



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

Big Data - [mehr](#) »

### Cubeware

Durchstarten mit Cubeware BI-Power! - [mehr](#) »

### EXASOL

StayFriends setzt auf Hochleistungsdatenbank von EXASOL - [mehr](#) »

### Neue Fachartikel

Information Governance und Big Data - [mehr](#) »

### Merger, Acquisitions & Insolvenzen

Digitalisierungsoffer: Kodak geht in die Insolvenz - [mehr](#) »

### Zahlen

Apple übertrifft alle Erwartungen, SAP stark und Google enttäuscht - [mehr](#) »

### Trends

Big Data-Pläne, dunkle Schatten und Marketing/IT-Kollaboration - [mehr](#) »

### Kurzmeldungen

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

### Und zum Schluss

Die Zukunft des Business ist pures Chaos - [mehr](#) »

### Termine

Termine - [mehr](#) »

## Editorial

### Big Data

Die „Big Data Herausforderung“: Immer mehr Nutzer wollen in nahezu Echtzeit die Daten aus der immer mehr ausufernden Datenflut und aus immer mehr und unterschiedlichsten Quellen analysieren.

Diese Big Data Herausforderung beschreibt recht gut, was Big Data ist und was es bedeutet:

- Extremes und anhaltendes Wachstum des Datenvolumens. Allein im Jahr 2011 hat die Menschheit 1,8 ZB neue Daten produziert. (1 Zetta Byte = 1 Milliarde Tera Bytes). Diese Daten sind zudem mehrheitlich unstrukturiert.
- Die Anzahl der Datenquellen nimmt ebenfalls massiv zu. Es sind nicht nur die Social Media, sondern auch maschinell erzeugte Daten wie die Lokalisierungsdaten aus dem mobilen Internet oder Messdaten aus intelligenten Ablesegeräten (Telephonie, Strom, Gas, Wasser, RFID etc.).
- Die in dieser extremen Menge von Daten verborgene Information und das darin verborgene Wissen wollen sich mehr und mehr Unternehmen und innerhalb der Unternehmen mehr und mehr Fachbereiche zu nutzen machen. Die Anzahl der Mitarbeiter, die Information brauchen und wollen steigt so rasant an.
- Information hat den größten Wert, wenn sie neu und aktuell ist. Denn Dinge in der digitalisierten Welt passieren jetzt und überall. Daher brauchen wir Information in Echtzeit, hier und jetzt.

Jeder dieser vier Trends an sich ist eine große Herausforderung an die Informationstechnologie. Jetzt gilt es aber diese vier Anforderungen gemeinsam zu meistern, sonst gibt es keine Antworten auf unsere Fragen und keine Erkenntnisse aus dem Big Data! Damit ist klar, dass die traditionellen Business Intelligence (BI)-Technologien zum Analysieren von Daten nicht mehr ausreichen, ja, man kann sogar sagen, teilweise obsolet geworden sind. Nicht mehr geeignet sind relationale Datenbanken, die am Datenvolumen scheitern. Nicht mehr geeignet sind traditionelle ETL-Prozesse zum Laden von Data Warehouses und Datamarts. Sie sind nicht nur zu langsam, sondern kommen auch mit der Vielfalt und Beschaffenheit der Quellen nicht klar. Nicht mehr geeignet sind traditionelle BI-Werkzeuge, die auch viel zu langsam sind, in der Regel nicht zur Analyse unstrukturierter Daten ausgelegt sind und bis zum Aufkommen von Tablets auch immer noch nicht die Benutzerfreundlichkeit hatten, um wirklich in den Fachabteilungen akzeptiert zu werden. Jetzt sind Innovationen auf allen Ebenen gefragt.

Denn der Nutzen, den Big Data bringen kann, liegt auf der Hand: Ein Hersteller von Konsumgütern will beispielsweise wissen, wie Konsumenten seine Marken und Produkte und/oder die seiner Mitbewerber in den einschlägigen Blogs diskutieren und bewerten. Oder eine Hotelkette interessiert sich nicht nur für das elektronische Feedback ihrer Gäste sondern besonders für die Bewertungen der Mitbewerber. Alles wird möglich, wenn all diese Daten zugreifbar und auswertbar werden. In der Verbindung mit den Unternehmensdaten erhält man so nicht nur eine 360°-Sicht auf den Kunden, wie immer im CRM gefordert, sondern sogar eine 360°-Sicht auf den gesamten Markt: Mitbewerber, Kunden der Mitbewerber, Presse, Marktmultiplikatoren etc. Denn im Big Data spiegelt sich ja der Markt mit allen Marktteilnehmern wieder.

