



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

Social Business Intelligence - [mehr](#) »

Cubeware

Cubeware WebView – Wissen, was zählt! - [mehr](#) »

Exasol

Gartner beschreibt EXASOL als Paradebeispiel eines Datenbankmanagementsystems der Zukunft - [mehr](#) »

Neue White Paper

Nachhaltige BI (Cubeware) und agile Integration (Kapow Software) - [mehr](#) »

Merger & Acquisitions

Microsoft kauft Skype und BARC wird französisch - [mehr](#) »

Zahlen

Apple fast unglaublich, Google schwach, SAP enttäuscht - [mehr](#) »

Trends

Von Cloud-Risiken und Big Data-Potenzialen - [mehr](#) »

Kurzmeldungen

Neues zu BI, Social Media, der Wolke und IT-Innovation - [mehr](#) »

Und zum Schluss...

Partnervermittlung per Data Mining - [mehr](#) »

Termine

Uniserv-Roadshow - [mehr](#) »

Editorial

Social Business Intelligence

Schon wieder kommt ein neuer Begriff aus dem US-amerikanischen auf uns zu: **Social Business Intelligence (Social BI)**. Damit ist eine Erweiterung gemeint der bekannten und traditionellen BI um Social Media-Funktionalität und Kollaboration, um Wissensmanagement, um neue Technologien (Web- und Cloud-Integrationswerkzeuge, analytische Datenbanken, Textanalytik) und um neue Anwendungsfelder (Social Media Performance Management, Social Media Analytik). Schauen wir uns das jetzt etwas genauer an und fragen

uns schließlich, wozu man das braucht und was der Nutzen ist.

Social Media-Funktionalität und Kollaboration. Social BI bringt eine kollaborative Umgebung in BI und ersetzt, bzw. ergänzt das traditionelle BI-Portal. Facebook und andere Social Media Angebote haben hier Standards gesetzt: Es haben sich neue, intuitive Benutzeroberflächen herausgebildet, die inzwischen jeder ohne jeglichen Schulungsaufwand versteht und nutzen kann. Dazu kommt die neue Art der Kommunikation im Netzwerk. In den Netzwerken läuft Kommunikation entlang der Netzwerkstrukturen. Es ist eine „viele zu viele“ Kommunikation, eben à la Facebook und Twitter. Das wird jetzt konsequent beim Nutzen von BI-Werkzeugen umgesetzt. So lassen sich Berichte und Kennzahlen zum ersten Male auch Autoren zuordnen. Sie lassen sich annotieren und diskutieren, ja auch Fragen zu den Zahlen können gestellt werden. So kommt Wissen aus den Köpfen der Mitarbeiter in die BI-Ergebnisse und schafft eine um ein Vielfaches höhere Transparenz. Die Zahlen stehen nicht mehr isoliert in Tabellen oder Graphiken. Sie sind um semantische Aspekte erweitert. Damit sind sie besser zu verstehen und umzusetzen, da die Interpretation in der Gruppe unter der aktiven Mitwirkung aller Beteiligten geschieht. Die US-Amerikaner nennen das „wisdom of the crowd“.

Social Media kommen auch mit einem völlig neuen Ansatz zum „Suchen und Finden“, denn ein altes BI-Problem war das Auffinden von nützlicher Information. Welchen Report brauche ich, welche Kennzahlen sollten noch in mein Dashboard, hatte jemand schon eine ähnliche Fragestellung? Zwar lassen sich solche Fragen theoretisch über eine rigorose BI-Governance regeln, aber dann finden die Ergebnisse in der Praxis oft keine Akzeptanz. In den Social Media gibt es hier Alternativansätze, die dem „wisdom of the crowd“-Prinzip folgen. Es werden Reports und Kennzahlen von den Abonnenten bewertet. So kommt man zu Top-Listen. Es werden die Abonnements (wenn notwendig anonymisiert) ähnlicher Jobprofile angezeigt, beispielsweise könnte einem Controller im Amazon-Stil vorgeschlagen werden, dass der Controller im Lande X auch noch den Bericht Y intensiv nutzt. Daher sollte man überlegen, ob man den nicht auch abonnieren wolle. Auf diese Weise wird über die Social Media-Werkzeuge und Konzepte eine BI-Governance Bottom Up geschaffen. Die hat dann per se Akzeptanz, und so schafft man auch nachgewiesenermaßen Motivation. Zu den Social Media-Verfahren zum Finden der richtigen Information kommen dann noch state-of-the-art Suchverfahren dazu, mit denen man sowohl Inhalte wie auch die entsprechenden Metadaten zum Finden nutzen kann.

