



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

### Advertisal

Clueda und die Baader Bank AG gewinnen - [mehr](#) »

### White Paper, Research Notes und Fachartikel

reinschauen lohnt sich immer! - [mehr](#) »

### Merger & Acquisitions

Apple geht 3D und Sopra geht nach Deutschland -  
[mehr](#) »

### Zahlen

Wann wird Salesforce.com mal Geld verdienen? -  
[mehr](#) »

### Trends

BI in der Wolke und Salesforce sucht nach neuen  
Strategien - [mehr](#) »

### Kurzmeldungen:

Neues zu Big Data, Social Business, Cloud, IT und  
dem Internet der Dinge - [mehr](#) »

### Und zum Schluss...

Technische Spielereien... - [mehr](#) »

### Termine

Webcast: „Agile Unternehmen sind daten-getrieben“  
- [mehr](#) »

## Advertisal

### Clueda und die Baader Bank AG gewinnen

Die *Clueda AG* und die Baader Bank AG wurden am 24. September für ihr "Real-Time News Analytics" Projekt mit dem Award "*Best in Big Data 2013*" der Computerwoche ausgezeichnet. In der Kategorie "Bestes Big-Data-Projekt" setzten sich Clueda und die Baader Bank gegen insgesamt 18 Finalisten durch. Die Entscheidung der Jury begründet Dr. Carsten Bange, CEO von BARC: "*Bei dem Projekt von Clueda und der Baader Bank handelt es sich um ein Big Data Projekt, bei dem durch die Verknüpfung von strukturierten und unstrukturierten Daten ein frischer, neuer Ansatz gelungen ist. Die Relevanz für das Unternehmen ist unumstritten und birgt viel Potenzial. Die Idee und der Ansatz ist auf ganz andere Branchen und ganz andere Unternehmen übertragbar und deshalb prämiierungswürdig.*"

Seit 2012 geht die Baader Bank AG, eine der führenden Investmentbanken Deutschlands, zusammen mit dem Startup Clueda AG neue Wege bei der Verarbeitung von Finanznachrichten von Bloomberg und Thomson Reuters. Diese primär für menschliche Leser verfassten unstrukturierten Daten können von konventionellen Softwarelösungen nur schwer erschlossen werden. stellen aber eine der wichtiasten Informationsgrundlagen für die Abschätzung von

Risiken und Kursentwicklungen bei Börsenhändlern und Finanzanalysten dar. Händler müssen bei täglich bis zu 200.000 oft redundanten Nachrichten umfassend informiert bleiben und mögliche ereignisnah reagieren können.

Um entscheidungsrelevante Informationen und anwendbares Wissen aus unstrukturierten Big Data zu gewinnen, fokussiert sich die Lösung von Clueda daher auf drei Anforderungen:

- Die Anwender – Wertpapierhändler – werden überschwemmt von redundanten Inhalten, die zu verzerrten Wahrnehmungen führen und einen objektiven Überblick verunmöglichen. Eine Kompression und Selektion der Informationen ist essentiell.
- Anwendbares Wissen und entscheidungsrelevante Informationen entstehen für den Anwender erst durch die Verknüpfung und Interpretation von Informationen. Big Data als Ansammlung isolierter Inhalte ist unintuitiv und wertlos. Da die heutigen Datenfluten unsere menschlichen Gehirne mengenmäßig überfordern, müssen kognitive Funktionen und Eigenschaften der menschlichen Intelligenz vermehrt auf Computer ausgelagert werden.
- Datenspeicherung und -prozessierung müssen kostengünstig und skalierbar sein, um mit dem Informationswachstum Schritt halten zu können. Es ist keine Investition in zusätzliche Spezial Hard- oder Software notwendig; die Skalierung erfolgt mit 'Commodity'-Hardware.

Beim letzten Punkt setzt Clueda auf konventionelle Big Data Infrastrukturlösungen - wie z.B. neue Datenbankformate wie HBase oder das Akka Framework. Für die anderen beiden Anforderungen existieren hingegen kaum Lösungen. Konventionelle Suchtechnologien spüren im Internet zwar Korrelationen zwischen Informationen auf, können mehrere Treffer eines Suchresultats aber nicht zu einer weiterführenden Aussage oder Einsicht zusammenfassen. Anstatt Antworten auf Fragen zu erhalten, sieht sich ein Nutzer von Suchmaschinen mit Millionen von Dokumenten konfrontiert - das so gewonnene Wissen ist zwangsläufig zufällig und lückenhaft.