Schauen wir uns jetzt kurz die wesentlichen Innovationen an, die die Big Data-Technologie ausmachen und so die traditionellen BI-Methoden, Werkzeuge und Technologien erweitern und fortsetzen.

**Textanalytik.** Textanalytik ist eine neue Klasse von Analytik, die linguistische Verfahren mit Suchmaschinen, Text Mining, Data Mining und Algorithmen des maschinellen Lernens verbindet. Mit Textanalytik lassen sich Daten aus dem Big Data systematisch auszuwerten, aber niemand spricht gerne darüber. Die „Killeranwendung“ aus heutiger Sicht sind Meinungsanalysen (sentiment analysis). Man will seinen Kunden aber nicht gerne sagen, dass man so inzwischen eine nahezu gläserne Transparenz geschaffen hat. Daher ist es hier besonders wichtig, alles konform mit den Datenschutzgesetzen zu halten.

**Agile Big Data-Extraktionswerkzeuge.** Solche Werkzeuge können Big Data-Quellen ohne vordefinierte Schnittstelle und ohne Programmierung visuell erschließen. Das ist ein wichtiger Vorteil, denn Schnittstellen im Big Data sind entweder in vielen Fällen nicht vorhanden, müssten also erst langwierig spezifiziert und programmiert

werden, oder sie leisten nicht das, was man gerade braucht. Schnittstellen schränken vielfach den Zugriff auf Daten ein. Daten sind so dem Zugriff entzogen. Hier geben beispielsweise browser-basierte Extraktionswerkzeuge Zugriff auf alle sichtbaren Daten und zwar sofort und auch in Echtzeit. Nicht nur Daten können so extrahiert werden, sondern jede Information aus Web-Applikationen. Solche agilen Extraktionswerkzeuge können auf jede Schicht von Web-Applikationen zugreifen und Information extrahieren. Ein weiterer Vorteil dabei: Diese browserbasierte, visuelle Schnittstelle ist für alle Quellen im Big Data immer die gleiche.

So beschafft man sich die notwendigen Web-Daten automatisiert und schnell. Dabei darf man allerdings gesetzliche Aspekte nicht vergessen. Selbst wenn Daten nicht geschützt und öffentlich sind, verstößt man unter Umständen bereits gegen die AGBs der Seiten, wenn man automatisch ausliest. Daten, die auf den Netzgemeinschaften als privat gekennzeichnet sind, darf man so natürlich unter keinen Umständen nutzen. Bei öffentlichen Daten ist ein opt-in den Kunden mehr als empfehlenswert. Diese gesetzlichen Auflagen muss jeder in seinem Unternehmen beachten.

**Analytische Datenbanken.** Herkömmliche relationale Datenbanken sind zum Managen und Analysieren großer Datenmengen nicht gut geeignet, da sie nicht zum schnellen Lesen entwickelt und gebaut wurden. Daher nutzen analytische Datenbanken alternative Methoden, die sich auch miteinander kombinieren lassen: Spalten-Orientierung, Kompressionsverfahren, In Memory-Verarbeitung, Appliances, Cluster-Verfahren und Parallelisierung, um die gängigsten zu nennen. Dazu kommen auch neue NoSQL-Ansätze zur Abfrage wie das von Google vorgeschlagene MapReduce.

Analytische Datenbanken sind so konzipiert, dass Tuningaufwände, die in konventionellen Systemen notwendig sind und Zeit und Ressourcen kosten, nahezu entfallen. Die Datenbanklösung legt Indizes automatisch an, analysiert und komprimiert die Daten selbständig und verteilt sie optimal über die Knoten. Intelligente Algorithmen fangen Server-Ausfälle auf und sorgen dafür, dass das System für Nutzer innerhalb weniger Sekunden ohne dessen Zutun wieder zur Verfügung steht.