Ein weiterer Aspekt ist hier auch „**Mobile BI**“. Eine korrekte, gerätekonforme Anzeige von BI-Ergebnissen auf mobilen Geräten ist an sich schon nützlich, aber mobile BI meint noch mehr. Gerade die Social Media sind auf das mobile Internet ausgerichtet. Das überträgt sich direkt auf Mobile BI. Alle kollaborative Funktionalität ist also auch mobil verfügbar. So kann sich jeder, wo immer er sich auch befindet, an der Diskussion und Interpretation der Zahlen beteiligen. Das gibt auch Anstöße zu neuen Analysen. Die Kreativität aller Beteiligten wird gefördert und auch gefordert. Das Ergebnis ist ein „CDM“ (common decision making), also echte Teamarbeit.

Wissensmanagement. Wissensmanagement hat zwei Aufgaben, den Wissenstransfer von Person zu Person und die Dokumentation von Wissen. Es geht nicht nur darum Wissen in die Köpfe der Mitarbeiter im Unternehmen zu bringen und dort zu halten, sondern vielmehr auch darum, dieses Wissen zu extrahieren und für andere nutzbar zu machen. In der Vergangenheit ist Wissensmanagement im Unternehmen in der Regel daran gescheitert, dass die Werkzeuge dazu nicht die notwendige Akzeptanz fanden und Wissensmanagement als eine lästige Pflicht empfunden wurde. Initiativen zum Wissensmanagement verliefen so meistens im Sande. Mit dem Aufkommen der ersten Web 2.0 Werkzeuge hat sich das geändert und Wissensmanagement kann heute die Akzeptanz finden, die man zur Durchsetzung braucht. Am besten funktioniert es, wenn die Mitarbeiter gar nicht merken, dass sie Wissensmanagement machen. Mit Wikis fing es an. Es sind gute Instrumente, wenn es um gelebtes Wissensmanagement geht, so die Erfahrung inzwischen in vielen Unternehmen, die in Richtung Enterprise 2.0 gegangen sind. Die Idee ist: jeder macht mit, jeder trägt bei, das Unternehmen wird zur Community. Die Mitarbeiter treten in einen echten Dialog ganz wie bei Facebook und anderen Social Media. Die heutigen

Social Media-Werkzeuge sind in diesem Sinne bestens geeignet für ein Wissensmanagement, das so ein fester Bestandteil von BI-Prozessen wird: Unternehmenssteuerung wird so auf die Fakten der Analytik und auf das Community-Wissen der Mitarbeiter gestellt. Man erreicht, was man mit BI immer wollte, aber bisher nicht geschafft hat.

Neue Technologien. Eine BI-Architektur besteht aus drei Schichten. Die oberste Schicht war bisher die BI-Portal-Schicht, die jetzt als Social Media-Plattform neu definiert wird. Darunter befinden sich die BI-Plattform mit den BI-Werkzeugen und darunter eine Information Management-Schicht inklusive Extraktionswerkzeugen und Datenbanken. An den beiden unteren Schichten ändert sich im Social BI nichts Grundlegendes, außer dass es auf diesen beiden Schichten entscheidende Innovationen und Fortschritt gibt. Beginnen wir unsere Diskussion mit der Information Management-Schicht. *(wird fortgesetzt)*

Teil 2 erscheint im Juni-Newsletter am 14.06.

