integration von Geodaten ermöglicht räumliche Ad-hoc-Analysen
- Generische Ladeschnittstelle: Hochleistungsdatenbank von EXASOL noch einfacher in heterogene IT-Landschaften zu integrieren

EXASolution ist ab sofort in der Version 4.0 erhältlich und ermöglicht erstmals auch die Speicherung und Analyse von Geoinformationen. So können komplexe Daten sehr schnell in einen einfach zu verstehenden räumlichen Kontext gesetzt werden. Kunden, die sich für EXASolution als Basis für ihr Data Warehouse entscheiden, können ihre Daten über diese zusätzliche Auswertungsdimension nun noch effizienter auswerten und sich dadurch deutliche Wettbewerbsvorteile – beispielsweise im Bereich Geomarketing – verschaffen.

Mit der Version 4.0 ergänzt EXASOL seine auf In-Memory-Technologie basierende Datenbank zudem um eine generische Java-Database-Connectivity (JDBC)-Beladungs-Schnittstelle. Damit ist EXASolution die erste Datenbank am Markt, die direkt an externe Datenbanken angeschlossen werden kann und so Zeit und Kosten spart.

Weitere Informationen zu finden Sie [hier](#).

PowerOLAP von Paris Technologies

Business Intelligence kann so einfach sein



Was sind die aktuellen Trends im Business Intelligence? Cloud-Computing? In-Memory-Datenbanken? Agile BI? Mobile Apps? Compliance?

Unsere Kunden verfügen seit mehr als 12 Jahren über Business Intelligence Anwendungen, die ihnen schnell und unkompliziert Berichtswesen, Planung, Analysen und Konsolidierung liefern, auf die sie jederzeit und überall Zugriff haben und die sie schnell an komplexe und ständig wechselnde interne und externe Anforderungen anpassen können.

Sie können das auch!

Verabschieden Sie sich von hohen Antwortzeiten, langwierigen Implementierungen, umfangreichen Schulungen und langen Projektlaufzeiten. PowerOLAP funktioniert einfach!

Haben Sie eine Cloud-Anwendung, benötigen aber Excel als Frontend? Sind Sie häufig auf Reisen und wünschen einen transparenten Abgleich Ihrer Daten? Möchten Sie dezentrale Anwender nahtlos in Ihre Prozesse integrieren? Benötigen Sie Anpassungen und Szenarien in Minuten statt in Wochen?

PowerOLAP unterstützt den Business-Anwender mit einer revolutionären Kombination aus einfachster Bedienbarkeit und mächtiger Funktionalität.

PowerOLAP macht Ihnen das Leben sehr viel leichter.

<http://www.paristech.com/de/kontakt/>

Merger & Acquisitions

M&A-Round-Up und mehr

M&A 2011 im Content Management System (CMS)-Markt. Die Kollegen von FierceContentManagement haben

hier eine interessante SlideShow zusammengestellt, sehenswert. Schauen Sie rein bei [FierceContentManagement](#)

Salesforce.com übernimmt Model Metrics. Mit Model Metrics, einem 2003 gegründeten und auf mobile und soziale Technologien spezialisierten Beratungshaus, bekommt salesforce.com Expertise in diesen Technologien, um Unternehmen schneller in "soziale Unternehmen" zu transformieren und sein globales Partnersystem zu verstärken. (14. Nov.) Mehr dazu in der [Salesforce.com-Pressemitteilung](#)

eBay kauft Analytik-Start-Up Hunch. Hunch ist Experte in maschinellem Lernen und hat eine innovative "Taste Graph"-Technologie, um personalisierte Empfehlungen auf Basis relevanter Kunden-Erfahrungen zu machen. "We expect Hunch's technologies to benefit eBay shoppers as they browse and buy, and to bring sellers on eBay new ways to connect the right product with the right customers," so eBay. Insgesamt hat eBay in diesem Jahr schon \$2,4 Milliarden für Akquisitionen ausgegeben, u.a. für den E-Commerce Marketing-Service-Anbieter GSI Commerce und für Where, einem Spezialisten für lokalisierungs-basierte, mobile Apps. (21. Nov.) Mehr dazu in der [eBay-Pressemitteilung](#) und bei [ZDNet Asia](#)