Anders als bei gängigen Stichwortsuchen detektiert Clueda nicht nur einzelne Begriffe in Texten, sondern findet Inhalte unabhängig von der sprachlichen Formulierung. Clueda verwendet Methoden aus der künstlichen Intelligenz - beispielsweise maschinelle Lernverfahren oder branchenspezifische Ontologien - und erschließt Texte bis hinunter auf die Ebene einzelner grammatikalischer Satzbauteile sowie inhaltlicher Zusammenhänge.

Darüber hinaus misst Clueda auf Satzebene positive oder negative Stimmungen von Verben und extrahiert auf diese Weise aus jedem Satz Relationen mit einer Richtung und einem Wert. Im Satz "Apple verklagt Samsung" beispielsweise würde das System erkennen, dass Apple eine negative Stimmung an Samsung überträgt.

Für die Verknüpfung und Interpretation von Informationen setzt Clueda auf Methoden aus der Systembiologie. Analog zu Signalkaskaden in zellulären Netzwerken oder zu Assoziationen im menschlichen Hirn kann Clueda auch in einem Netzwerk mit Wirtschaftsnachrichten den Informations- und Stimmungsfluss darstellen. Im Beispiel "Apple verklagt Samsung" lässt sich dadurch ableiten, wie die umliegenden Akteure, also die Zulieferer oder Kunden der beiden Firmen, von der Klage beeinflusst werden - für Finanzanalysten, Händler oder Risikomanager äußerst wertvolle Informationen.

Die von Clueda für die Baader Bank entwickelten Lösungen berücksichtigen also alle drei Anforderungen und zeigen im Börsenalltag bereits den praktischen Nutzen dieses Ansatzes. Mit dem "clueda.trader" bietet Clueda der Baaderbank ein Produkt, das Nachrichten inhaltlich in Echtzeit konsolidiert. Durch den Einsatz des "clueda.trader" gewinnen die Wertpapierhändler zum einen einen Zeitvorsprung zum Wettbewerb, zum anderen vermeiden sie Verluste, indem sie keine kursentscheidende Meldungen übersehen - beispielsweise bei wenig beachteten Nebenwerten. Die Bank spart dadurch mehrere tausend Euro pro Tag ein.

Ab 2014 wird die Funktionalität des "clueda.trader" auch direkt auf Bloomberg Terminals in Form einer Bloomberg APP verfügbar sein.

In der Testphase befindet sich derzeit als weiteres Produkt "clueda.research", mit dem Trends und Marktentwicklungen frühzeitig erkannt werden. Dabei wird "clueda.research" bei Bedarf zusätzlich mit Daten aus Twitter und anderen Sozialen Medien sowie aus regulatorischen Anforderungen erweitert. Damit ist das Produkt u.a. auch im Risikocontrolling einsetzbar.