Mit den besten Grüßen

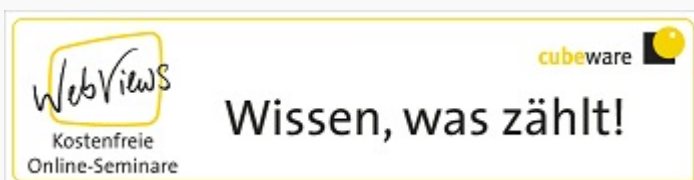
Dr. Wolfgang Martin



Folgen Sie uns auf [@wmartinteam](#)

Cubeware

Cubeware WebView Wissen, was zählt!



Die nächsten Termine der Cubeware Online-Seminare stehen fest:

In nur 60 Minuten erfahren Sie live von Ihrem PC aus, wie einfach BI rund um SAP sein kann, erleben den Aufbau einer BI-Datenbasis und Single Point of Truth für Berichte und Analysen oder lernen das Power-Frontend Cubeware Cockpit V6pro und die Möglichkeiten von Analyse bis Planung kennen.

24.05. Power-Frontend Cubeware Cockpit V6pro

07.06. BI rund um SAP – so einfach geht's

16.06. Zuverlässige Kennzahlen – von Anfang an

30.06. Von Analyse bis Planung – einfach mit Cubeware

Jeweils ab 10.00 Uhr – Wählen Sie Ihr Thema!

-> [zur Anmeldung](#)

Exasol

Gartner beschreibt EXASOL als Paradebeispiel eines Datenbankmanagementsystems der Zukunft

Gartner hat EXASOL in der **Kategorie Data Management und Integration 2011** in den diesjährigen Report 2011 aufgenommen und uns somit als innovativen und einflussreichen neuen Anbieter ausgezeichnet. Die Begründung von Gartner beruht auf auf EXASolutions innovativen Fähigkeiten, Daten extrem schnell analysieren und auswerten zu können. EXASOL zeige insbesondere im Einsatz bei Business-Intelligence-Lösungen sowie bei Enterprise-Warehouse-Anwendungen in Unternehmen unterschiedlichster Branchen zeigt seine Stärken. Darüber hinaus beschreibt uns Gartner als „**Paradebeispiel eines Datenbankmanagementsystems der Zukunft**“.

Entdecken Sie jetzt, wie Sie trotz maximalem Speed weniger Investitionskosten benötigen, um in Zukunft noch schneller und erfolgreicher zu entscheiden.

[Mehr erfahren](#)

Neue White Paper

Nachhaltige BI (Cubeware) und agile Integration (Kapow Software)

Cubeware – “Drei Regeln für nachhaltige Business Intelligence”: zuverlässige Datenbasis, Verankerung im Unternehmen und begeisternde Technologie. Am wichtigsten ist es dabei immer, den Anwender in den Mittelpunkt zu stellen. Von daher ist ein kombinierter und ausgewogener Ansatz von organisatorischen Maßnahmen und ergonomischer Informationstechnologie zu wählen. Es gilt die Nutzer in den Fachabteilungen und in der IT zu begeistern. Dazu gehört....mehr dazu im [White Paper](#).

Kapow Software – „Agile Integration von Unternehmens-, Web- und Cloud-Information“. Heute im Zeitalter des Big Data sind Unternehmen im zunehmenden Maße daten-getrieben. Zugriff auf und Nutzung von Daten wird mehr denn je zum kritischen Erfolgsfaktor. Im Big Data-Zeitalter haben wir Daten im Überfluss, im Web, in der Cloud und im Unternehmen. Aber wie bekommt man Daten schnell, flexibel, zuverlässig und auch in Echtzeit aus dem Web und der Cloud in seine Unternehmens-Infrastruktur, wie in die Cloud oder von einer Cloud in die Cloud eines anderen Cloud-Anbieters? Antworten dazu finden Sie in der [Research Note](#).