Twitter kauft Whisper. Das „warum“ setzt allerdings ein Fragezeichen in den Markt. Auch Twitter gibt keine Auskunft zur Frage, warum man das voriges Jahr gegründete 2-Personen-Start-Up zu Mobile Security gekauft hat. (29. Nov.) Bei [InformationWeek](#) gibt es einige Spekulationen dazu

Uniserv übernimmt die Datenqualitätssparte von paricon. Die Uniserv GmbH hat die Datenqualitätssparte der paricon products GmbH, Rosenheim, übernommen. Mit der Übernahme erweitert Uniserv seine Lösungskompetenz im Bereich Datenqualität und Datenintegration für SAP-Anwendungen. Um den Kunden in einer sich schnell verändernden Welt maßgeschneiderte integrierte Datenqualitätslösungen zu bieten, stehen diese neben der klassischen „on premises“-Nutzungsform auch aus der Cloud oder kombiniert zur Verfügung. Die Akquisition ist Uniservs jüngste strategische Investition auf dem Weg zum Angebot von Datenqualität und Datenintegration aus einer Hand im Enterprise Umfeld. (30. Nov.)

Nice Systems übernimmt Merced Systems. Für rund \$150m plus \$20m in Bar holt man sich einen führenden Anbieter in Service und Vertriebs-Performance Management-Lösungen an Bord. Das Merced-Angebot steht als on-premise, SaaS und hosted Lösung bereit und bietet sowohl Performance-Analytik, Dashboards, Incentive-Management und Echtzeitreporting für Service und Vertrieb. (02. Dez.) Mehr dazu in der [Nice-Systems-Pressemitteilung](#)

SAP übernimmt SuccessFactors. Für SuccessFactors, einem amerikanischen Anbieter von Cloud-basierten Personal-Management, bietet die SAP \$3,4 Milliarden und damit mehr als das Eineinhalbfache des derzeitigen Börsenwerts. Mit der Akquisition der wachstumsstarken, aber Verluste machenden SuccessFactors unterstreicht die SAP ihre Cloud-Strategie. SuccessFactors haben rund 3500 Kunden, beschäftigen knapp 1500 Mitarbeiter, machten im vergangenen Geschäftsjahr \$206m Umsatz und schrieben einen Nettoverlust von \$12m. Insgesamt sind in den fünf letzten Jahren Verluste von insgesamt nahezu \$200m entstanden. Insofern ist der Kaufpreis doch recht hoch, auch wenn man für 2012 einen Umsatz von \$400m erwartet. (03. Dez.) Mehr dazu in der [SAP-Pressemitteilung](#)

Kofax übernimmt Singularity. Kofax, Anbieter von Lösungen zur Capture-gesteuerten Prozessautomatisierung, hat heute die Übernahme der Singularity Limited angekündigt, einem Anbieter von BPM und Lösungen für Case Management. Durch diese Akquisition kann Kofax zukünftig eine Capture-fähige BPM-Plattform anbieten. Singularity wurde von Gartner im "Magic Quadrant" als Visionär und von Forrester in der "Wave" als Marktführer für dynamisches Case-Management anerkannt. Kofax hat für einen Gesamtpreis von rund \$48,1m alle Anteile an Singularity übernommen, mit Barvermögen des Unternehmens bei Abschluss. Von dieser Summe wurden \$30,3m bei Abschluss der Transaktion bezahlt, \$3,3m werden ein Jahr nach Abschluss bezahlt, abhängig von bestimmten Vereinbarungen. Zusätzliche Zahlungen in der Gesamthöhe von rund \$14,5m können ein und zwei Jahre nach dem Abschluss geleistet werden, abhängig vom Erreichen bestimmter jährlicher Wachstumsraten bei Softwarelizenzen und bestimmten Umständen bei der Beschäftigung des Managements. Singularity war ein in privatem Besitz befindliches Unternehmen mit Sitz in Derry, Nordirland, mit etwa 215 Mitarbeitern. (06. Dez.) Mehr dazu in der [Kofax-Pressemitteilung](#)