Willkommen im Big Data!

Mit den besten Grüßen aus Annecy / Haute Savoie

Dr. Wolfgang Martin



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

---

# Cubeware

Durchstarten mit Cubeware BI-Power!



## Durchstarten mit Cubeware BI-Power!

Besuchen Sie Cubeware auf der CeBIT vom 6.-10. März 2012 - BARC BI-Forum, Halle 6 / Stand A16.

- Brandneu: Cubeware BI-App neben iPhone und iPad jetzt auch für Android verfügbar.
- Launch der neuen Generation des ETL- und Modellierungstools Cubeware Importer – eine neue Ära der BI-Datenintegration.
- Power-Frontend Cubeware Cockpit V6pro mit vielen neuen Funktionalitäten für Analyse, Planung, Reporting und Dashboarding, umfassenden Möglichkeiten für Self-Service-BI sowie für den Aufbau von Mobile BI-Lösungen.
- Täglich kostenfreie Messe-Seminare mit Previews, Präsentationen und Infos rund um Cubeware Neuigkeiten und Lösungen.
- Einfache und sichere Lösungen für Business Intelligence rund um SAP.

Termin vereinbaren, Seminar wählen, kostenfreies Ticket erhalten.

>> [Jetzt anmelden!](#)

---

# EXASOL

StayFriends setzt auf Hochleistungsdatenbank von EXASOL

**EXASolution beschleunigt Datenanalyse der Freunde-Community**

Die schnelle Expansion des Unternehmens, das damit einhergehende Datenwachstum und steigende Anforderungen an die BI-Lösungen ließen die Kapazität der bestehenden MySQL-Lösung an ihre Grenze stoßen. Die BI-Verantwortlichen von StayFriends suchten daher nach einer neuen Datenbanklösung mit deutlich höherer Performance bei geringem Administrationsaufwand. Nach einem detaillierten Auswahlverfahren und einer Teststellung im eigenen Rechenzentrum, fiel die Wahl auf EXASolution.

Die Data-Warehouse-Management-Lösung EXASolution optimiert in erster Linie die Leistungsfähigkeit der bestehenden Business-Intelligence(BI)-Lösung von StayFriends. Daten können nun in Echtzeit analysiert und ausgewertet werden, wodurch eine noch präzisere Kategorisierung der Portalbesucher möglich ist. Mit der Entscheidung für die Hochleistungsdatenbank von EXASOL sichert sich die StayFriends GmbH langfristig die Entscheidungsbasis, auf der sie ihr Produktportfolio weiter ausbauen und die einzelnen Serviceleistungen noch besser an ihre Zielgruppen anpassen kann.

Tauschen Sie die Erfahrungen mit unseren Anwender auf unserer [Roadshow](#) aus.

---

## Neue Fachartikel

Information Governance und Big Data

**Neues zum Download.** Auf meiner Webseite finden Sie nicht nur *White Paper* und *Research Notes*, sondern auch immer meine neuesten *KeyNotes* und Fachartikel (unter SPECIALS – Neu, rechts auf [www.wolfgang-martin-team.net](http://www.wolfgang-martin-team.net)), zum Beispiel zu „Information Governance und Compliance“ und „Big Data – vom Kundenwissen zum Marktwissen“.

---

## Merger, Acquisitions & Insolvenzen

Digitalisierungsoffer: Kodak geht in die Insolvenz

**SAP plant Übernahme von datango AG.** SAP AG will die Software sowie dazugehörige Vermögenswerte von datango AG erwerben. datango AG, mit Hauptsitz in Berlin, wurde 1999 gegründet und ist bereits langjähriger Partner von SAP. Die Software von datango AG unterstützt Unternehmen dabei, die Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter (Workforce Performance) zu verbessern. Mit dieser Akquisition will SAP die Marktführerschaft im Bereich Schulungssoftware ausbauen. (16. Jan.) Mehr dazu in der [SAP-Pressemittteilung](#)

**Opfer der Digitalisierung: Das Ende des Weltmarktführers Kodak.** Der Fotokonzern Kodak geht in die Insolvenz.

Das einst in der Fotobranche weltweit führende Unternehmen hatte die Zeichen der Zeit nicht erkannt. (19. Jan.)  
Lesen Sie einen Nachruf in [Spiegel Online](#)