Merger & Acquisitions

Microsoft kauft Skype und BARC wird französisch

CXP kauft BARC. Das französische Analystenhaus CXP übernimmt BARC und wird so zu einem starken Mitbewerber der auch französischen PAC in Deutschland. Deutsche Analysten werden rar! (05. April) Mehr dazu (en français bien sur) bei [ERP-Infos](#)

Sage kauft Alcior. Mit dieser Akquisition des französischen Sage-Partners Alcior verstärkt sich Sage um eine Produktionsplanungslösung. (05. April) Mehr dazu (en français) bei [ERP-Infos](#)

Cegid kauft 21S. Der ERP-Marktführer in Frankreich erweitert mit der Übernahme von 21S sein Angebot um eine SaaS-Lösung zur Finanzbuchhaltung für kleine und sehr kleine Unternehmen. (19. April) Mehr dazu (en français) bei [ERP-Infos](#)

Epicor wird vom Investor Apax Partner übernommen. Apax plant darüber hinaus die Übernahme von Activant Solutions zwecks Integration mit Epicor. (19. April) Mehr dazu (en français) bei [ERP-Infos](#)

VMWare übernimmt SlideRocket. Mit der Übernahme des Online-Präsentation-Software-Anbieters macht VMWare einen überraschenden Schwenk in den Markt von Endbenutzer-Cloud-Services. (26. April) Mehr dazu in der [VMWare-Pressemitteilung](#)

Emplio übernimmt Octis. Die Konsolidierung im französischen ERP-Markt für kleine und mittelständische Unternehmen schreitet zügig fort. Die Emplio aus dem Raum Lille ist jetzt rund 60 Mitarbeiter stark. (02. Mai) Mehr dazu (en français) bei [ERP-Infos](#)

Microsoft kauft Skype für \$8.5 Milliarden. Der Kauf des Web-Telephonie-Anbieters ist die bisher größte Akquisition von Microsoft. Allerdings erscheint der Preis für ein Unternehmen, das Verluste macht, doch recht hoch. (10. Mai) Mehr dazu bei [Information Age](#).

Zahlen

Apple fast unglaublich, Google schwach, SAP enttäuscht

ALPHA Business Solutions mit deutlichem Umsatz- und Gewinnplus. 2010 war ein weiteres erfolgreiches Geschäftsjahr in der 16-jährigen Firmengeschichte. Sowohl beim Umsatz als auch beim operativen Ergebnis verbuchte der Spezialist für Geschäftsprozessoptimierung und Einführung von ERP-Software aus Kaiserslautern jeweils zweistellige Zuwächse. So erhöhte sich der Umsatz im Jahr 2010 gegenüber 2009 um 10,1% auf 17,6m Euro. Das Ergebnis vor Steuern (EBIT) konnte das Unternehmen auf 2,2m Euro steigern. (13. April) Mehr dazu in der [ALPHA-Pressemitteilung](#)

Google Q1/2011 – ein schwaches Quartal. Der Gewinn stieg zwar um 18% auf \$2,3 Milliarden Dollar, aber der Markt hatte auf noch bessere Zahlen gehofft. Nachbörslich fiel die Aktie um mehr als 5%. Die Ausgaben wachsen schneller als der Umsatz, das war die Kritik. In der Tat stiegen die Kosten im Q1 um 54% und beliefen sich auf \$2,84 Milliarden. Dagegen ging der Umsatz nur um 29% auf \$8,6 Milliarden nach oben. (14. April) Mehr dazu im [manager magazin](#) und in der [Google-Pressemitteilung](#)

Angoss macht Verluste und tauscht das Management aus. Magere 1% Umsatzwachstum auf \$2.032.652 (Vj. \$2.013.266) im Q1/2011, das am 28. Februar endete, und einen angestiegenen Verlust von \$260.533 (\$0,03 pro Aktie) im Vergleich zum Vorjahresverlust von \$137.694 (\$0,02 pro Aktie) führten zu Konsequenzen im Management: Der bisherige CTO scheidet aus und neue Leute sollen es jetzt richten. (14. April) Mehr dazu in der [Angoss-Pressemitteilung](#)

