



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

Blick in den Software-Markt 2012: Die 5 Großen und ihre Aussichten - [mehr](#) »

Mindjet überzeugt mit neuen Lösungen

MindMapping als Kernstück von Teams und Projekten - [mehr](#) »

Merger & Acquisitions

Top 10 M&As 2011 und IBM auf Shopping-Tour - [mehr](#) »

Zahlen

Adobe und Infor überzeugen, Oracle enttäuscht - [mehr](#) »

Trends

Starbucks: "mehr als Kaffee" und IT-Alignment - [mehr](#) »

Kurzmeldungen

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

Und zum Schluss...

Süchtig nach Smartphones und falsche Facebook-Freunde - [mehr](#) »

Editorial

Blick in den Software-Markt 2012: Die 5 Großen und ihre Aussichten

Zum Jahresbeginn ist ein Blick nach vorne angesagt. Was tut sich bei den 5 Großen im Software-Markt? Dazu habe ich jeweils ein kurzes Statement aufgestellt, das die Stärken und Schwächen zusammenfasst. Sie sind anderer Meinung? Ausgezeichnet, dann schreiben Sie mir bitte (wolfgang.martin@wolfgang-martin-team.net)!

HP. Der Größte unter den Fünfen ist auch ein großes Sorgenkind. Man hat endgültig die Strategie verloren. Eine Reihe von unglücklich agierenden CEOs hat HP und seinen guten Produkten und Technologien viel Geld gekostet. Von Carlv Fiorina über Mark Hurd zu Leo Apotheker zieht sich die Strategie-Schwäche und teilweise

sogar Orientierungslosigkeit von HP wie ein roter Faden durch. Meg Whitman darf nun die Trümmer aufräumen. Der Markt hat da aber Bedenken, denn das Verdienst von Meg Whitman ist es bisher, den größten Flohmarkt der Welt (eBay) erfolgreich geleitet zu haben, aber im B2B-Geschäft in der IT hat sie bisher noch keine Erfahrungen sammeln können. Sie muss die HP-Strategie-Schwäche jetzt angehen und wieder eine klare Roadmap entwickeln und kommunizieren. Wenn das nicht innerhalb (sehr) weniger Monate gelingt, könnte HP in einigen Marktsegmenten deutlich Marktanteile verlieren.

IBM. IBM steht unter vollem Dampf, die Zahlen stimmen, die Aussichten sind gut und das Technologie-, Produkt- und Serviceangebot ausgewogen, spricht Krisen resistent. Virginia Rometty, die neue Frau an der Spitze von IBM ist eine erfahrene Vertriebsfrau, die unserer Einschätzung nach den Kurs gekonnt weiterfahren wird. Zudem ist die IBM in den aktuellen Hype-Themen Business Intelligence, Cloud Computing, social und kollaborative Werkzeuge besonders gut aufgestellt. In diesen Bereichen verfolgt IBM auch eine erfolgreiche Akquisitions-Strategie, die durchaus zur Stärkung der Position der IBM beiträgt.

Microsoft. Aus dem einstigen Glanzlicht der IT und Vorzeigeunternehmen Microsoft ist inzwischen ein gejagtes Unternehmen geworden, das fast nur noch reagieren kann. Die Macher wie Apple und Google bestimmen wie es in der Mobilität weitergeht, da steht Microsoft schon länger auf der Verliererstraße. Apple und Google graben auch dem Kernprodukt Windows mehr und mehr das Wasser ab. Die Tage des PCs scheinen gezählt zu sein. Auch wenn der PC als Gerät überleben sollte, dann nur noch als ein Gerät unter vielen mit deutlich kleinerem Marktanteil. Auch im Privatkundenbereich ist Microsoft längst nicht mehr unangefochten. Es bleibt der Businessbereich, der gut läuft und auch gute Aussichten hat. In Sachen Cloud ist man wie auch im Business-Bereich aber nur noch einer unter vielen. Die Markt- und Meinungsführerschaft ist gebrochen. Nach meiner Einschätzung wird Microsoft definitiv überleben, aber in einigen Jahren in die zweite Liga absteigen.