**Comarch Group übernimmt A-MEA.** Die polnische Comarch Group (die vor einiger Zeit die Münchner SoftM übernommen hatte) übernimmt 100% der Anteile am Schweizer ERP-Anbieter A-MEA Informatik AG. Der bisherige Comarch-Partner mit Sitz in Arbon beschäftigt 20 Mitarbeiter, die alle übernommen werden, und hat ca. 50 Kunden. Der Größte darunter ist Victorinox. Durch diese Maßnahme baut Comarch seine Position als IT-Anbieter in der DACH-Region weiter aus. (30. Jan.) Mehr dazu in der [Comarch-Pressemitteilung](#)

**SDL kauft Alterian.** Die in Maidenhead ansässige SDL übernimmt die in Bristol basierte Alterian, einen Marketing-Analytik-Spezialisten mit Lösungen zum Social Media Monitoring und Kampagnenmanagement, für £69,7m in bar. (30. Jan.) Mehr dazu in der [Alterian-Pressemitteilung](#)

**IBM übernimmt Worklight.** Worklight ist ein nicht börsennotiertes israelisches Unternehmen, das auf Mobile-Software für Smartphones und Tablets spezialisiert ist. Finanzielle Details wurden nicht veröffentlicht. Die Übernahme wird voraussichtlich im Q1/2012 abgeschlossen sein. Worklight soll Teil der IBM Software-Group werden. (31. Jan.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

**PSI übernimmt die Schweizer Time-steps AG.** Damit verstärkt sich die PSI im Bereich Smart Grid und Smart Energy Markets. Time-steps ist ein Softwareunternehmen, das sich seit 1997 auf integrierte statistische und mathematische Lösungen für Energieversorger spezialisiert hat. Mit TS Energy verfügt Time-steps über ein umfassendes und ausgereiftes IT-System zur Bewertung, Risikoanalyse und Optimierung von Energieportfolios einschließlich komplexer Verträge, Optionen und Kraftwerke. Das System basiert auf stochastischer dynamischer Programmierung und kann im Vergleich zu klassischen Optionsbewertungen deutlich mehr Zukunftswissen verarbeiten. (06. Feb.) Mehr dazu in der [PSI-Pressemitteilung](#)

---

## Zahlen

Apple übertrifft alle Erwartungen, SAP stark und Google enttäuscht

**2011: Das Internet in Zahlen.** Wie viele E-Mail-Adressen gibt es, wie viele Web Server? All das und mehr finden Sie im [PingDom-Blog](#)

**SAS berichtet ein Rekordjahr 2011.** SAS sieht Big Data als Wachstumstreiber. In Deutschland steigerte der Anbieter von Business Analytics-Lösungen seinen Umsatz um 12% auf 128m Euro. Die weltweiten Umsätze des Unternehmens mit Hauptsitz im US-amerikanischen Cary sind ebenfalls um 12% auf insgesamt \$2,725 Milliarden angestiegen. Damit ist SAS seit seiner Gründung im Jahr 1976 ununterbrochen auf Wachstumskurs. SAS ist der

neuntgrößte Softwarehersteller weltweit und der größte in Privathand. 46% des weltweiten Umsatzes erwirtschaftete SAS in Nord- und Südamerika. Europa, der Nahe Osten und Afrika steuerten 42% bei, die asiatisch-pazifische Region 12%. (19. Jan.) Mehr dazu in der [SAS-Pressemitteilung](#)

**IBM wächst weiter.** Die klare Fokussierung auf Dienstleistungen und Software erweist sich als die richtige Strategie: IBM wächst weiter dank dieser beiden Sparten, die im Q4/2011 einen Großteil zum Gewinn von \$5,5 Milliarden beitrugen. Insgesamt wuchsen die Konzernerlöse nach Rückgängen in anderen Sparten aber nur um 1,6% auf \$29,5 Milliarden. Der Gewinn stieg dagegen um 4,4%. Die Aktie stieg nach Börsenschluss um 2,5%. Beim Umsatz wurden die Erwartungen der Analysten nicht erreicht, beim Ergebnis dafür übertroffen. (19. Jan.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#) und im [Aktiencheck](#)