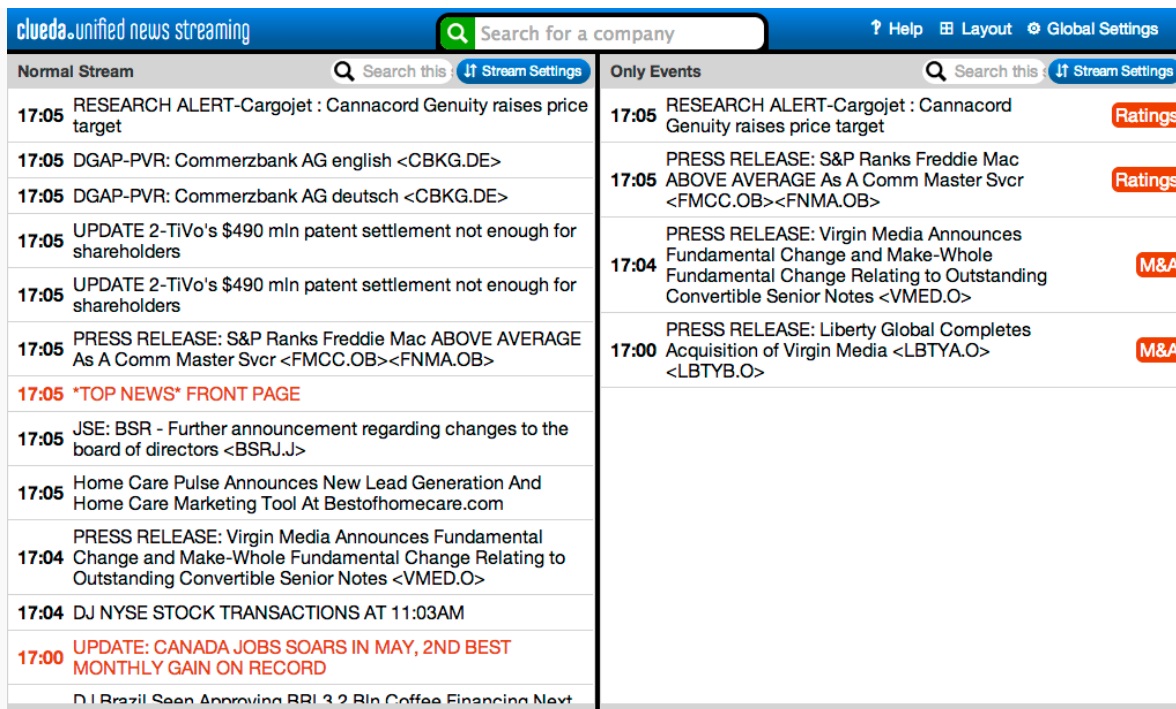


Abbildung-1: Screenshot clueda.trader Nachrichten

Links der ungefilterte Nachrichtenstrom; rechts die vom Endbenutzer, in diesem Fall dem Wertpapierhändler – konfigurierte und personalisierte Sicht, markiert mit geschäftsrelevanten Tags.

