



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

INHALT

XaaS Check 2010

[mehr](#)

Editorial

Textanalytik

[mehr](#)

Trip-Report:

SAPPHIRE now

[mehr](#)

Merger & Acquisitions

[mehr](#)

Zahlen

[mehr](#)

Trends

[mehr](#)

Kurzmeldungen

[mehr](#)

Zum Schluß

[mehr](#)

Termine

[mehr](#)

XaaS Check 2010 – Status Quo und Trends im Cloud Computing im deutschsprachigen Markt – 1. Marktbefragung

Wie sieht es bei Ihnen in Sachen Cloud Computing aus?

Dazu führen Dr. Julian Eckert und Dr. Nicolas Repp vom Fachgebiet KOM der TU Darmstadt und Dr. Wolfgang Martin ihre 1. Marktumfrage zum Status Quo und Trends von Cloud Computing (XaaS = everything as a service) in den Unternehmen durch. Die Befragung findet statt in Zusammenarbeit mit EuroCloud Deutschland, einer Sektion von eco, der Alternus Akademie, der Competence Site, den nomina Informations- und Marketing-Services (ISIS SaaS Special), der Hessen IT und der Computerwoche als Medienpartner sowie dem IT Verlag für Informationstechnik als Verleger.

Hauptsponsor ist RightNow Technologies, Co-Sponsoren sind jCOM1 AG, Software AG und T-Systems.



Sie wollen mitmachen? Hier geht es zum Fragebogen: www.XaaS-check.eu

Vielen Dank! Unter den Teilnehmern, die einen vollständig ausgefüllten Fragebogen abliefern, wird ein Apple iPod verlost, und jeder bekommt auch, wenn gewünscht, die Ergebnisse zugestellt.

Editorial:

Textanalytik – Durchblick im Web 2.0 und im Enterprise 2.0 (Teil 1)

Die Nutzer von Facebook, MySpace, StudiVZ oder anderen Netzgemeinschaften („Social Web“) zählen nach Millionen. Ihre Anzahl wächst beständig. Dazu kommen die vielen, meist spezialisierten Blogs und Foren. Nicht zu vergessen sind Plattformen wie Twitter, die ein Miniblogging erlauben. Das unterstreicht die Attraktivität des Web 2.0, des Mitmach-Webs, bei dem jeder Surfer mitmachen und seine Meinungen, Stimmungen und Vorlieben mitteilen kann. Der Marktforscher, der Produktmanager und jeder im Marketing sieht aber noch etwas ganz Anderes: die neue Dimension an Daten über aktuelle und zukünftige Kunden, über Potenziale, Stimmungen, und Trends im Markt.

Denn jeder Internaut kann jetzt im Web 2.0 auch seine persönlichen Daten mit allen anderen teilen. Das Teilen und Teilhaben lassen ist im Web 2.0 der große Renner. Mitunter meint man, man hat es in den Netzgemeinschaften mit „digitalen Exhibitionisten“ zu tun: So freizügig werden persönliche und ganz persönliche Daten eingestellt. Das ergibt für die Marketer in den Unternehmen einen wahren Schatz an Informationen, den es nur noch zu heben gilt.

Vor einigen Jahren haben schon Unternehmen aus der Telekommunikation begonnen, Web-Daten systematisch auszuwerten. Inzwischen sind nicht nur Banken und Versicherungen hinzugekommen, sondern auch Händler und Konsumgüterhersteller machen das – aber niemand spricht gerne darüber. Man will seinen Kunden nicht gerne sagen, dass man inzwischen eine nahezu gläserne Transparenz geschaffen hat. Der Nutzen dieser Transparenz durch Web-Daten liegt auf der Hand: Ein Hersteller von Konsumgütern will beispielsweise wissen, wie Konsumenten sein Angebot und/oder das Angebot seiner Mitbewerber in den einschlägigen Blogs diskutieren. Oder eine Hotelkette interessiert sich für das elektronische Feedback ihrer Gäste und/oder für die Bewertungen der Mitbewerber. Alles wird möglich, wenn all diese Daten zugreifbar und auswertbar werden.