VMWare übertrifft die Erwartungen. Der Gewinn im Q1/2011 steigt auf \$125.8m (\$0,29 pro Aktie) von \$78.4m (\$0,19 pro Aktie) im Vorjahresquartal. Der Umsatz stieg um 33% auf \$844m. Damit wurden die Analystenerwartungen von \$815m deutlich übertroffen. (19. April) Mehr dazu in der [VMWare-Pressemitteilung](#) und bei [eWeek](#)

IBM läuft wie ein Uhrwerk und übertrifft im Q1/2011 die Erwartungen. IBM hat im Q1 den Umsatz um 8% auf \$24,6 Milliarden gesteigert. Der Gewinn verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 10% auf \$2,9 Milliarden. Samuel Palmisano hat die Gewinnprognose leicht von \$12,56 auf mindestens \$12,73 Dollar je Aktie angehoben. Das ist deutlich mehr Gewinn als im Vorjahr. An der Börse trübte sich aber die Stimmung ein, denn man sorgt sich, dass das Servicegeschäft von IBM in Zukunft schwächeln könnte. Nachbörslich fiel die Aktie um knapp 1%. (19. April) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#) und in der [NewYorkTimes](#)

Apple jenseits aller Erwartungen. Im Q2/2011, das im März endete, stieg der Umsatz um 83% auf \$24,7 Milliarden. Der Gewinn verdoppelte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf \$6,0 Milliarden Dollar. Der Kurs stieg nachbörslich um 4%. (20. April) Mehr dazu in der [Apple-Pressemitteilung](#) und im [spiegel.de](#)

Informatica mit Gewinnsprung. Der Gesamtumsatz für das Q1/2011 war ein Rekordbetrag von \$168,0m, ein Anstieg um 24% im Vergleich zum Q1/2010, in dem der Umsatz bei \$135,1m lag. Der Umsatz aus Lizenzen lag bei \$71,5m, 30% höher als die \$55,0m im Q1/2010. Das Ergebnis der Betriebstätigkeit für das Q1, berechnet gemäß GAAP-Richtlinien, lag bei \$31,9m, 114% höher als die \$14,9m im Q1/2010. Die GAAP-Netto-Einkünfte für das Q1/2011 betragen \$21,9m oder \$0,20 pro Aktie einschließlich aller Umtauschrechte, das bedeutet über 66% mehr im Vergleich zu \$11,8m oder \$0,12 pro Aktie einschließlich aller Umtauschrechte im Q1/2010. (21. April) Mehr dazu in der [Informatica-Pressemitteilung](#) und bei [RTTNews](#)

PSI steigert im Q1 Auftragseingang und Ergebnis. Der PSI-Konzern hat das Betriebsergebnis (EBIT) im Q1/2011 um 19 % auf 2,1m Euro gesteigert (31.03.2010: 1,8m Euro). Das Konzernergebnis nach Zinsen und Steuern lag mit 1,4m Euro 21% über dem Vorjahreswert (31.03.2010: 1,2m Euro). Der Konzernumsatz erhöhte sich um 4% auf 38,8m Euro (31.03.2010: 37,1m Euro). Der Auftragseingang wurde gegenüber dem Vorjahreswert um 20% auf 54m Euro gesteigert (31.03.2010: 45m Euro). (26. April) Mehr dazu in der [PSI-Pressemitteilung](#)

Software AG wächst im Q1/2011 planmäßig weiter. Der Konzernumsatz steigt organisch um 9% auf 272,6m Euro. Das operative Ergebnis (EBIT) wächst um 29% auf 60,2m Euro. Der Gewinn je Aktie (EPS) erhöht sich um 44% auf 1,41 Euro und die Jahresprognose 2011 wird voll bestätigt. (27. April) Mehr dazu in der [Software AG-Pressemitteilung](#)

SAP mit gutem Wachstum, blieb aber hinter den Erwartungen zurück. Die Wachstumsrate der