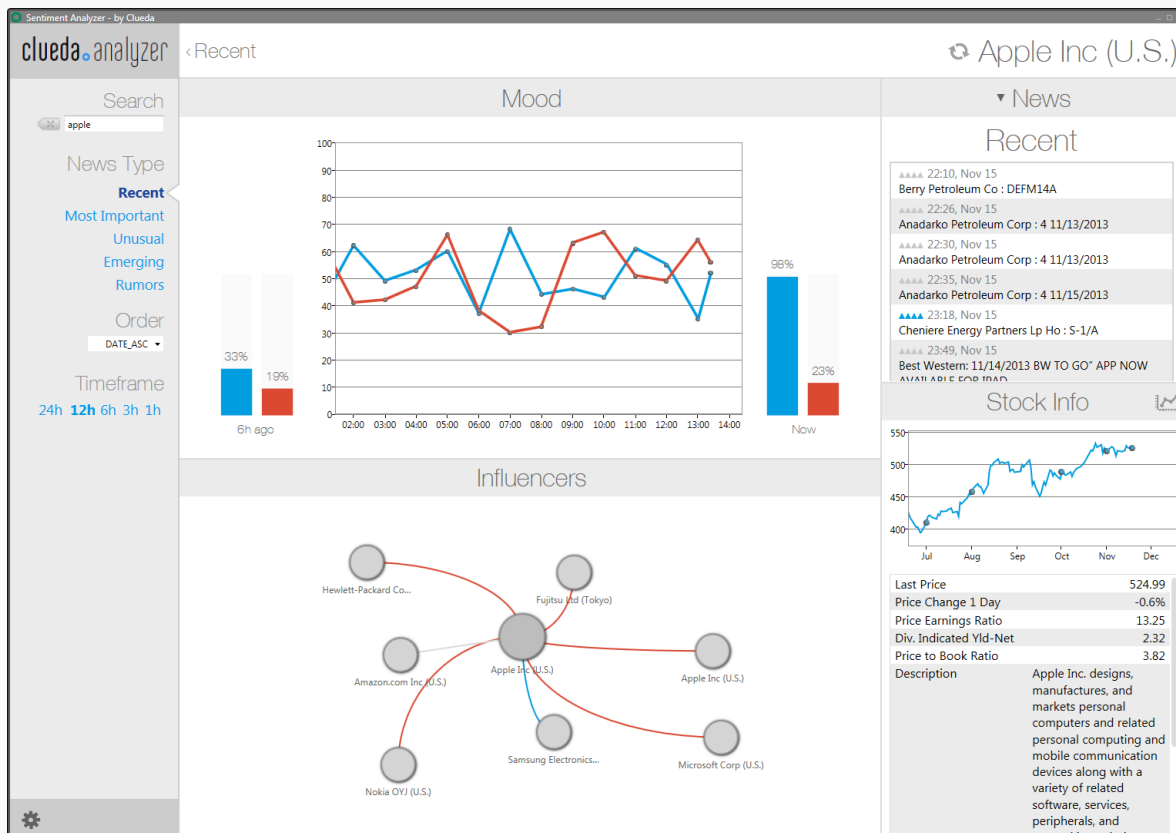


Abbildung-2: Screenshot clueda.trader Firma. Aus dem Datenstrom lassen sich Informationen für einzelne Firmen mit Abhängigkeiten, Stimmungen und Trends darstellen.

### **Unternehmensinfos:**

Clueda ist ein innovatives Softwareunternehmen, das intelligente Vorhersage-, Analyse- und Entscheidungstools für unterschiedliche Branchen anbietet. Unsere Produkte steigern nachhaltig die Fähigkeit, rasch auf komplexe Situationen zu reagieren und mit unübersichtlichen Datenmengen umzugehen – zusätzlich können damit Stimmungen, Trends und/oder Meinungen korrekt ermittelt werden.

Die Softwaretools von Clueda bauen auf den modernsten Erkenntnissen der Systembiologie auf. Insbesondere die assoziative Wissensauswertung des menschlichen Gehirns nehmen wir uns zum Vorbild und können durch Verfahren extremer Informationskompression sofort nutzbare Inhalte und Antworten auf konkrete Fragen geben - und zwar in Echtzeit. Wir betrachten dies als entscheidenden Fortschritt gegenüber klassischen Suchmaschinen, die im "Big Data"-Zeitalter kaum noch zu verwaltender Datenmengen an ihre Grenzen stoßen.

Als Ausgründung des renommierten Helmholtz Zentrums München wurden von Clueda bereits einsatzfertige Anwendungen für die Marktsentimentanalyse im Börsenhandel oder für die Diagnose Seltener Krankheiten entwickelt. Die Einsatzmöglichkeiten sind auf viele Branchen ausdehnbar, in denen aus großen Daten- oder Informationsmengen Entscheidungen für den Unternehmenserfolg abgeleitet werden müssen.

Die Clueda AG wurde 2012 nach über zehn Jahren intensiver Forschungs- und Entwicklungsarbeit in München gegründet und beschäftigt derzeit rund 25 Mitarbeiter.

Anfragen und Kommentare bitte an [info@clueda.com](mailto:info@clueda.com).

---

Liebe Leser und Leserinnen,

ich wünsche Ihnen schöne Festtage und einen guten Rutsch ins neue Jahr 2014

mit den besten Grüßen aus Annecy / Haute Savoie

Dr. Wolfgang Martin

---



**Folgen Sie uns auf** [@wmartinteam](https://twitter.com/wmartinteam)

---

## White Paper, Research Notes und Fachartikel

reinschauen lohnt sich immer!

Fachartikel finden Sie [hier](#).

Keynotes finden Sie [hier](#) in Deutsch und [hier](#) in Englisch.

Research Notes finden Sie [hier](#) in Deutsch und [hier](#) in Englisch.

White Paper finden Sie [hier](#) in Deutsch und [hier](#) in Englisch.

Downloads sind wie immer kostenfrei.