Zahlen

IT-Branche □ es gibt sie, die Verlierer

CSC schreibt Riesenverlust nach Abschreibung von \$2.6 Milliarden immaterieller Werte. CSC berichtet einen \$2.9 Milliarden Verlust im Q2/2012 (das am 30.09. endete) als Folge eines "goodwill impairment" von \$2.6 Milliarden. Der Grund dazu: eine Diskrepanz zwischen dem Marktwert des Unternehmens und dem Buchwert (der Summe aller Anlagen). Mehr dazu bei in der [CSC-Pressemitteilung](#) und bei [InformationAge](#)

Salesforce.com rutscht in die roten Zahlen. Cloud Computing ist und bleibt ein schwieriges Geschäft. Das musste trotz deutlicher Umsatzsteigerung von 36% die Salesforce.com in ihrem Q3 lernen. Der Umsatz lag mit \$584,3m gut über dem Vorjahreswert von \$429,1m, aber es entstand ein Verlust von \$3,8m (\$0,03 je Aktie) nach einem Nettogewinn von \$21,1m (\$0,15 je Aktie) im Vorjahresquartal. Die Begründung: ein negativer Einmaleffekt. (17. Nov.) Mehr dazu in der [Salesforce.com-Pressemitteilung](#)

HP verliert, aber weniger als erwartet. Mit einem besser als erwarteten Q4/2011 überraschte Hewlett-Packard. Sowohl Umsatz als auch Ergebnis lagen über den Erwartungen. Der Umsatz nach GAAP lag mit \$32,1 Milliarden um 3,5% unter dem Vorjahreswert von \$33,3 Milliarden. Der Gewinn pro Aktie nach GAAP brach um 89% auf \$0,12 ein. Zahlreiche Sonderbelastungen, unter anderem die Schließung der Sparte für Tablet-PC und Smartphones mit webOS, waren zu verkraften. Der Ausflug in den Tablet-Markt kostete insgesamt \$788m. Auf Palm, eine Akquisition in 2009 für rund \$1,2 Milliarden, wurden fast \$900m abgeschrieben. webOS ist damit wohl gescheitert. (21. Nov.) Mehr dazu in der [HP-Pressemitteilung](#) und in der [InformationWeek](#)

Trends

IT-Alignment, Siri gegen Google und Hacking Facebook

Das IT-Business-Office. Die Wertschöpfung durch IT nachhaltig dem Business zu kommunizieren und deutlich zu machen, ist immer eine große Herausforderung. Hier haben einige Unternehmen ein neues organisatorisches Konstrukt erfolgreich getestet, das IT-Business-Office. Ein solches Modell hilft den Verantwortlichen auf der Business- und der IT-Seite besser zusammenzuarbeiten, aber es hilft auch die IT-Wertschöpfung zu transportieren, indem man IT Services in die Business-Terminologie übersetzt, so Bob Reinhold, Principal bei Ernst & Young. Ein IT-Business-Office muss nicht unbedingt als organisatorische Einheit aufgestellt werden, es kann auch als virtuelles Konstrukt erfolgreich arbeiten. Wichtig für eine erfolgreiche IT-Business-Office-Strategie ist aber, dass beide Seiten ein gemeinsames Verständnis entwickeln, wie die Wertschöpfung durch IT ins Business transportiert wird und was die Ziele und Standards sein sollen, um den Fortschritt zu messen und zu berichten. Damit schafft man bereits eine wichtige Basis, auf der das Business verstehen kann, was die IT leistet und wie die IT das Business unterstützt. Als nächstes sollte eine Governance aufgebaut werden, also die Definition der Prozesse, der Metriken und des Berichtens sowie der Rollen und Verantwortlichkeiten. "It is important to be pragmatic in this effort," rät Reinhold. "The business office function will fail if it requires a large bureaucracy or expensive custom reporting. In some cases, close proxies may need to be used for metrics that are difficult to capture and quantify." Schließlich soll ein IT-Business-Office für eine transparente IT sorgen und zum Verstehen der IT-Kosten und IT-Ausgaben-Prioritäten beitragen. Und mehr noch, ein solches IT-Business-Office kann auch bei der externen Kommunikation Vorteile bieten. "An IT business office can enable improved communication with regulators, the board of directors and internal and external auditors. Firms can take a holistic, centralized look at the IT risk management function in response to business objectives, regulatory requirements and board directives, and demonstrate the maturity and reliability of IT processes to regulators, auditors and other stakeholders," schreibt Bob Reinhold in seinem Beitrag bei [CIOInsight](#)