Oracle. Man schrieb bisher sehr gute Zahlen bei Oracle. Das Unternehmen strotzt aktuell vor Kraft. Wird das aber so bleiben? Die Probleme: Der Chef Larry Ellison ist und bleibt Datenbank verliebt. Aber hier ändert sich gerade die Welt dramatisch. Analytische Datenbanken mit In-Memory-Technologien und noSQL-Methoden sind auf dem Vormarsch. Oracle will hier definitiv mitmischen, aber die Marktführerschaft geht nicht automatisch an Oracle. Mit der Exadata-Maschine, die nicht nur die Analytik beherrscht, sondern auch die Transaktionswelt, hat Oracle zwar eine gute Ausgangsposition, aber andere wie die SAP machen da große Fortschritte. Ein Szenario, in dem die SAP in den nächsten zwei/drei Jahren Oracle große Marktanteile im SAP-Markt für Datenbanken abnehmen könnte, ist durchaus realistisch. Im Wachstumsmarkt der Business Intelligence verliert Oracle Marktanteile, und Oracle hat auch den Cloud-Zug verpasst: Man ist erst auf der Oracle World 2011 aufgesprungen. Hier steht Oracle erst einmal in der zweiten Reihe und muss sehr viel tun, um aufzuholen. Im Hardware-Geschäft ist Oracle isoliert und verliert auch hier Marktanteile. Das zu ändern, wird sehr schwer fallen.

SAP. SAP hat sich auf der SAPPHIRENOW in Madrid im November 2011 erst einmal neu erfunden, wirkt absolut innovativ und frisch und geht mit viel Schwung und absolut treuen und sogar begeisterten Kunden in das kommende Jahr. Man legt bei SAP großen Wert auf die nicht-disruptive und innovative Weiterentwicklung des „Core“. Das sind Worte, die Kunden gerne hören und die Kundenbindung erhöhen. Im Cloud Computing hat die SAP die Chance, sich zu etablieren (SaaS und PaaS), da die Strategie stimmt und die Lösungen inzwischen gereift sind. Mit der Akquisition von SuccessFactors Ende letzten Jahres hat man zudem viel Cloud-KnowHow eingekauft. Sehr hilfreich kann hier auch die neue Partnerschaft mit Google sein. In der Mobilität ist man auch mit der in 2010 eingekauften Plattform von Sybase vorne mit dabei. Beim Thema HANA macht man viel Lärm (warum auch nicht, das haben andere auch immer gemacht), aber die Technologie ist dabei reif zu werden. Das schafft

gute Aussichten für die Zukunft. Noch wichtiger, bei HANA stimmt die Strategie und die Roadmap. In Richtung Transaktionsorientierung zu gehen ist mehr als folgerichtig. Noch wichtiger aber ist es, HANA in der Infrastruktur einzusetzen und diese dann konsequent zu vereinfachen. Mit HANA in der Infrastruktur kann die SAP technologisch gesehen einen riesen Sprung in der Architektur nach vorne machen.

In diesem Sinne: auf ein erfolgreiches Neues Jahr 2012,

mit den besten Grüßen aus Annecy / Haute Savoie

Dr. Wolfgang Martin



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

Mindjet überzeugt mit neuen Lösungen

MindMapping als Kernstück von Teams und Projekten



Durch die Markteinführung unterschiedlicher Produkte und Applikationen bietet Mindjet ab sofort **Collaborative Work Management** Lösungen, die das gleichzeitige Bearbeiten von Maps und Dokumenten - unabhängig vom Endgerät – ermöglichen. Erstmals bietet der Marktführer im MindMapping-Software Markt sogar eine kostenlose Version seiner Lösung an – Mindjet Connect Free. Mit diesem Service kann der Anwender die wichtigsten MindManager Funktionen kostenlos nutzen und bis zu zwei Maps mit einer unbegrenzten Anzahl von Personen gleichzeitig bearbeiten. Ebenfalls kostenfrei können Interessierte die MindManager Apps für iPhone und iPad in AppStore herunterladen. Kernstück ist nach wie vor die Visualisierung von Informationen für Teams und Projekte. Alle Informationen finden sie unter www.mindjet.de