---

## Merger & Acquisitions

Apple geht 3D und Sopra geht nach Deutschland

**IBM übernimmt Fiberlink Communications**, ein Unternehmen mit Lösungen im Mobile Management und Security-Marktsegment. So sollen die IBM MobileFirst Solutions erweitert werden. Finanzielle Details wurden nicht bekanntgegeben. (13. Nov.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

**Sopra übernimmt die COR&FJA Banking Solutions**. Die Sopra Banking Software, eine 100% Tochter der in Annecy/ Haute Savoie ansässigen Sopra Group (Umsatz am 30. Juni €1,217 Milliarden und 16.000 Mitarbeiter), übernimmt für €13m den Baden-Württembergischen Spezialisten für Hypotheken-, Privat- und Automobilbanken-Software und fasst so im Zuge der Internationalisierung Fuß in Deutschland. (14. Nov.) Mehr dazu (en français) in der [Sopra Group-Pressemitteilung](#)

**TDS AG übernimmt das IT-Carve-Out der EEW Energy from Waste** aus dem E.ON-Konzern. Dieses war durch eine neue Eigentümerstruktur von EEW notwendig geworden. Daran anschließend betreibt TDS für die kommenden fünf Jahre als Full-Scope-Outsourcing-Partner die gesamte IT von EEW für die 18 Standorte in ihren hochsicheren und zertifizierten Rechenzentren. Der Vertrag mit einem Volumen im zweistelligen Millionenbereich beinhaltet den Aufbau und Betrieb der IT-Infrastruktur, Einrichtung und Management spezifischer Applikationen sowie den Support für die EEW-Gruppe mit ihren über 1.300 Mitarbeitern. (18. Nov.) Mehr dazu in der [TDS-Pressemitteilung](#)

**Investor Advent International übernimmt Unit4**. Advent International bietet €38,75 pro Aktie der niederländischen Unit4 Software. Das Angebot bedeutet einen Aufschlag von 32,4 % auf den Preis der Aktie nach Börsenschluss am 11 Oktober 2013 und von 54,8 % auf den über die letzten 12 Monate gemittelten Preis der Aktie. Das bedeutet einen Transaktionswert von €1,279 Milliarden. Wesentliches Ziel der Transaktion sei, die SaaS-Transformation von Unit4 zu unterstützen. (18. Nov.) Mehr dazu in der [Unit4-Pressemitteilung](#)

**Apple bestätigt die Übernahme des 3-D Sensor-Startup PrimeSense**. Apple investiert in Bewegungssteuerung und hat die Firma PrimeSense gekauft, von der das Kinect-System für Microsofts Spielekonsole Xbox 360 stammt. Der Preis liegt bei rund \$360m (24. Nov.) Mehr dazu bei [AllThingD](#)

**Apple kauft Twitter-Analysefirma Topsy**. Apple hat Topsy gekauft, eine Firma, die Aktivitäten bei Twitter auswertet. Im Markt kursiert die Vermutung, dass der Deal fast \$200m wert sei. Mit Topsy kauft Apple vor allem Daten. Wie genau Topsy in das Apple-Angebot passt, ist vorerst unklar. (03. Dez.) Mehr dazu bei [stern.de](#)

---

# Zahlen

Wann wird Salesforce.com mal Geld verdienen?

**Actuate stagniert.** Im Q3/2013, das am 30. Sept. endete, stieg der Umsatz minimal von \$32,2m im Vorjahresquartal auf \$32,3m. Der Lizenz-Umsatz stieg von \$13,3m im Vorjahresquartal auf \$14,3m. Der Service-Umsatz fiel von \$18,9m auf \$18,0m. Der operative GAAP-Gewinn fiel von \$2,7m im Vorjahresquartal auf \$1,6m. Der GAAP-Nettogewinn stieg von \$107.000 oder \$0.00 pro Aktie im Vorjahresquartal auf \$1,2m oder \$0,02 pro Aktie. (05. Nov.) Mehr dazu in der [Actuate-Pressemitteilung](#)

**Intershop mit Umsatz- und Bruttomargenanstieg.** Im Q3/2013 wuchs der Umsatz um 8% auf 13,2m Euro. Auch die Bruttomarge verbesserte sich gegenüber dem Vorjahresquartal und kam auf 34% (Q3/2012: 31%). Das operative Ergebnis blieb jedoch mit -0,4m Euro leicht negativ (Q3 2012: -0,3m Euro). (06. Nov.) Mehr dazu in der [Intershop-Pressemitteilung](#)