Als erstes braucht man dazu einen „Staubsauger“, der die relevanten Daten aus dem Web im wahrsten Sinne des Wortes absaugt. Das leisten heute die semantischen Web-Crawler. Das ist eine Technologie, die es erlaubt, alle öffentlichen Daten im Web zu lesen und zu extrahieren. Damit kein Webmaster das merkt und womöglich Gegenmaßnahmen ergreift, können sie auch bewusst langsam arbeiten, um einen menschlichen Leser vorzutäuschen. Dem Crawler muss man nur sagen, welche Informationen von welcher Webseite abgegriffen werden sollen. Das lässt sich bereits automatisieren. Im Rahmen einer Quellen-Identifikation lassen sich mit Suchbegriffen und auch komplexen semantischen Suchmustern die relevanten Webseiten und Blogs finden und auch extrahieren.

Heutige Crawler besitzen genügend Intelligence, um auch dynamische Webseiten abzugreifen. Wenn sich die Position von abzugreifenden Daten auf der Webseite ändert, dann wird das in gewissen Grenzen auch automatisch vom Crawler erkannt und nachgezogen. Wenn das nicht gelingt, wird das dem Crawler-Kontrollzentrum gemeldet, so dass ein menschlicher Eingriff die Situation schnellstens wieder bereinigen kann. Solche Crawler werden beispielsweise von Brainware, Fetch Technologies, Kapow Technologies, Lixto, TextTech und anderen angeboten. Der Einsatz solcher Crawler ist auch im B2B sehr sinnvoll, wenn es beispielsweise um Online-Preisvergleiche geht, oder man im Rahmen von Unternehmensnetzen Informationen zwischen Portalen automatisch austauschen will. Hier hat beispielsweise Brainware Speziallösungen für den Zahlungsverkehr entwickelt und Lixto für Lieferantenportale.

So beschafft man sich die notwendigen Web-Daten automatisiert und schnell. Dabei darf man allerdings gesetzliche Aspekte nicht vergessen. Aber wenn Daten nicht geschützt und öffentlich sind, verstößt man höchstens gegen die AGBs der Seiten, wenn man automatisch ausliest. Daten, die auf den Netzgemeinschaften als privat gekennzeichnet sind, darf man so natürlich nicht nutzen. Die juristischen Details wollen wir aber hier nicht weiter vertiefen. Das ist eine eigene Diskussion.

Jetzt kommt es auf die Analyse an. Die klassischen Verfahren aus Statistik und Data Mining greifen hier aber zu kurz, da Web-Daten in der Regel unstrukturiert, bestenfalls semi-strukturiert sind. Die neuen Anforderungen, Web-Daten zu analysieren, hat eine neue Klasse analytischer Werkzeuge und Verfahren in den Fokus des Managements gebracht: die Textanalytik („text analytics“). Hier werden linguistische Verfahren, Algorithmen von Suchmaschinen, Text Mining und maschinelles Lernen zu hybriden Methoden und Werkzeugen kombiniert. Die Anforderungen im Web 2.0 an die Analyse-Werkzeuge sind hoch. In den sozialen Medien findet man viel Zynismus, Sarkasmus und Polemik. Dazu kommt eine semantische Armut in den 140-Zeichen Tweets.

Da gut 80% aller Daten im Unternehmen nicht in Datenbanken gespeichert sind, sondern in Form von Email und Dokumenten in unstrukturierter Form vorliegen, eignet sich Textanalytik nicht nur zur Analyse von Web-Daten, sondern auch von Unternehmensdaten. Man findet ja meistens in den Emails und in den entsprechenden Dokumenten den Kontext, der zur richtigen Interpretation von strukturierten Informationen führt. Insofern leistet die traditionelle Business Intelligence mit OLAP, Statistik und Data Mining das Erkennen des „was“ im Unternehmen, während aus den Text-Daten das „wie“ gefolgert werden kann.

Textanalytik ist eine Erweiterung von Analytik, insbesondere von Data Mining und Text Mining und bringt Analytik ins Content Management und ins World Wide Web.