Merger & Acquisitions

Top 10 M&As 2011 und IBM auf Shopping-Tour

Die Top 10 M&As 2011 in IT. Bob Prestons Hitliste finden Sie in der [InformationWeek](#)

SuccessFactors übernimmt Job2Web. Die gerade angekündigte Übernahme von SuccessFactors durch SAP hält SuccessFactors nicht davon ab, selbst noch einmal zuzuschlagen: Mit Job2Web kauft man sich eine Cloud-basierte Rekrutierungs-Marketing-Plattform. (06. Dez.) Mehr dazu in der [SuccessFactors-Pressemitteilung](#)

IBM übernimmt DemandTec. Mit dieser Akquisition erweitert und verstärkt IBM seine Cloud-basierte Analytik von „Smarter Commerce“. Die Analytik von DemandTec erlaubt Preisoptimierung und Produkt-Mix-Optimierung in Hinblick auf Kunden-Kaufrends. In dieser Bar-Transaktion zahlt IBM \$13.20/Aktie oder umgerechnet rund \$440m. (08. Dez.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

Itelligence AG übernimmt Planorg Industry. Der IT-Dienstleister Itelligence übernimmt zum 1. Januar 2012 den Geschäftsbereich Planorg Industry des SAP-Partners Planorg in Jena. Die Mitarbeiter des ehemaligen Geschäftsbereichs Planorg Industry werden in die Neugründung übernommen. Mittelfristig sind nach Unternehmensangaben der Ausbau des Standorts Jena sowie Neueinstellungen geplant. So will Itelligence mit der Übernahme seine Präsenz in den neuen Bundesländern stärken, insbesondere am wachstumsorientierten High-Tech-Standort Jena. Planorg konzentriert sich nach der Ausgliederung auf den Geschäftsbereich Planorg Health Care. (09. Dez.) Mehr dazu in der [Itelligence-Pressemitteilung](#)

IBM übernimmt Emptoris. Auch diese Akquisition dient der Verstärkung der „Smarter Commerce“ Initiative. Emptoris ist ein Anbieter von cloud und on-premise Analytik, die Einkaufs- und Supply Chain Aufgaben intelligent machen. Dazu gehören Ausgaben-, Lieferanten- und Vertrags-Management. Emptoris, gegründet 1999 und ansässig in Burlington, Mass., hat Büros in den USA, UK, Frankreich, Deutschland, Australien, Indien, Brasilien und China, hat 350 Kunden in 75 Ländern und 725+ Mitarbeiter. (15. Dez.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

Salesforce.com kauft Rypple. Salesforce.com übernimmt das kanadische Start-up Rypple, einen Anbieter von Software für Human Capital Management (HCM). Die soll künftig unter dem Label „Successforce“ bereitgestellt werden. Klingt für mich alles sehr ähnlich den von der SAP eingekauften SuccessFactors. Zugleich schafft Salesforce den neuen Bereich HCM, der von John Wookey, einem früheren Oracle- und SAP-Manager geleitet wird. Funktionen von Rypple sollen auch in die Kernprodukte von salesforce integriert werden. (15. Dez.) Mehr dazu in der [salesforce.com-Pressemitteilung](#)

Telligent kauft Leverage Software. Telligent, Anbieter von Unternehmens-Social Community Software,

übernimmt die in San Francisco ansässige Leverage Software, einen Anbieter von Enterprise Social Networking, und bekommt damit eine cloud-basierte Technologie. (19. Dez.) Mehr dazu in der [Telligent-Pressemitteilung](#)