Schmidt sieht Siri als Bedrohung für Google. Google Chairman Eric Schmidt machte dieses Statement im Zuge einer Befragung zu Googles Dominanz im Web Search vor einem Unterausschuss des US-Senats. Damit ruderte Schmidt zurück, der zuvor immer behauptete, Apple und Facebook seien keine Web Search Mitbewerber. Er gab zu „offensichtlich falsch gelegen zu haben, denn Verbraucher suchen Antworten, wenn sie online suchen, und Social Search ist zu einem echten Mitbewerber geworden, wenn es um das Finden von Antworten online geht." Eric Jackson sieht das in ähnlicher Weise und bezeichnete Siri als "Google-Killer" in einem Artikel in Forbes. Er sagte: "We might be watching the beginning of the end of Google, thanks to innocuous introduction of Siri in the 4S." David Coursey ist da allerdings anderer Meinung und schrieb einen Gegen-Beitrag mit dem Titel "Five Reasons Siri is not a Google Killer." Mehr dazu in [Jacksons Artikel](#) und [Coursey's Artikel](#) bei Forbes und einen Beitrag in den [CNET News](#)

Hacking Facebook. In einem Experiment haben Wissenschaftler der University of British Columbia Vancouver die Verletzlichkeit von sozialen Netzwerken gezeigt. Sie programmierten eine Reihe von Skripts, um echte Personen auf Facebook vorzutäuschen. Über 8 Wochen nahmen insgesamt 102 "Socialbots" Namen und Photo von fiktiven Facebook-Nutzern an und spielten echte Nutzer mit regulären Status-Updates. Jeder Bot hatte die Aufgabe, ein Netzwerk aufzubauen, in dem zuerst Beziehungsanfragen zu zufällig ausgewählten 5.053 Profilen (ca. 50 per Bot) gesendet wurden und dann neue Beziehungsanfragen zu den Freunden derer zu senden, die die initiale Einladung akzeptiert hatten. Das Ergebnis war ein Netzwerk von 1.085.785 Freundesfreunden. Die Wissenschaftler schafften es so, 250 GB persönlicher Daten in den 8 Wochen einzusammeln. Dazu gehören

Daten, die eigentlich nur Nutzern auf den Freundeslisten zugänglich sein sollten. Dazu zählen E-Mail-Adressen, Photos, Telephonnummern, Postadressen etc. Es ist schon eigentümlich, dass 20%, die die initiale Einladung erhielten, und sogar bis zu 60% der Freunde auf die Bots hereinfließen und sie akzeptierten. Das Ergebnis unterstreicht das sogenannte "triadic closure principle", das besagt, dass die Eigenschaft gemeinsame Freunde zu haben, die Wahrscheinlichkeit erhöht, eine Freundschaftsanfrage anzunehmen. Die Ergebnisse dieser Untersuchung werden demnächst auch in einem wissenschaftlichen Bericht veröffentlicht. Facebook meint dazu zur Verteidigung seines Security-Systems, dass das Studienergebnis verzerrt sei, da die von den Bots genutzten IP-Adressen vertrauenswürdige Universitätsadressen gewesen seien. Ein Facebook-Sprecher sagte: "We have serious concerns about the methodology of the research by the University of British Columbia and we will be putting these concerns to them." Mehr dazu in [The Register](#) und in [Ars Technica](#)