**Google enttäuscht.** Google hat seinen Umsatz im Q4/2011 um mehr als 25% auf \$10,58 Mrd. gesteigert, die Erwartungen am Markt aber dennoch verfehlt. Die Aktie fiel nach Börsenschluss um nahezu 10%. Der Gewinn stieg auf \$2,71 Mrd. (\$2,54 Mrd. im Vorjahresquartal). Das Ergebnis unter den Erwartungen der Analysten erklärt Google unter anderem auf hohe Investitionen in Rechenzentren und andere Infrastruktur. Es gab auch neue Zahlen für Google+: 90 Millionen Teilnehmer sind bei dem Dienst registriert. Außerdem seien 250 Millionen Android-Geräte registriert. (19. Jan.) Mehr dazu in der [Google-Pressemitteilung](#) und bei der [FAZ](#)

**Microsoft spricht von stabilen Quartalszahlen.** Trotz schleppendem Absatz im PC-Verkauf stieg der Umsatz im Q2/2012 um 5% auf \$20,9 Milliarden. Der Gewinn blieb aufgrund höherer Entwicklungskosten stabil mit \$6,6 Milliarden. Die Nachfrage nach Windows 7 ist zwar im Q2 gesunken, doch konnte man noch recht gute Zahlen vorweisen. Dazu trug das Weihnachtsgeschäft bei: Es war das stärkste in der Geschichte Microsofts. Vor allem der Verkauf der Spielekonsole Xbox 360 mit der Gestensteuerung Kinect fand viele Abnehmer. Der Aktienkurs stieg nachbörslich um 3%. Auch Office und Server-Software lief gut. (20. Jan.) Mehr dazu in der [Microsoft-Pressemitteilung](#) und bei [Spiegel Online](#)

**Cegid 2011: SaaS mit 25 % Wachstum.** Der Umsatz 2011 des französischen ERP-Anbieters stieg um 5,7% auf 263,9m €. Dabei stieg der rekurrente Umsatz um 7,1m € auf 131,6m € und repräsentiert ähnlich wie im Vorjahr rund 50% des Gesamtumsatzes. Das SaaS-Angebot wächst stark (+ 25 %) und bestätigt so die eingeschlagene Strategie. Die abgeschlossenen und bis 2017 fakturierbaren SaaS-Verträge repräsentierten am 1. Jan. 2012 einen Wert von rund 32m € (gegenüber 21m € am 1. Jan. 2011, ein Plus von 53 %). Während der Lizenzumsatz um 4% gegenüber dem Vorjahr auf 39m € leicht gesunken ist, ist der Umsatz Lizenzen plus SaaS um 4% gestiegen. Der internationale Bereich wuchs um 8%. Hier konzentriert sich Cegid auf sein Angebot für den Handel. (20. Jan.) Mehr dazu (en français) bei [ERP-Infos](#)

**Software AG mit stabilem Ergebnis.** Die Software AG erzielte im Geschäftsjahr 2011 einen Umsatz von 1,1 Milliarden Euro stabil auf dem Rekordniveau des Geschäftsjahrs 2010. Der Geschäftsbereich Business Process Excellence (BPE) erwirtschaftete einen Umsatz in Höhe von 528m Euro, was einen währungsbereinigten Anstieg von 7% gegenüber dem Vorjahr bedeutet (Vj.: 499m Euro). Die EBIT-Marge des Konzerns wuchs um 50 Basispunkte auf 24,5%, was einem EBIT von 269m Euro entspricht (Vj.: 269m Euro). Der Gewinn nach Steuern lag mit 177m Euro leicht über dem Vorjahr (Vj.: 176m Euro). Zum 31. Dezember 2011 waren 5.535 Mitarbeiter (Vj.: 5.644 Mitarbeiter) bei der Software AG beschäftigt, davon 1.881 in Deutschland (Vj.: 2.051). (24. Jan.) Mehr dazu in der [Software AG-Pressemitteilung](#)