AT&T sagt Übernahme von T-Mobile USA ab. Die am 20. März angekündigte Übernahme (siehe Newsletter 69 vom April 2011) ist wegen Wettbewerbsbedenken abgeblasen. Die Deutsche Telekom kassiert dafür von AT&T eine Vertragsstrafe in Milliardenhöhe. (20. Dez.) Mehr dazu bei [stern.de](#)

IBM übernimmt Green Hat. Das 1996 gegründete Unternehmen ist auf Software-Qualitätssicherung und -Testing aus der Cloud spezialisiert. Es hat seinen Hauptsitz in London (UK) und Wilmington (Delaware, USA). Finanzielle Details wurden nicht bekanntgegeben. (04. Jan.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

SOA People kauft Perfect for People. Mit dieser Akquisition kauft sich der belgische SAP-Partner, der bisher auch in Frankreich und Luxemburg präsent war, in den Niederländischen Markt ein. (05. Jan.) Mehr dazu (en français) bei [ERP-Infos](#)

Zahlen

Adobe und Infor überzeugen, Oracle enttäuscht

Adobe Systems übertreffen die Erwartungen. Im Q4 des Geschäftsjahres 2010/11 konnte Adobe einen unerwarteten Umsatz- und Gewinnanstieg berichten. Auch der Ausblick ist überzeugend. Der Umsatz stieg auf \$1,15 Mrd. nach \$1 Mrd. im Vorjahresquartal. Der Nettogewinn betrug \$173,7m (\$0,35 pro Aktie) gegenüber \$268,9m (\$0,53 pro Aktie) im Vorjahresquartal, aber der um Einmaleffekte bereinigte Gewinn belief sich auf \$0,67 pro Aktie. Die Erwartungen lagen bei \$0,60 sowie einem Umsatz von \$1,09 Mrd. Für das Gesamtjahr 2011/12 prognostiziert Adobe Systems ein Umsatzwachstum um 4% bis 6%. Da stieg denn auch gleich der Aktienkurs um 2,42%. (15. Dez.) Mehr dazu in der [Adobe-Pressemitteilung](#)

Oracle enttäuscht im Q2/2012: Erwartungen der Analysten nicht erfüllt. Der Umsatz stieg um 2% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf \$8,8 Milliarden, erwartet wurden aber \$9,2 Milliarden. Ohne Abschreibungen hätte der Gewinn bei \$0,54 je Aktie gelegen, erwartet wurden dagegen \$0,57. Der Umsatz mit Neu-Lizenzen stieg um magere 2%. Hier hatten die Analysten sogar ein zweistelliges Wachstum erwartet. Die Oracle-Aktien fielen nach dem Bekanntwerden der Quartalszahlen um 8%. (20. Dez.) Mehr dazu in der [Augsburger Allgemeinen](#) und in der [Oracle-Pressemitteilung](#)

Infor wächst organisch. Infor verzeichnete in den vergangenen zwölf Monaten von Dezember 2010 bis

November 2011 ein organisches Lizenzwachstum von 17%. Im Q2/2012, das im November 2011 endete, erreichte das Unternehmen 16% Lizenzzuwachs. Dabei stiegen die Margen nach EBITDA um 27%. Zudem verbuchte Infor Neukundengewinne und eine steigende Zahl an Supportverträgen. Ebenso positiv entwickelte sich für Infor das Kerngeschäft mit ERP-Lösungen. Das vergangene Quartal wies ein Wachstum von 25% gegenüber dem Vorjahresquartal aus. Infor führt diesen Geschäftserfolg auf den Unternehmensumbau zurück, den das neue Management mit Investitionen in seine branchenspezifischen Lösungen vorangetrieben hat. (03. Jan.) Mehr dazu in der [Infor-Pressemitteilung](#)