Kurzmeldungen

Neues zu BI und Big Data, zu den Social Media, zur Wolke und zur IT

Deutscher BI-Markt: SAP hängt Oracle und IBM ab. BARC hat den Business-Intelligence(BI)-Softwaremarkt in Deutschland für 2010 analysiert. Dafür wurden 251 Anbieter von BI-Anwenderwerkzeugen und Datenmanagementkomponenten betrachtet. Demnach erwirtschafteten die Anbieter 2010 in Deutschland Lizenz- und Wartungsumsätze von insgesamt 942m Euro mit BI-Software. Das Marktwachstum liegt bei 9% im Vergleich zu 2009. Mehr dazu im [CIO](#)

Die TOP 10 BI-Trends 2012. Was uns im nächsten Jahr in Sachen BI aus der Sicht von Forrester Research bewegen wird, das lesen Sie in einem Blog bei [Information Management](#)

Die Transformation von Performance Management. In den letzten 10 Jahren hat Performance Management Einzug in die Unternehmen gehalten, dabei hat sich Performance Management kontinuierlich gewandelt und weiterentwickelt. Lesen Sie dazu einen Beitrag von Craig Schiff im [Information Management](#)

Trends in prädiktiver Analytik. Die Top-5-Trends in prädiktiver Analytik lesen Sie im [Information Management](#)

Analytik und Big Data bei Amazon. Wie unterscheidet sich Analytik auf Big Data von traditioneller Analytik? In einem Interview mit Roberto Zicari gibt Dr. Werner Vogels, Chief Technology Officer und Vice President bei Amazon.com die Antworten. "One of the core concepts of Big Data is being able to evolve analytics over time. In the new world of data analysis your questions are going to evolve and change over time and as such you need to be able to collect, store and analyze data without being constrained by resources." Lesen Sie das Interview auf [odbms.org](#)

Welches Potential steckt in Big Data. Die Erfahrungen, die Unternehmen wie Astra Zeneca mit Big Data gemacht haben, finden Sie bei [McKinseyQuarterly](#)

Was ist Hadoop? Alle reden darüber und davon, aber was ist es denn genau? Das lesen Sie in einem Beitrag bei [IT-Director.com](#)

Facebook schlägt Google. Internet-Nutzer verbringen inzwischen mehr Zeit auf Facebook als auf anderen Web-Seiten. Google ist jetzt auf den zweiten Platz zurückgefallen. Mehr dazu bei [CIO](#)

Wird Google+ ein Enterprise 2.0-Werkzeug? Alle schauen auf den Wettbewerb Google+ gegen Facebook. Ist aber nicht doch Yammer im Enterprise 2.0 der eigentliche Gegenspieler zu Google+? Mehr dazu bei [InformationWeek](#)

Wie soziale Technologien die Organisation beeinflussen. Die 5. jährliche Marktstudie von McKinsey zeigt, dass soziale Werkzeuge und Technologien kontinuierlich in Unternehmen vordringen, Geschäftsprozesse transformieren und die Leistung steigern. Mehr dazu bei [McKinseyQuarterly](#)

Social Media – Wer nicht dabei ist, kann auch nicht mitreden. Viele Unternehmen begreifen Social Media noch nicht. Und aus dem, was sie zu verstehen meinen, ziehen sie die falschen Schlüsse. Die Presse-Profis von HBI machen Schluss mit den Mythen und fokussieren auf die Chancen, die das World Wide Web 2.0 zu bieten hat. Mehr dazu im [HBI-Blog](#)

Forrester-CEO: „Die Cloud ist tot“: George Colony, CEO von Forrester Research sagt: "Die IT-Industrie hat eine sehr schlechte Angewohnheit: Sie setzt ständig neue Trends in die Welt und übertreibt dabei maßlos. Cloud ist dafür ein gutes Beispiel." Mehr dazu im [CIO](#)