Softwareerlöse hat sich im Q1/2011 gegenüber dem Q1/2010 mehr als verdoppelt. Das Q1 war das 5. Quartal in Folge mit zweistelligem Wachstum der Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (Non-IFRS). Das Betriebsergebnis (Non-IFRS) stieg um 26 % und man erreichte den höchsten operativen Cashflow in einem 1. Quartal. SAP bestätigte auch den Ausblick für das Gesamtjahr 2011, aber die Analysten waren enttäuscht. Bei allen entscheidenden Kennzahlen hatte man vor allem auch im Vergleich zu den Quartalsergebnissen der anderen Großen im IT-Markt mehr erwartet. Entsprechend ging der Aktienkurs in den Keller und verlor rund 6%. (28. April) Mehr dazu in der [SAP-Pressemitteilung](#) und im [manager magazin](#)

Sage im H1/2011 mit schwachem Wachstum, hält die Marge. Der Vorsteuergewinn erhöhte sich im H1/2011, das am 31.03. endete, leicht um 4% auf £183.5m (H1/2010: £176.1m). Die EBITA-Marge betrug 25.6% und wurde gehalten (H1/2010: 25.2%). Der Gewinn pro Aktie stieg um 4% auf 9.87p (H1/2010: 9.52p). (04. Mai) Mehr dazu in der [Sage-Pressemitteilung](#)

MicroStrategy stark im Umsatzwachstum, aber mit deutlichem Gewinnrückgang. Der Q1/2011 Umsatz stieg um 31% von \$93,4m auf \$122,0m. Die Produktlizenz-Umsätze stiegen um 53% von \$18,0m auf \$27,4m. Der Gewinn ging aber deutlich von \$6,9m oder \$0,56 pro Aktie auf \$1,1m oder \$0,10 pro Aktie runter. MicroStrategy führt das auf die Kapitalisierung der Entwicklungskosten des Release 9.2 und einem gestiegenen Headcount zurück. (04. Mai) Mehr dazu in der [MicroStrategy-Pressemitteilung](#)

Intershop steigert Umsatz und EBIT im Q1/2011 deutlich. Die Nettoerlöse erhöhen sich um 43% auf 11,4m Euro. Der EBIT verbessert sich um 251% auf 319 TEUR. (11. Mai) Mehr dazu in der [Intershop-Pressemitteilung](#)

Trends

Von Cloud-Risiken und Big Data-Potenzialen

Finanzielle Einbußen als Risiko des Cloud Computings. Die Wolkenbrüche in den vergangenen Tagen waren heftig, als da waren die Epsilon Datenschutzverletzung, der Ausfall bei Amazon und die PlayStation Netzwerk-Probleme. Das unterstreicht recht deutlich, dass Risiken in cloud-basierten Services real und ernst zu nehmen sind. Dabei besteht das Risiko nicht nur im tatsächlichen Ausfall eines Systems oder Services, sondern es entsteht auch ein finanzieller Schaden, für den Anbieter und Kunden aufkommen, so Arik Hesseldahl im Wall Street Journal. Der Schaden bei Epsilon, bei dem 60 Millionen E-Mail-Adressen betroffen waren, kann nach Schätzung des Risikoanalyse-Spezialisten CyberFactors in der Größenordnung von \$225m liegen. Epsilon's Kunden wie BestBuy, Citibank, Walt Disney Co. etc. dürfte ein Schaden von nochmal \$412m mit den nachfolgenden Routinearbeiten wie Änderung der Marketing-Strategie und Informieren der Kunden entstanden sein. Das ist aber noch nicht alles, weitere Kosten wie Konventionalstrafen, Prüfungen, Rechtsstreitigkeiten und anderes kommen dazu. In diesem Sinne sollten Cloud-Service-Anbieter lernen, sich wie Banken oder Versicherer zu verhalten, wenn es um das Risiko-Management geht. Er schreibt: "Handing your data over to someone is in a way comparable to handing goods over to a shipping company who promises to get it safely from one place to the other. Something bad can happen along the way, and often does. Trains derail, ships sink or get attacked by pirates. This is why the insurance industry exists." Mehr dazu lesen Sie in Arik Hesseldahl's Kolumne im *Wall*