Trends

Starbucks: ☐ mehr als Kaffee☐ und IT-Alignment

Starbucks setzt auf Innovation durch Technologie. Seit Stephen Gillett CIO bei Starbucks ist, geht der Einsatz von neuen Technologien zügig voran. Die Infrastruktur wurde verbessert sowie ein neues Point-of-Sale-System und ein neues CRM-System eingeführt. Für die Einführung eines mobilen Bezahl-Systems mittels Smartphones wurde Stephen Gillett zudem von InformationWeek mit dem „Chief of the Year for 2011“ ausgezeichnet. Das Starbucks-Programm umfasst in die folgenden Projekte:

- Mobiles Bezahlen. Starbucks-Kunden können eine Smartphone App nutzen, die mit der Starbucks-Kundenkarte verbunden ist, um in den Starbucks-Läden zu bezahlen. In diesem Jahr wurden so über 20 Millionen Transaktionen verarbeitet.
- Social Media: Kunden können über verschiedene Plattformen mit Starbucks sprechen und sich austauschen. Dazu gehören eine Starbucks Facebook-Seite und ein „My Starbucks Idea“ genannter Online-Verbesserungs- und Vorschlagskasten.
- Desktop-Virtualisierung: Starbucks testet virtuelle Arbeitsplätze, so dass die Mitarbeiter ihre Geräte frei wählen können: Smartphones, Tablets oder PCs ohne die Datensicherheit zu beeinträchtigen.
- Cloud Computing: Noch läuft das eigene Rechenzentrum, aber Microsoft Office 365 wird aktuell für Produktivitäts-Apps und als E-Mail-Speicher getestet. Daneben gibt es bereits einige SaaS-Angebote wie Salesforce.com's Ideas Option.
- Tech Café: Seit 2011 wird Tech Café bereits im Seattle-Headquarter eingesetzt. Hier treffen sich Mitarbeiter zum Ideenaustausch und zur Diskussion von IT-Problemen. Ziel ist es, informelle IT-Unterstützung im Feeling eines Apple Stores zu geben.
- Personal-Management: Starbucks vermarktet seine Innovation durch IT mittels Videos auf YouTube und anderen Plattformen. So hofft man, dass die eigenen IT-Talente dem Unternehmen treu bleiben und externe Talente zu Starbucks kommen.
- CRM: Ein Siebel-CRM wurde eingeführt, um ein besseres individuelles und gezieltes Marketing zu unterstützen.

Mehr dazu in Chris Murphy's Slideshow bei [InformationWeek](#)

Was kommt nach dem Business/IT-Alignment? Das Business/IT-Alignment im Unternehmen ist geschafft. Der

Erfolg ist sichtbar und wird anerkannt. Aber jetzt wartet schon die nächste Herausforderung: Wie kann die IT den Fachabteilungen helfen, Strategien zu entwickeln? So sieht es Nigel Fenwick, Analyst bei Forrester Research. Es gilt bei der Business- und IT-Strategie-Planung verschiedene Hürden zu meistern. Das beginnt bereits bei der Festlegung der Ziele. Ziele werden oft auf einem zu hohen Niveau festgemacht, so dass es nahezu unmöglich ist, eine Strategie zur Erreichung eines solchen Ziels zu definieren. Die Konsequenz ist eine Aufsplitterung des Ziels in untergeordnete Ziele mit den entsprechenden Strategien zur Teilzielerreichung. Das Problem dabei ist nach Fenwick: "The cascading nature of goals and strategies causes a great deal of confusion because the underlying technology to support each strategy can be vastly different." Aufgrund der Kaskadierung von Zielen in Teilziele gibt das Management dann auch untergeordnete Richtlinien heraus statt einer klaren Definition der eigentlichen Strategie. Ziele und Strategien vermischen sich so und werden miteinander verwechselt. Zur Definition einer „wirklichen“ Strategie gehört nämlich der klar verstandene Weg zur Zielerreichung und Richtlinien entlang des Weges gleichsam wie Leitplanken. Wenn hier die IT helfend eingreifen will, dann muss sie wissen, wo die Entscheidungen über Strategie getroffen werden und dann parallel eine technologische Strategie zur Unterstützung entwickeln. Dazu kommt, dass Ziele nicht nur klar zu spezifizieren sind, sondern auch messbar sein müssen. Schließlich gibt es noch eine weitere Tendenz in den Fachabteilungen, die wenig hilfreich ist: Man definiert Strategien als IT-Projekte. Fachabteilungsleiter treffen Entscheidungen über eine Technologie, die sie zur Zielerreichung nutzen möchten ohne Alternativen in Betracht zu ziehen. Der einzige Ausweg aus solchen Situationen ist, so Fenwick, der strategischen Planung eine höhere Priorität zu geben. Ein Delegieren der strategischen Planung an einige Köpfe im Unternehmen und ein Verknüpfen dieser Aufgabe mit dem Budgetierungsprozess gibt der Strategie-Planung nicht das notwendige Profil und die notwendige Aufmerksamkeit im Unternehmen. "Successful BT strategy planning requires support from an ongoing process and involves senior IT staff in business-unit leadership team meetings throughout the year. The reality is that, for most organizations, strategies continuously fluctuate with the ebb and flow of markets. Leaders adjust--and they need their business technology strategy to adjust to the realities of business, at the speed of business," sagt Nigel Fenwick in seinem Beitrag im [CIO](#)