**Apple übertrifft alle Erwartungen.** Im Q1/2012, das am 31. Dez. 2011 endete, wurden rund 37 Millionen iPhones verkauft, ein mehr von rund 20 Millionen Geräten als im Vorjahresquartal. Dazu kamen noch mehr als 15 Millionen verkaufte iPads, doppelt so viele wie im Vorjahreszeitraum. Damit übertraf Apple die Erwartungen sehr deutlich. Der Umsatz stieg um 73% auf \$46,33 Milliarden. Die Analysten hatten nur mit \$39 Milliarden gerechnet. Der Gewinn je Aktie stieg auf \$13,87, ebenfalls deutlich über den Markterwartungen von durchschnittlich \$10,16. Der Gewinn verdoppelte sich im Vergleich zum Vorjahresquartal auf rund \$13,1 Milliarden. Das ist auch mehr als doppelt so viel, wie Microsoft verdiente (siehe oben). Die Börsen reagierten entsprechend positiv: Nach Börsenschluss stieg die Apple-Aktie um rund 8%. (24. Jan.) Mehr dazu in der [Apple-Pressemitteilung](#), bei [Spiegel Online](#) und nochmal bei [Spiegel Online](#)

**SAP erzielt beste Ergebnisse in der Unternehmensgeschichte.** Ein Rekordergebnis erzielte man beim Softwareumsatz: Die Softwareerlöse stiegen im Gesamtjahr 2011 um 22% auf 3,97 Mrd. € (währungsbereinigt 25 %). Das Ertragsziel wurde übertroffen: Im Gesamtjahr 2011 lag das Betriebsergebnis (Non-IFRS) bei 4,71 Mrd. € (4,78 Mrd. € währungsbereinigt). Dies führte zu einem Anstieg der operativen Marge (Non-IFRS) währungsbereinigt um 1,1 Prozentpunkte auf 33,1%. Das Ergebnis je Aktie (Non-IFRS) für das Gesamtjahr 2011 stieg um 23%. Und schließlich erreichte die SAP einen starken Umsatzbeitrag aus Innovationen: 270m € machte man mit SAP HANA und mobilen Lösungen. (25. Jan.) Mehr dazu in der [SAP-Pressemitteilung](#)

**Talend breitet sich aus.** Der französische OpenSource-Anbieter von Datenintegration-Lösungen konnte 2011 ein Wachstum von 103% gegenüber dem Vorjahr erzielen. Das bestätigt die Durchdringung von Open-Source-Integration in Unternehmen jeder Größenordnung, vom größten Konzern bis zum Mittelstand. In den vergangenen zwölf Monaten erhöhte Talend die Zahl seiner zahlenden Kunden auf 3.500 Unternehmen weltweit, gegenüber 2.000 am Anfang des Jahres 2011. Die Zahl der Downloads seiner Open-Source-Produkte erreichte die Marke von 20 Millionen, bei mehr als 950.000 Anwendern. (30. Jan.) Mehr dazu in der [Talend-Pressemitteilung](#)

**MicroStrategy mit Rekordumsatz.** Die Umsatzerlöse im Q4/2011 beliefen sich auf \$160,3m. Im Vergleich zum Vorjahresquartal (\$139,1m) legten die Umsatzerlöse damit um 15% zu und erreichten den bisher höchsten Quartalswert der Unternehmensgeschichte. Die Erlöse aus Produktlizenzen betragen im Q4/2011 \$54,5m, was zum Vorjahresquartal (\$47,7m) eine Steigerung um 14% bedeutet. Mit Produktsupport und sonstigen Dienstleistungen im Kerngeschäft Business Intelligence (BI) erwirtschaftete MicroStrategy im Q4/2011 \$99,5m und erzielte damit gegenüber dem Vorjahresquartal (\$85,8m) eine Steigerung von 16%. Die betrieblichen Aufwendungen für das Q4/2011 beliefen sich auf \$113,7m gegenüber \$87,4m im Vorjahresquartal und lagen damit um 30% höher. Diese Steigerung war vorwiegend auf Neueinstellungen und die damit verbundenen Personalkosten zurückzuführen, insbesondere für Mitarbeiter aus Entwicklung und Vertrieb. Der Nettoertrag im Q4/2011 betrug \$9,0m oder \$0,81 je Aktie auf verwässerter Basis, verglichen mit \$17,9m oder \$1,60 je Aktie auf verwässerter Basis für das Vorjahresquartal. (03. Feb.) Mehr dazu in der [MicroStrategy-Pressemitteilung](#)