(wird fortgesetzt im Juli/August-Newsletter)

Mit den besten Grüßen

Dr. Wolfgang Martin

Trip-Report: SAPPHIRE Now, Frankfurt, 17./19. Mai 2010

Die neue Doppelspitze der SAP ist nun genau 100 Tage im Amt, und die Wirkung der neuen Führung ist deutlich erkennbar. Eine klare strategische Ausrichtung der SAP ist endlich wieder zu erkennen. Wohltuend ist auch, dass das bisherige strategische Mantra der kontinuierlichen Margenoptimierung zurück genommen wurde. Bei der SAP geht es wieder um Innovation, wobei unter Innovation verstanden wird: „Mache aus Ideen marktreife Produkte, mit denen Geld gemacht wird“. Für den Kunden ist weiter erfreulich, dass sich die SAP auch wieder zu Ihren Wurzeln bekennt und jetzt mit Stolz sagt, dass Kunden der ersten Stunde, die vor 38 Jahren SAP gekauft haben, immer noch dabei sind. Das wird heute unter den Begriffen „zeitlose (timeless) Software“ und „non-disruptive Technologies“ vermarktet. Der Kundenvorteil ist dabei, dass man eben Innovation durch Informations-Technologie im Rahmen seiner gewachsenen SAP-Landschaft evolutionär einführen kann.

Die neue SAP-Strategie ist einfach und griffig. Sie lautet: „on device, on demand, on premise orchestriert auf Technologie“. Hinter „on device“ steckt der Fokus auf mobile Lösungen. In diesen Kontext passt die zugegebene teure Akquisition von Sybase. Mit der angekündigten Übernahme hat man sich marktführende Technologie gesichert, mit der die SAP schon in den letzten 9 Monaten ihre mobilen Lösungen gebaut hat. (Zur Akquisition von Sybase siehe auch den Abschnitt „Merger & Acquisitions“). Mit „on demand“ geht die SAP klar und deutlich in Richtung Cloud Computing. Dabei sieht die SAP Business by Design als Komplettlösung für KMU und eine hybride Cloud als bestens geeignet für Gross-Unternehmen. Die „on premise“ Lösung zusammen mit der on demand erlaubt die hybride Cloud im Unternehmen.

Mit Business by Design wird jetzt ernst gemacht: Es ist nun „wirklich“ multi-tenant, wird im Juli in 6 Ländern ausgerollt und kann ab sofort bestellt werden. An dieser Ankündigung wird man die neue Doppelspitze messen!

Bei der Technologie ist das neue Thema „in memory“, also weg von der Datenbank, denn Memory ist heute preiswert und viel schneller. Die Idee ist, Datenspeicherung (Persistenz) und Datenverarbeitung (Transaktion und Analytik) voneinander zu trennen. Auf eine persistente Speicherung der Daten in bekannten Medien wird die Verarbeitung der Daten in-memory gesetzt. Die traditionelle Trennung von analytischen und operativen Daten wird so aufgehoben. Damit das funktionieren kann, muss man zwei Dinge tun: Zum einen eine gemeinsame Meta- und Stammdaten-Schicht für die analytischen und operativen Daten haben. Zum anderen eine neue, spezielle Schicht zwischen dem persistenten Speicher und der in-memory-Verarbeitung haben, die für die Updates im Memory sorgt. Hierzu dienen eigens von der SAP entwickelte Algorithmen zur Delta-Indexierung der Daten. Hier hat die SAP Pionierarbeit geleistet. Realisiert ist das alles bereits in Business by Design.

Man kann die Strategie der SAP auch anders darstellen, in dem man sagt: Weg von der Datenbank, die brauchen wir in Zukunft nicht mehr. In-memory ist schneller und preiswerter. Weg vom Desktop, wir werden mobil und unterstützen jeden Mitarbeiter wie einen Konsumenten. Weg von klassischer Software-Implementierung. Die Zukunft liegt in der Wolke. Hier steckt eine Menge Neues. Das ist ein echter Paradigmenwechsel im Software-Markt, den die SAP nun voll trägt und ausbauen will, aber in einer für den Kunden „non-disruptive“ Innovation.

Die Messlatte hat die SAP auf der SAPPHIRE hoch gelegt. Wir werden sie daran messen.