Kurzmeldungen

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

Big Data erfordert neue Analytik und neue Werkzeuge. Einen guten Einstieg in das Thema gibt Ihnen Philip Howard vom Bloor Research im [CIOUpdate](#)

Big Data, Big Problems. Cap Geminis Chris Cingrani diskutiert Big Data mit seinen Kunden und geht in diesem [Blog-Beitrag](#) insbesondere auf Fragestellungen im Kontext von Datenqualität und Information Governance nach.

Big Data aus der Sicht von HP/Vertica. Was macht Vertica anders als seine Mitbewerber? In einem Interview mit Roberto Zicari gibt Shilpa Lawande, VP of Engineering bei Vertica Antworten. Lesen Sie das Interview auf [odbms.org](#)

Die Top 5 Big Data Trends 2012. Was sind die heißen Themen in und um Big Data im kommenden Jahr. Die lesen Sie im [O'Reilly Radar](#)

Big Data: The Hype goes on. James Kobielus von Forrester ist davon überzeugt. Mehr dazu in seinem Blog-Beitrag bei [Forrester](#)

Algorithmus generiert Wikipedia-Artikel automatisch. Die Möglichkeiten von Textanalyse nehmen rasant zu: Keiner der automatisch erzeugten Artikel wurde wegen Qualitätsmängel zurückgewiesen. Mehr dazu in einem Report des [MIT](#)

Neue Einsichten mittels Textanalytik. Sentiment-Analyse war bisher die Killer-Applikation für Textanalytik. Jetzt kommen neue Anwendungstypen auf: Sequence Detection und Concept Mining. Mehr dazu von Themos Kalafatis in seinem Blog-Beitrag auf [Life Analytics](#)

LL Bean setzt auf Social Media Monitoring und Interaction. 10 Social Agents arbeiten jetzt im Call Center, um die Kundenkommunikation in den Social Media zu nutzen. Mehr dazu in der [NewYork Times](#)

TOP 10 Cloud-Vorsagen 2012 von Forrester. Die finden Sie in den [Forrester-Blogs](#)

Und zum Schluss...

Süchtig nach Smartphones und falsche Facebook-Freunde

Smartphones: Wie abhängig sind Sie schon? Kann man sich noch sein Leben ohne Smartphone vorstellen? Ein paar Fakten zur Smartphone-Sucht finden Sie im [CashGenerator](#)

Falsche Freunde auf Facebook könnten Ihre Kreditwürdigkeit senken. Banken fangen sich, sich auf Facebook und Twitter umzuschauen und ziehen ihre Schlüsse daraus. Mehr dazu auf [BetaBeat](#)

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 © 2012 S.A.R.L. Martin

Versand durch: HBI GmbH (PR-Agentur) www.HBI.de