Oracle Public Cloud und ihre Komponenten: Java, Database, Social Network, Fusion CRM, Fusion HCM. Der Blogger Arun Gupta gibt eine umfassende Einführung in die Oracle Public Cloud. Er beschreibt die Cloud als " ... a suite of Oracle Applications, Middleware and Database offerings delivered in a self-service, subscription-based, elastically scalable, reliable, highly available and secure manner. Oracle provides hosting, management, software updates, and world-class support for these offerings." Mehr dazu in seinem [Blog](#)

Bossie Awards 2011: Die beste Open Source Software. Die Liste der Sieger und das Ranking finden Sie bei [Sun Systemnews](#)

Wandel der Rolle des CIO. Den Chief Information Officer, wie wir ihn kennen, wird es schon bald nicht mehr geben. Vier radikale Veränderungen werden die Rolle des CIO neu definieren und diesen zu einem „Chief Integration Officer“ mit zentraler Geschäftsleitungsfunktion machen. Diese Schlussfolgerung ziehen Lodestone Management Consultants aufgrund einer umfassenden Marktbetrachtung. Mehr dazu in der [Lodestone-Pressemitteilung](#)

Gartner Trends 2012. Wie in jedem Jahr schaut auch Gartner in die Kristallkugel. Was man dann erkennen kann, verrät Ihnen der *CIO*

Und zum Schluss

High Heels werden flacher

IBM Social Media Analyse zeigt neuen Modetrend: Frauen werden bald flachere Absätze tragen. Das Ergebnis zeigt insbesondere auch die Korrelation von Mode- und Wirtschafts-/Konjunktur-Trends. Mehr dazu in der *IBM-Pressemitteilung*

Termine

Gute Business Intelligence wird belohnt!

BARC prämiiert auch 2012 wieder besonders gelungene Business-Intelligence- und Data-Warehousing-Projekte. Reichen Sie sich in die lange Liste namhafter Gewinner des Best Practice Award Business Intelligence und Data Warehousing ein und gewinnen Sie einen attraktiven Preis als Belohnung für Ihre Mühe und Arbeit.

Ab sofort können die Bewerbungsunterlagen für den Best Practice Award Business Intelligence und Data Warehousing 2012 auf www.barc.de/bpa angefordert werden. Der renommierte Preis wird auf der CeBIT im März 2012 in Hannover von einer unabhängigen Experten-Jury aus Wirtschaft und Forschung unter Leitung des Business Application Research Center (BARC) vergeben.

Bewerben kann sich jedes Anwenderunternehmen, das in den letzten Jahren erfolgreich ein Business-Intelligence- oder Data-Warehousing-Projekt eingeführt hat und darin besonders innovative, außergewöhnliche oder performante Ansätze realisiert hat. Einsendeschluss ist der 20. Januar 2012. 2012 wird der Preis zum ersten Mal in zwei Kategorien verliehen: "Mittelstand" und "Konzernlösungen". Dem Siegerteam winkt ein attraktiver Preis.

Die Sieger:

2011: BRITA GmbH

2010: BMW

2009: Fraport

2008: Quelle AG

2007: BKK Bundesverband

2006: Agip

2005: DekaBank

Impressum

Sie haben Fragen und Anregungen? Dann schicken Sie uns eine [E-Mail](#).

Sie wollen den Newsletter abonnieren? Hier geht es zur [Anmeldung](#)

Sie wollen den Newsletter abbestellen? Dann schicken Sie uns eine [E-Mail](#).

Inhalt, Zusammenstellung, Anzeigen, Sponsorship: Dr. Wolfgang Martin

Wolfgang Martin Team
S.A.R.L. Martin
74000 Annecy – France
T: +33-4-50099244
Internet: www.wolfgang-martin-team.net

Weitere Informationen über den Absender dieses Newsletters finden Sie im [Impressum](#).

Tous renseignements par e-mail à: info@wolfgang-martin-team.net
Tous droits réservés. Alle Rechte vorbehalten. Copyright © 2011 S.A.R.L. Martin
Versand durch: HBI GmbH (PR-Agentur) www.HBI.de