**Informatica sonnt sich.** Informatica berichtet Rekordzahlen im Q4/2011: Steigerung des Umsatzes auf \$227.1m, ein Plus von 15% zum Vorjahresquartal, Steigerung des Jahresumsatzes auf \$783.8m, ein Plus von 21%, Steigerung des Q4-Lizenzumsatzes auf \$112.1m, ein Plus von 12%, und eine Steigerung des Jahres-Lizenzumsatzes auf \$353.7m, ein Plus von 20%. Allerdings ist das Jahresergebnis besser als das Quartalsergebnis. Da schauen wir mal, wie es weitergeht. (26. Jan.) Mehr dazu in der [Informatica-Pressemitteilung](#)



---

## Trends

### Big Data-Pläne, dunkle Schatten und Marketing/IT-Kollaboration

**Big Data braucht mehr als nur einen Plan.** Big Data hat viele Definitionen. Steve Duplessie versucht es einfach zu halten. Er bezeichnet jede Datei, deren Management die Grenzen und Möglichkeiten der konventionellen IT überschreitet, bereits als Big Data. Daraus folgt, Big Data hat nicht nur etwas mit Analytik zu tun, sondern bedeutet mehr. Das bedeutet wieder, dass eine Roadmap, um Big Data zu meistern, nicht ausreichend ist. Effektive Strategien für Big Data berücksichtigen nicht nur das Datenvolumen, sondern auch Unterschiedlichkeit und Komplexität der Quellen und Inhalte sowie die Geschwindigkeit. Daher sind viele Technologien, die sich im Big Data zu positionieren versuchen, allein nicht ausreichend, um Big Data als Ganzes zu managen. In der Tat, es müssen im Datenmanagement fundamentale Änderungen vorgenommen werden. Mehr dazu in Steve Duplessie's Artikel in der [InformationWeek](#)

**2012: Drei dunkle Schatten in der Cloud erwartet.** Wir können davon ausgehen, dass Cloud Computing auch in 2012 weiterhin stark wachsen wird. Aber Cloud Computing wird immer noch relativ weit entfernt von „reif“ sein. David Linthicum erwartet insbesondere drei Domänen, in denen die Cloud zu wünschen lassen wird. Domäne Nummer 1 – keine Überraschung – ist die Sicherheit. Das gilt durchweg für alle Cloud-Anbieter: Es mangelt an Verstehen der Handhabung der Komplexität und der Kosten für Sicherheit, was in starkem Gegensatz zu den Marketingaussagen steht. Was die Sache noch schlimmer macht, ist der Druck der Kunden, die nach mehr Business-Funktionalität fragen. Das führt zu einer Vernachlässigung der Sicherheitsaspekte seitens der Anbieter. Migrationskosten machen die zweite Domäne aus. Es sei alles billig und einfach, so die Anbieter. Das aber ist nicht der Fall. In der Konsequenz unterschätzen die Kunden diese Migrationskosten, überschreiten ihre Budgets und laufen ins Risiko des Scheiterns des Projektes. "As a result, the business may give up prematurely and waste the investment, IT and/or the vendor may cut corners to rein in the expenses at the price of bigger problems later, and so on," so David Linthicum. Dritte kritische Domäne ist die Performance. Trotz der beiden genannten kritischen Einflussfaktoren wird dennoch die Benutzerzahl steigen und steigen. Das hat dann irgendwann einen deutlich negativen Einfluss auf die Performanz. Der Grund: Die Anbieter wollen die Preise niedrig halten, daher immer mehr Kunden auf ihre Infrastruktur ziehen, aber investieren nicht ausreichend und rechtzeitig in die eigene Infrastruktur. Mehr dazu im Beitrag von David Linthicum in der [InfoWorld](#)