Mit den besten Grüßen

Dr. Wolfgang Martin

Merger & Acquisitions

SAP vereinbart Übernahme mit Sybase, Inc. SAP und Sybase, Inc., Dublin, Kalifornien (USA) haben bekannt gegeben, dass die Tochtergesellschaft der SAP AG, SAP America, Inc., und Sybase eine Vereinbarung zur Übernahme von Sybase unterzeichnet haben. Durch die Kombination der beiden IT-Unternehmen sollen Lösungen für „drahtlose“ Unternehmen entstehen. Als Ergebnis dieser Transaktion sollen Kunden die immer weiter zunehmende Menge von Daten besser verarbeiten können - Informationen und Analysen werden ihnen auch auf mobilen Endgeräten in Echtzeit zur Verfügung stehen. Auf der Grundlage der Übernahmevereinbarung wird SAP America, Inc., ein öffentliches Angebot zur Übernahme aller ausstehenden Aktien von Sybase gegen Barvergütung von \$65,00 pro Sybase-Aktie veröffentlichen. Dies entspricht einem Unternehmenswert (Enterprise Value) von etwa \$5,8 Mrd. Der Angebotspreis entspricht einem Aufschlag von 44% gegenüber dem gewichteten durchschnittlichen Aktienkurs von Sybase in den vergangenen drei Monaten. Die Transaktion wird aus liquiden Mitteln der SAP und über ein von Barclays Capital und Deutsche Bank arrangiertes und garantiertes Darlehen in Höhe von 2,75 Mrd. EUR finanziert. Sybase wird als eigenständige Einheit unter dem Namen „Sybase, ein Unternehmen der SAP“ agieren. Auch nach der Übernahme wird das Management von Sybase die Geschäfte führen. Der Vorstand der SAP AG beabsichtigt, dem Aufsichtsrat der SAP AG die Berufung des CEO und Chairman von Sybase in den SAP-Vorstand vorzuschlagen. Die Übernahme soll voraussichtlich im Q3/2010 abgeschlossen werden und unmittelbar positiv zum Gewinn pro Aktie der SAP (Non-IFRS) beitragen. Synergien erwartet SAP vor allem durch Umsatzsteigerungen und Kosteneinsparungen. Weitere Details zu spezifischen Produkten, zum Vermarktungskonzept und zu anderen Einzelheiten der Integration werden nach Abschluss der Transaktion bekannt gegeben. Das Übernahmeangebot steht unter der Bedingung, dass eine Mehrheit der ausstehenden Sybase-Stammaktien auf einer vollständig verwässerten Basis das Angebot annimmt. (12. Mai) Hier finden Sie die [SAP-Pressemitteilung](#)
Lesen Sie dazu auch einen englischen Kommentar bei [The Register](#)

Auf dem Weg nach Polen: Devoteam will IT-Dienstleister Wola Info übernehmen. Devoteam hat am 14. Mai 2010 ein Kaufangebot für 100% von Wola Info unterzeichnet. Wola Info ist ein polnisches IT-Service-Unternehmen, das an der Warschauer Börse notiert ist. Die Marktkapitalisierung beträgt ungefähr 20m Zlotys (5,0m Euro). Im Geschäftsjahr 2009 erreichte Wola Info einen Umsatz in Höhe von 91m Zlotys (22,5m Euro) und erwirtschaftete einen Verlust von 15% des Umsatzes. Das IT-Service-Unternehmen beschäftigt knapp 200 Mitarbeiter und arbeitet vor allem für Blue-Chip-Kunden. (21. Mai)

IBM übernimmt Sterling Commerce von AT&T für \$1,4 Milliarden. IBM und AT&T haben eine endgültige Vereinbarung getroffen, nach der IBM Sterling Commerce für etwa 1,4 Milliarden US-Dollar in bar von AT&T übernehmen wird. Mit der Übernahme des in Dublin, Ohio, ansässigen Unternehmens erweitert IBM seine Kompetenz für die Bereitstellung intelligenter und dynamischer Business-Netzwerke. Die Produkte von Sterling Commerce vereinfachen und automatisieren die Kommunikation mit Kunden, Partnern und Zulieferern durch den Einsatz von lokal implementierten oder Cloud-Computing-Lösungen. (25. Mai) Hier finden Sie die [Pressemitteilung](#). Einen Kommentar dazu finden Sie bei [Bloomberg BusinessWeek](#)

Auch Oracle ist nicht untätig: Akquisition von Market2Lead und Secerno. Secerno ist ein DataBase-Security-Anbieter (20. Mai) und Market2Lead ist ein Marketing-Automation-Anbieter (27. Mai). Bei Oracle gibt es übrigens eine Webseite mit allen strategischen Akquisitionen der letzten Zeit, [besuchenswert!](#) Da erfahren Sie auch alles über die neuesten Akquisitionen.