**Salesforce.com: hohes Wachstum, aber mit GAAP-Verlust im Q3/2014.** Im fiskalen Q3/2014, das am 31. Oktober endete, stieg der Umsatz im Vergleich zum Vorjahresquartal um 36% auf \$1,08 Milliarden. Ein Teil dieses Anstiegs geht auf die Akquisition von ExactTarget zurück, die im Juli 2013 abgeschlossen wurde. Subskriptions- und Support-Umsätze stiegen ebenfalls im Vergleich zum Vorjahresquartal um 36% auf \$1,00 Milliarde. Professional Services und andere Umsätze stiegen um 50% auf \$72m. Trotz dieses beeindruckenden Wachstums berichtete man einen GAAP-Verlust von (\$0.21) pro Aktie, mit anderen Worten: Salesforce hat ein Gewinn-Problem. Wie lange noch schaut sich die Wall Street das an? Diesmal war sie noch milde, und es gab nach Börsenschluss nur einen Abschlag von \$2,77 auf den Aktienkurs. (18. Nov.) Mehr dazu in der [salesforce.com-Pressemitteilung](#)

**HP übertrifft im Q4/2013 die Erwartungen.** Im Q4/2013, das am 31. Oktober endete, machte HP einen Umsatz von \$29,1 Milliarden und damit 3% weniger als im Vorjahresquartal. Der Gewinn sank um 13% auf \$1,01 pro Aktie. Aber das war besser als erwartet (Umsatz \$27,91 Milliarden und einen Gewinn von \$1,00), so dass die Aktie nachbörslich stieg und Chefin Meg Whitman schon von einem Wendepunkt spricht. (26. Nov.) Mehr dazu in der [HP-Pressemitteilung](#)

**Sage Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr 2012/13 weiter auf Wachstumskurs.** Der weltweite Gesamtumsatz der Sage Gruppe belief sich im Geschäftsjahr 2012/13, das am 30. Sept. endete, auf 1.637,6m Euro und stieg organisch um 4%. Der weltweite organische Gewinn vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände (EBITA) stieg währungsbereinigt um 2% auf 447,2m Millionen Euro. Aufgrund des Verkaufs von zwei CRM-Produkten im Frühjahr 2013 sank der Gesamtumsatz in Deutschland leicht: Er fiel von 101,8m auf 101,1m Euro. (04. Dez.) Mehr dazu in der [Sage-Pressemitteilung](#)

**Splunk wächst im fiskalen Q3/2014, aber schreibt Verluste.** Im fiskalen Q3, das am 31. Oktober endete, stieg der Umsatz um 51% auf \$78,6m im Vergleich zum Vorjahresquartal und die Lizenzumsätze um 47% auf \$50,9m. Der

operative GAAP-Verlust betrug \$16,8m oder 21% des Umsatzes. (21. Nov.) Mehr dazu in der [Splunk-Pressemitteilung](#)

---

## Trends

### BI in der Wolke und Salesforce sucht nach neuen Strategien

**Business Intelligence in der Wolke fasst nur schwer Fuß in Europa.** Business Intelligence als Cloud-Lösung hat weltweit beeindruckende Wachstumsraten. Die Anzahl der Anbieter nimmt kontinuierlich zu. Als Ergebnis sei eine 30% jährliche Wachstumsrate im globalen Markt bis 2017 zu erwarten, sagt Gartner. Aber [Cloud Pro-Studien](#) zeigen, dass Europa hier anders tickt. "We know from conversations that we've had with enterprises that the use of cloud today is pretty focused and is mostly around applications, so the number of organizations doing any business intelligence where the BI software itself is running in the cloud, wherever the data is, is very, very small," sagt Tony Lock, Programm-Direktor bei Freeform Dynamics. Mehr zum Thema "Business Intelligence-Markt lesen Sie bei [InformationAge](#) und [Before IT's News](#)