Trendwende in der Analyse großer Datenbestände („big data“). Die Verfügbarkeit großer Datenmengen führt zu einem Umdenken bei der Informationsanalyse: Unternehmen analysieren und modellieren jetzt die kompletten Datensätze, nicht mehr nur Untermengen oder Stichproben. Wenn man komplette Datenbestände analysiert, dann taucht das Ausreißer-Problem auf. Früher wurden Ausreißer unterdrückt oder bereinigt. Heute werden sie als wertvolle Information genutzt. Im Finanzwesen werden insbesondere schon heute die neuen Werkzeuge zur Analyse großer Datenbestände in der Vorhersage von Kreditausfall-Risiken und bei der Bewertung von Marktdaten angewendet. Die Bank of America kombiniert verschiedene dieser Technologien zur Modellierung von Kreditrisiken und Verlust-Vorhersagen. Früher dauerte eine solche Analyse 96 Stunden, heute mit dem Big-Data-Ansatz schafft man das in 4 Stunden! Der neue Ansatz erfordert aber ein neues Denken: Neue BI-Prozesse müssen gefunden und Datensilos abgeschafft werden. Neue Werkzeuge insbesondere zur Kollaboration und zur Visualisierung werden notwendig. In diesem Beitrag werden auch diese Werkzeuge vorgestellt und wie Unternehmen sie einsetzen. Typischerweise kommt es dann zu hybriden Ansätzen. Es werden unterschiedliche Technologien parallel eingesetzt, auch auf der Datenbankseite. Da nutzt man relationale DBMS genauso wie spalten- oder dokumenten-orientierte Datenbanken. Mehr dazu in Brett Sheppard's Beitrag im *O'Reilly Radar*

Vorteile eines In-House App-Store. Im Zeitalter der aufkommenden Tablet-Computer muss die IT auch entscheiden, wie und in welchem Masse Nutzer sich Applikationen herunterladen können und/oder sollen. Die Enterprise Mobility Foundation empfiehlt hier eine klare Limitierung mittels eines In-House App Store. Durch eine solche Kontrollmaßnahme kann die IT wenigstens sicher sein, dass die Programme auch entsprechend getestet sind. Die Frage, welche Apps man so zur Verfügung stellt, ist kaum allgemein zu beantworten. Hier spielen die Unternehmensziele und die Kultur eine Rolle. Und es ist auch zu untersuchen, wie die Geräte von den Nutzern eingesetzt werden (sollen). Wenn es bereits eine Policy für Smartphones gibt, dann ist das auch schon sehr hilfreich. Imris, ein Hersteller von medizinischen Geräten, hat einen solchen In-House App Shop für seine iPads aufgebaut. Die Nutzer kommen aus Vertrieb und Marketing, aus dem Produkt-Management und der Geschäftsleitung. Im Shop befinden sich 16 eigen-entwickelte Apps und bisher 2 öffentliche. So bewahrt man Konsistenz und vereinfacht das Geräte-Management. Imris empfiehlt seinen In-House App Store, aber lässt zu, dass andere Programme für einen persönlichen Gebrauch auch heruntergeladen können. Der Imris IT-Direktor Ben VanOsch meint dazu: "Most [users] have the same app requirements; however, due to their different roles and localization needs, it provides them the latitude to personalize their iPad in a manner they believe will provide them the greatest benefit." Mit einem In-House App Store hat aber dennoch jeder die gleichen Grundwerkzeuge, die so auch zentral gemanagt werden können. Insbesondere greifen so Marketing und Vertrieb auch auf eine gleiche Informationsbasis zu, so dass auch sichergestellt ist, dass alle im Feld die gleiche Botschaft vermitteln können. Mehr dazu in Bob Violino's Beitrag in der *Computerworld*