Zahlen

OpenText enttäuscht im Q1/2010: Rückstufung von neutral auf verkaufen. Open Text(TM) Corporation berichtet einen Umsatz von \$212.8m, ein plus von 11% verglichen mit den \$192,0m des Vorjahresquartals. Der Lizenzumsatz ist aber um 5% gesunken von \$51,9m im Vorjahresquartal auf jetzt \$49.5m. Das Netto-Einkommen im Q1 beträgt \$40.3m oder \$0.70 pro Aktie. Das sind 28% mehr als die \$31.4m oder \$0.59 pro Aktie im Vorjahresquartal. Die entsprechenden GAAP-Zahlen

zeigen aber ein anderes Bild. Im Q1/2010 beträgt das GAAP-Netto-Einkommen \$13.1m oder \$0.23 pro Aktie, verglichen mit \$22.0m oder \$0.41 pro Aktie im Vorjahresquartal. (29. April) Hier finden Sie die [OpenText Pressemitteilung](#) und hier einen Kommentar im [CMS Wire](#)

SAP France schneidet im Q1/2010 besser ab als SAP Deutschland. Zwar ist das Niveau der Umsätze von SAP France im Q1/2010 mit 107m Euro deutlich kleiner als das von SAP Deutschland, aber die Zahlen bedeuten eine Steigerung von 7% gegenüber dem Vorjahresquartal. Damit schneidet SAP France besser ab als die SAP Gruppe (+5%), als SAP Deutschland (+3%) und als SAP US (+1%). Das Q1/2010 ist aber für SAP France das erste Quartal mit Wachstum seit langem. Die Ergebnisse liegen immer noch unter denen von 2008. (10. Mai) Mehr dazu (en français) bei [ERP-Infos](#).

SoftM legt Quartalsbericht Q1/2010 vor: Softwareumsatz stabil – Ergebnis verbessert. Bei unterschiedlichen Entwicklungen in den einzelnen Geschäftsfeldern erzielte die SoftM Software und Beratung AG im Q1/2010 einen Konzernumsatz von 8,8m Euro (Vj. 10,0). Das Ergebnis im traditionell eher schwachen Q1 konnte gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert werden: Das EBITDA lag bei -0,3m Euro (Vj. -0,7). (14. Mai) Der Quartalsbericht zum Q1/2010 steht bei [SoftM](#) zum Download bereit.

salesforce.com enttäuscht Analysten im Q1/2011: Die Aktie verliert 5,6%. Zwar konnte der Umsatz im Q1, das am 30. April endete, um 24% auf \$377m gesteigert werden, aber das GAAP-Netto-Einkommen sinkt um 13% auf \$0.13 pro Aktie. (20. Mai) Lesen Sie dazu die [salesforce.com Pressemitteilung](#) und einen Kommentar bei [Associated Press](#)

Trends

Apple überholt Microsoft und wird das neue Nr. 1 Technologie-Unternehmen. Wall Street bewertete am 26. Mai Apple mit \$222,12 Milliarden. Damit zieht Apple an Microsoft vorbei, die mit \$219,18 Milliarden bewertet wurde, und damit ist Apple das neue Nr. 1 Technologie-Unternehmen in der Welt. Apple hat ein mehr als erstaunliches ComeBack hingelegt seit dem Rauswurf von Steve Jobs in 1985, als niemand mehr einen „Apfel“ auf Apple setzen wollte. Heute hat Apple ein Netto-Einkommen von \$5,7 Milliarden, und Analysten sehen in Zukunft den wahren Wettbewerb zwischen Apple und Google, weniger zwischen Microsoft und Apple. Mehr dazu in der [NewYork Times](#)

IT im Jahre 2015. Wenn der Blick des Corporate Executive Board's in seine Kristallkugel zutreffen sollte, dann wird die Unternehmens-IT in 2015 deutlich anders aussehen als heute noch. Geschäftseinheiten werden dann mehr und mehr IT-bezogene Tätigkeiten übernehmen, während Outsourcer ebenfalls mehr und mehr der heutigen IT-Aktivitäten übernehmen werden. Das hat weitgehende Auswirkungen auf die IT als Organisation. Das Corporate Executive Board sieht dabei im Wesentlichen 5 Änderungen, die „schnell, nachhaltig und radikal“ sein werden.