**Salesforce gibt „Social“-Strategie auf.** War es erst gestern, als Salesforce-Chef Marc Benioff uns beibrachte, dass sich alles um das "social enterprise" drehe und dass man gefälligst diesem neuen Trend folgen müsse? Eloquent erzählte er uns vom "connected enterprise". Das Problem mit Benioffs Vision war aber, dass sie voll auf das Salesforce-Ökosystem fokussiert war und nicht nach rechts und links schaute. Chatter brachte nicht das, was Benioff sich erhofft hatte. "Social" schien dann doch nicht das magische Elixier zu sein, um ein Unternehmen an sich zu binden. Chatter war nur ein nettes, kleines Werkzeug im Salesforce-Ökosystem und nicht mehr. So lernte dann auch Salesforce, was viele Anbieter schon gelernt hatten: Social ist nicht das Zentrum, sondern ein Mittel zu einem Zweck. Eine reibungslose Kommunikation zu haben, produziert und kann viele positive Ergebnisse produzieren, aber nicht unbedingt zum Geschäftsergebnis eines Unternehmens wie Salesforce beitragen. Was gibt es also als neuen Slogan bei Salesforce? In diesem Jahr ist es das "Internet of Customers" (siehe [PC World](#)). Fühlt man sich dabei nicht wohl und geborgen? Ist es nicht schön, dass der altmodische Slogan "social enterprise" verschwindet? Nicht vergessen: Es ist vor allem Benioffs Party, und er wird mit jedem Slogan gehen, der ihm geeignet erscheint. Denn um endlich in die Gewinnzone zu kommen, muss er die Umsätze von Quartal zu Quartal enorm steigern (siehe dazu in diesem Newsletter den Abschnitt „Zahlen“ – Salesforce hat ein Gewinn-Problem). Und was kommt jetzt als nächstes in zwei Jahren, wenn auch der neue Slogan nicht hilft? Mehr dazu bei [ZDNet](#). Zu Social siehe auch den Abschnitt „Kurzmeldungen“ – Social hilft, wenn man es richtig angeht.

---

## Kurzmeldungen:

Neues zu Big Data, Social Business, Cloud, IT und dem Internet der Dinge

**Mobilisieren der C-Suite für Big-Data-Analytik.** Restriktionen bei der Fähigkeit zum Führen unterminieren viele Unternehmens-Initiativen. Neue Management-Strukturen, Rollen und Arbeitsteilungen können Teil einer Lösung sein.

Mehr dazu bei [McKinsey & Co.](#)

**Studie zeigt die Vorteile von Big Data.** Die Mehrzahl der Marketer stimmt zu: Big Data hilft. Es ist ein effektiver Weg, um bessere Einsichten in Kundenverhalten zu bekommen und steigert den Wert von Marketing-Kampagnen. Mehr dazu bei [Forbes](#)

**Big Data Analytik bei Thomson Reuters.** Prof Dr. Roberto Zicari führte dazu ein Interview mit Jochen L. Leidner, Lead Scientist des London R&D bei Thomson Reuters. Das lesen Sie im [ODBMS Industry Watch](#)

**Der Big Data Blues: Gefahren von Data Mining.** Big Data kann Big Business bedeuten, aber ein übereifriges Data Mining kann eine Marke ernsthaft beschädigen. Ist eine Big Data-Ethik genug, um die Sorgen der Kunden und Verbraucher zu zerstreuen? Mehr dazu bei [InfoWorld](#)

**Bei Big Data hört das Vertrauen auf.** Eine IBM-Studie zeigt, dass ein Mangel an Vertrauen unter den Unternehmensabteilungen ein Unternehmen daran hindert, den vollen Mehrwert aus analytischen Projekten zu schöpfen. Mehr dazu bei [InformationWeek](#)

**Big Data trifft Tablet-Rechner.** Big Data und Mobilität konvergieren und bieten Nomaden mittels mobiler Dashboards Zugriff auf Echtzeitdaten Mehr dazu bei [TechRepublic](#)

**Hadoop allein ist nicht ausreichend für Big Data, sagt Facebooks Analytik-Chef.** Unterschätzen Sie nicht den Wert relationaler Datenbank-Technologie. Mehr dazu bei [InfoWorld](#)

**5 Data Science Sünden.** Theatralisch gibt sich hier die [InformationWeek](#): „Data Scientist, vermeide diese fünf Big Data-Sünden – oder zahle mit Deiner unsterblichen Seele!“

**Big Data FAQ: das Signal vom Rauschen trennen.** Antworten auf die häufigsten Fragen zum Einfluss von Big Data auf kleine Unternehmen und Individuen, zur Rolle von Data Scientists und zur Bedeutung von menschlicher Intuition finden Sie bei [InformationWeek](#)