**Wie IT und Marketing zusammen finden können.** Marketing hängt mehr und mehr von der IT ab. Das bedeutet, dass CIOs und CMOs zusammenarbeiten müssen. Das betrifft nicht nur das erfolgreiche Abschließen von Projekten, sondern auch das Datenmanagement und das Vermeiden von Risiko. Beide Unternehmensbereiche müssen jetzt die Verantwortung für Ziele und Ergebnisse ihrer Initiativen gemeinsam übernehmen. Die Vorliebe von Marketing neue, aufkommende Technologien einzusetzen, birgt neue Risiken. So bedeutet Präsenz in sozialen Medien mehr Komplexität im Risikomanagement und in den Compliance-Verpflichtungen. Da helfen einige gar nicht so komplexe Maßnahmen wie Passwortschutz für verschiedene Social Media-Kanäle, designierte Administratoren zur Kontrolle und Steuerung sowie in den Workflow der Prozesse eingebaute Genehmigungsschritte, die automatisch greifen. Marketing braucht dann definitiv die Hilfe der IT beim Datenmanagement, wenn es um Big Data aus den sozialen Medien geht. Dabei hat die IT die Aufgabe, für die Sicherheit dieser Daten zu sorgen. Das ist nicht wirklich kompliziert, aber Michael Scisson ist da nicht zu optimistisch: "Despite these simple topics to consider, relatively few companies are well positioned yet to develop strong IT and marketing partnerships," schreibt er. Mehr dazu in

seinem Beitrag in [Fast Company](#)

---

## Kurzmeldungen

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

**Cindi Howson's BI-Trends 2012:** in-memory, data viz, collaborative BI, mobile, cloud, big data...und noch ein Blick zurück auf 2011. Das finden Sie in Cindi's Blog auf [BIScorecard](#)

**Big in 2012?** Big Data war 2011 eins der Top-Buzz-Worte in der IT. Wer aber braucht Big Data wirklich? Einige kritische Anmerkungen zum Big Data-Hype finden Sie bei [InformationAge](#)

**Sentiment Analysis braucht mehr als nur Textanalytik.** Stimmungen drücken sich nicht nur in Textbeiträgen aus. Mehr dazu in einem Beitrag von Seth Grimes auf [All Analytics](#)

**Daten-Management wird zur wichtigsten IT-Aufgabe.** Das zeigen neueste Marktstudien und Untersuchungen. Einer der Treiber dahinter: Big Data. Mehr dazu bei [InformationAge](#)

**Die Revolution geht weiter.** Trotz der Tatsache, dass Social Media nun schon ein paar Jahre alt sind, hören sie nicht auf, Technologien und organisatorische Hierarchien herauszufordern und teilweise fundamental zu ändern. Mehr dazu bei [InformationAge](#)

**Gartner: Ranking der CIO-Prioritäten – Der Social Media-Hype ist vorbei.** Die IT-Budgets sinken in Deutschland drastisch, während sie in Frankreich steigen. Social Media und Verbesserung von Geschäftsprozessen spielen kaum noch eine Rolle. BI und Mobile IT liegen vorn. Mehr dazu bei [CIO](#)

**Gegensatz zu Gartner: AIMM sieht bessere Kommunikation durch Social Media.** Eine solche Verbesserung der Kommunikation insbesondere von Vertrieb und Marketing wird durch keinen geringeren als Andrew McAfee, einem der Väter des Begriffes „Enterprise 2.0“, in einer Studie am MIT belegt. Hier finden Sie die White Paper mit den [Ergebnissen](#)

**10 Wege IT als Business zu betreiben.** Robert E. Kress, COO der IT-Organisation von Accenture, beschreibt in seinem Buch “Running IT Like a Business (IT Governance Publishing)”, wie man die Wertschöpfung durch IT steigern kann. Mehr dazu in [Baseline](#)

**Der IT/Business-Kulturunterschied und seine Konsequenzen aufs Unternehmen.** Die sind schon oft und immer wieder diskutiert worden, aber im Beitrag von Bob Lewis auf [InfoWorld](#) gibt es ein paar interessante neue Gedanken und Tipps.

---

## Und zum Schluss

Die Zukunft des Business ist pures Chaos

„**Generation Flux**“, eine neue Generation von **Geschäftsleuten**. Das „New Normal“ erfordert auch neue Leute mit neuem Verhalten im Business. Das lesen Sie auf [Fast Company](#)

---

## Termine

Termine

**Bitte notieren: 7. Forum Stammdatenmanagement**, Wiesbaden, 25./26. April 2012

---

## 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 © 2012 S.A.R.L. Martin

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