Die 5 Weissagungen sind in Kürze:

- Information wird wichtiger sein als der Prozess.
- IT wird zum integralen Teil der Business-Services.
- Anwendungsentwicklung, Betreiben der Infrastruktur und die Back-Office-Prozesse werden zunehmend von externen Partnern durchgeführt.
- Abteilungs- und Bereichsleiter bekommen eine größere Verantwortung für IT.
- Die verbleibende IT-Organisation wird nur noch ein Viertel der heutigen Organisation sein.

Diese Vorhersagen basieren auf einer Analyse des IST-Zustands, der aktuellen IT-Trends und setzen diese in den Kontext der breiteren Entwicklung im Business, in der Beschäftigungspolitik und in der Wirtschaft. Mehr dazu im [Corporate Executive Board](#) "The Future of Corporate IT"

10-jahres Ausblick für Unternehmens-Mobilität: komplex und kompliziert. Mobilität ist nicht mehr wegzudenken aus dem Unternehmensalltag, aber Mobilität stellt auch neue Herausforderungen für die IT dar. Mit der kommenden Welle, bei der wir Dinge erleben werden, wie Video drahtlos übertragen werden kann und wie mehr und mehr Smartphones und andere mobile Geräte mit cloud-basierten Services verbunden werden. Matt Hamblen von der [ComputerWorld](#) hat das Thema

aufgegriffen und mit Industrie-Analysten und mit den IT-Direktoren von 10 Unternehmen gesprochen, um herauszufinden, wie man sich auf diesen Wandel vorbereiten kann. Einige Unternehmen sind inzwischen schon so weit gegangen, eine neue Rolle und Verantwortlichkeit einzuführen, den Chief Mobility Officer—aber noch ist bei weitem nicht klar, ob das überhaupt ein richtiger Ansatz ist. Lesen Sie mehr dazu in Matt Hamblen's Artikel in der [ComputerWorld](#)

Kurzmeldungen:

BPM Pulse 2010 – Ergebnisse und Analyse. (Teil 2) Der jährliche "BPM Pulse" Marktüberblick von BPM Partners vermittelt Fakten über den aktuellen Stand von Performance Management im Unternehmen. Mehr dazu von Craig Schiff im amerikanischen [B-Eye-Network](#)

7 Schritte, um bessere Entscheidungen zu treffen. Wie man erfolgreich eine Analytik-Methodologie implementiert lesen Sie bei [InformationWeek](#)

Die Bedeutung von "single-stack" für Business Intelligence und Data Warehouse. Aus Sicht von Oracle beschreibt Stephen Swoyer in seinem Artikel „Analysis: What Oracle-Sun means for BI and DW“. Lesen Sie den Beitrag auf [Sun.Systemnews](#)

Wer braucht Information schneller? Wie schnell sollte Information im Unternehmen fließen? Braucht jeder „Echt-Zeit-Information? Lesen Sie dazu Tom Davenport's *Blog* im [Harvard Business Review](#)

Wer sollte im Unternehmen die Verantwortung für das CRM tragen. Jeder denkt, na klar, der Vertriebschef. Macht das aber wirklich Sinn? Lesen Sie dazu einen Beitrag bei [CIO](#)

Wird der CIO in der Wolke überflüssig? Wenn die Fachabteilung sich aus der Cloud bedient, dann braucht man keine IT. Wer so denkt, der denkt realitätsfern, denn über das was und wie in und mit der Wolke braucht man die richtigen Strategien, die auch zum Unternehmen passen. CIO und Vorstand Philippe de Geyter von der Deutschen Leasing und CIO Johann Kandelsdorfer vom Erdölkonzern OMV diskutierten auf den Hamburger IT-Tagen über die Einsatzmöglichkeiten und Grenzen von Cloud Computing. Lesen Sie den Bericht bei [CIO](#)

Chiquita's CIO zum Business Case für SaaS. Wie findet man den erhellenden Business Case für SaaS? Lesen Sie dazu einen Beitrag in der [InformationWeek](#)

IDC sieht kontinuierliches Wachstum im Cloud Server Markt. Server-Umsätze in der Public Cloud werden von \$582m in 2009 auf \$718m in 2014 wachsen, während der Private Cloud Markt von \$7.3 Milliarden in 2009 auf \$11.8 Milliarden im gleichen Zeitraum wachsen soll. Das sind rund 62% und signifikant mehr als die 29% Wachstum in der Public Cloud. IT-Entscheider bevorzugen im Augenblick definitiv die Private Cloud: 44% der Befragten planen eine Private Cloud für ihre IT-Systeme. Mehr dazu bei [eWeek](#)

10 Fakten, die zeigen, was Governance und Sex gemeinsam haben. Die lesen Sie bei Tony Byrne im [Real Story Group Blog](#).