**Zehn Big Data-Fallstudien.** Gartner Analyst und Big Data-Spezialist Doug Laney hat wohl neulich einen Rekord aufgestellt. Er präsentierte 55 Beispiele von Big Data-Fallstudien in 55 Minuten. Sie haben nicht alles so richtig mitbekommen? Da hilft Nicole Laskowski, die 10 Fallstudien daraus aufgeschrieben hat. Die lesen Sie bei [SearchCIO](#)

**Stammdaten-Management trifft Big Data.** Die beiden bilden eigentlich ein prächtiges Paar, aber im Augenblick läuft die Beziehung noch nicht so ganz rund. Mehr dazu bei [SearchDataManagement](#)



**Wie man ein "social enterprise" baut.** Warum erschließen sich so wenige Unternehmen den vollen Wert von sozialen Technologien? Wenn man einigen wenigen Prinzipien folgt, können Unternehmensführer ein großes Potenzial sozialer Technologien einsetzen, um Mitarbeiter zu engagieren und Organisationen zu transformieren. Mehr dazu bei [McKinsey & Co.](#)

**Ergebnisse eines McKinsey Global Survey: Wie man den Wandel durch soziale Technologie organisiert.** Die Anwendung von sozialen Technologien im Unternehmen sieht McKinsey als „Mainstream“, obwohl die Geschwindigkeit der Verbreitung nachgelassen hat. Aber Unternehmen können immer noch Vorteile aus dem Potenzial solcher Werkzeuge ziehen und eine signifikante Wertschöpfung erzielen. Mehr dazu bei [McKinsey & Co.](#)

**Warum soziale Kollaboration im Unternehmen Geschäft bedeutet.** Neue Untersuchungen zeigen den konkreten Geschäftsnutzen, der mit sozialer Kollaboration erreicht werden kann. Mehr dazu bei [InformationWeek](#)

**Stammdatenmanagement aus der Cloud.** Unilever pflegt Stammdaten mit PRISMA und senkt so die Fehlerrate. Das von der Hamburger Systrion AG entwickelte Stammdatenmanagementsystem wird unter dem Namen synfoxx/p in der private cloud angeboten. Mehr dazu in der [Lebensmittelzeitung](#)

**DevOps kommt im Unternehmen an.** Eine neue [Befragung](#) unter 1.300 IT-Entscheidern durchgeführt von Vanson Bourne im Auftrag von CA Technologies zeigt, dass DevOps in größeren Unternehmen schon weiter vorgedrungen ist, als man gedacht hat. Mehr dazu bei [CIOInsight](#)

**Cisco CEO: Das Internet der Dinge wird die IT neu gestalten.** An das Internet angeschlossene Geräte treiben eine neue IT-Infrastruktur, die eine "Applikationswirtschaftlichkeit" unterstützen muss. Diese Herausforderung präsentierte Cisco CEO John Chambers auf der Interop. Mehr dazu bei [InformationWeek](#)

**Das Internet der Dinge wird sogar ihr Geschäftsmodell ändern.** Wartung und Service werden besonders betroffen sein. Das wird die Beziehung von Kunde und Anbieter neu gestalten. Mehr dazu bei [No Jitter](#)

---

## Und zum Schluss

Technische Spielereien

**Technische Spielereien: fünfmal daneben...oder: nicht jeder kann gewinnen.** Lesen Sie dazu den Beitrag in der [InformationWeek](#)

---

## Termine

Webcast:  Agile Unternehmen sind daten-getrieben

### **12. Dezember 11:00 Uhr, Webcast**

#### ***Agile Unternehmen sind daten-getrieben.***

Sie haben in Ihrem Unternehmen jede Menge Daten. Wie generieren Sie daraus echte Informationen? Und wie schaffen Sie es, diese zu Ihrem Vorteil einzusetzen und somit die nötige Agilität zu erreichen? In diesem kostenlosen Webinar beantworten wir diese Fragen und zeigen Ihnen praktische Schritte, die Sie sofort unternehmen können. Melden Sie sich [hier gleich](#) an.



---

## 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](http://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](mailto:info@wolfgang-martin-team.net)

Tous droits réservés. Alle Rechte vorbehalten. Copyright © 2013 S.A.R.L. Martin

Versand durch: HBI GmbH (PR-Agentur) [www.HBI.de](http://www.HBI.de)