Kurzmeldungen

Neues zu BI, Social Media, der Wolke und IT-Innovation

Gartner: Weltweiter Business Intelligence, Analytik und Performance Management Softwaremarkt übertrifft die \$10 Milliarden-Marke. Lesen Sie mehr dazu inklusive dem Ranking der großen Anbieter in der [Gartner-Pressemitteilung](#)

Warum Analytik im Trend liegt. Es gebe drei Typen von Software, Software zur Kostenreduktion, Software zum Sichern von Compliance und Software, um mehr Umsatz zu erzielen. Und genau in die letzte Kategorie fällt Analytik. Lesen Sie mehr dazu bei [eWeek](#)

Dell will Kundenbetreuung mit Social-Media optimieren. Auch in Deutschland unterstütze jetzt ein so genanntes Social Outreach Support Team (SOS)-Team proaktiv Kunden via Social Media, die Hilfe bei Dell-Produkten oder -Services benötigen. Dell hat außerdem einen reinen B2B-Facebook-Auftritt vor allem für mittelständische Unternehmen eingerichtet. Mehr dazu im [is report](#)

Forrester: Planen einer Social Business Strategie. Social Media Technologie kommt ins Unternehmen, schneller als erwartet und unabhängig davon, ob die IT es will oder nicht. Daher sollten Sie besser einen Plan haben. Mehr dazu von Nigel Fenwick im [Forrester-Blog](#)

Versteckte Kosten in Cloud-Services. Wie lassen sich die Kosten interner IT-Services mit denen von Cloud-Services vergleichen? Dieser Frage geht David Carr in seinem Beitrag im [CIO](#) nach

Wolkenbruch bei Amazon. In der Nacht zum 21. April hat es diesmal Amazon EC2 erwischt. Mehrere Webseiten waren daher nicht mehr erreichbar, darunter Foursquare, Reddit, Cydia, Discovr und Scvngr. Mehr dazu auf [Venture Beat](#)

Amazon's Wolkenbruch führt zu Datenverlust. Die Risiken von Cloud Computing zeigt die Amazon-Panne deutlich auf: Nicht alle Daten können wiederhergestellt werden! Mehr dazu bei [TheRegister](#)

Xing-Vorstand Groß-Selbeck "Motivierte Mitarbeiter schaffen das Zehnfache". Was muss eine gute Führungskraft können? Lesen Sie das Interview mit Stefan Groß-Selbeck über empathische Manager und klare Kommunikation und Networking im [spiegel.de](#)

Und zum Schluss...

Partnervermittlung per Data Mining

Einsatz von Data Mining in der Internet-Partnervermittlung. Online-Singlebörsen setzen umfangreiche

Persönlichkeitstests ein, um die möglichen Partner/Paare optimal zu matchen. Mit Data Mining können die dafür relevanten Typologien auf Basis soziodemographischer Attribute entwickelt werden. Eine Demo über den Einsatz solcher Persönlichkeitsprofile finden Sie auf www.viscovery.net/demos/music-styles. Hier können Sie selbst mit ein paar Klicks feststellen, in welcher Klasse von Musikliebhabern sie sich befinden. Die Klassifikation basiert auf echten Daten, die von Parship (www.parship.de – Deutschlands größter Online-Partneragentur für langfristige Beziehungen) bereitgestellt wurden.

Termine

Uniserv-Roadshow



19. Mai, München: Finale der **Uniserv-Innovative 2011**.

Eins zeichnet sich deutlich ab: In Zukunft werden wir Unternehmensdaten anders managen als heute. Noch produktiver, effektiver, kostengünstiger. Und: in optimaler Qualität. Auf der diesjährigen Uniserv-Innovative demonstrieren und diskutieren wir die Lösungen von morgen schon heute. Sie sind herzlich eingeladen, dabei zu sein und davon zu profitieren. Sichern Sie sich Ihren Informationsvorsprung.

[Mehr Information und Registrierung](#)

Impressum

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

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

Sie wollen den Newsletter abbestellen? Dann schicken Sie uns eine *E-Mail*.

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

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

Weitere Informationen über den Absender dieses Newsletters finden Sie im *Impressum*.

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