Der Marktanteil vom Internet Explorer fällt unter 60%. Dabei gewinnt Google's Chrome an Fahrt und legte um 0,6% gegenüber dem Monat März auf 6,73% zu. Mozilla Firefox liegt aber immer noch sehr deutlich auf Platz 2 mit 24,59%. Mehr dazu lesen Sie bei [InformationWeek](#) oder [Ars Technica](#)

Und zum Schluss:

'Google-itis'. Ärzte sehen immer mehr Patienten, die ihre Krankheiten mit Hilfe von Google selbst diagnostiziert haben. Das Problem dabei ist aber, dass man typischerweise mittels Google, die schlimmsten Szenarien bekommt, während die

wirkliche Krankheit, wenn ein Arzt diagnostiziert, bei weitem weniger schlimm ist. Mehr dazu im [SouthTownStar](#)

Termine



22./23. Juni, Hamburg

Alternus Akademie: Praxis-Seminar

Die Versicherungsfabrik – das vollautomatisierte Versicherungsunternehmen

Während in produzierenden Unternehmen die Notwendigkeit und die Vorteile standardisierter und stark automatisierter Verfahren längst erkannt und umgesetzt wurden, stößt das Thema bei Versicherungen erst in den letzten Jahren auf größeres Interesse. Die Kerngeschäftsprozesse stehen unter einem enormen Standardisierungsdruck, denn der Kunde erwartet immer mehr Leistung zu einem geringeren Preis. Vor diesem Hintergrund gewinnen Versicherungsfabriken in der Assekuranz immer mehr an Bedeutung.

Aufgrund der Aktualität des Themas findet am **22. und 23. Juni 2010 in Hamburg** das Praxis-Seminar „**Die Versicherungsfabrik – das vollautomatisierte Versicherungsunternehmen**“ statt. Alternus bietet Entscheidern aus dem Versicherungsbereich die Möglichkeit, mit namhaften Branchenexperten (u.a. Dr. Horst Karaschewski, Dr. Wolfgang Martin, Dr. Marc Surminski und Dr. Michael Weiß) ins Gespräch zu kommen und deren aktuellen Ausführungen zu folgen.

Weitere Informationen bzw. Anmeldung finden Sie [hier](#).

Tel: +49 (40) 530 2705 - 64.



24. Juni, Zürich

10 Jahre Swiss CRM Forum – der richtige Kick für Ihr CRM

Das Schweizer Spitzentreffen für Unternehmens-, Marketing- und Verkaufsleiter, begeht in diesem Jahr sein zehnjähriges Jubiläum: Unter dem Motto «Ein Blick zurück in die Zukunft» sind Sie herzlich eingeladen zum 10. SWISS CRM FORUM! Neu und innovativ, spannend und wegweisend – das war, ist und bleibt der Anspruch der Organisatoren für die Schweizer CRM-Community. Top Executives, CRM-Experten und internationale Keynote-Speaker präsentieren, wie CRM den Unternehmenserfolg nachhaltig beeinflusst. Hier geht es zur [Anmeldung](#).

Weitere Information stehen im Internet zur Verfügung:

Wolfgang Martin Team <http://www.wolfgang-martin-team.net>

Impressum:

Sie haben Fragen und Anregungen? Sie wollen den Newsletter abonnieren?
Dann schicken Sie uns eine E-Mail an:

info@wolfgang-martin-team.net

Wolfgang Martin Team

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

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

Wenn Sie den Newsletter abbestellen möchten, senden Sie diese Email einfach mit dem Betreff „unsubscribe“ zurück.

Conformément à la loi 78-17 Informatique et Libertés du 6 janvier 1978, vous disposez à tout moment d'un droit d'accès et de rectification aux données et informations vous concernant.

Inscription par e-mail à:
info@wolfgang-martin-team.net

Désinscription par retour de ce courrier en mentionnant « désinscription »

Tous droits réservés. Alle Rechte vorbehalten.
Copyright © 2010 S.A.R.L. Martin

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

