



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

Marktumfrage: Information Governance

Ihre Meinung zählt - [mehr](#) »

Editorial

Trip-Report – 7. IIR-Forum

Stammdaten-Management - [mehr](#) »

Cubeware

Online-Seminare: Wissen, was zählt! - [mehr](#) »

Exasol

Optimieren Sie Ihr SAP ERP und BW durch

EXASolution - [mehr](#) »

Neue Research Note

geoXtend: Location Intelligence – BI wird räumlich -

[mehr](#) »

Merger & Acquisitions

Facebook, IBM, Software AG, Twitter und noch viele
andere - [mehr](#) »

Zahlen

Apple nicht zu stoppen, insgesamt gute Ergebnisse

- [mehr](#) »

Trends

Rund um die Wolke - [mehr](#) »

Kurzmeldungen

Neues zu BI und Big Data, zu Social Media, zur

Cloud und zur IT - [mehr](#) »

Und zum Schluss

Facebook-Etikette und Eitelkeiten - [mehr](#) »

Termine

Big Data und Location Intelligence - [mehr](#) »

Marktumfrage: Information Governance

Ihre Meinung zählt

Wie sind Sie in Sachen Information Governance aufgestellt? Das wollen wir in einer Kurz-Befragung herausfinden. Wir stellen Ihnen die 10 Top-Fragen, und bitten Sie um Ihre Meinung. Die Ergebnisse werden wir im

Juni-Newsletter vorstellen und diskutieren.

Als kleines Dankeschön verlosen wir den neusten [Kindle Touch 3G](#) unter den Teilnehmern/innen!

Achtung: Nur noch 10 Tage zum Ausfüllen des Fragebogens. Wir schließen die Befragung am 20. Mai!

Hier geht es zum [Fragebogen](#)

Vielen Dank! Die Befragung erfolgt anonym. Wenn gewünscht, kann jeder, der mitmacht, die Ergebnisse zugestellt bekommen.

Editorial

Trip-Report □ 7. IIR-Forum Stammdaten-Management

Die Vorträge und die wie immer intensiven Diskussionen beim siebten Stammdatenmanagement-Forum (**MDM** master data management) des IIR – diesmal am 25./26. April in Wiesbaden – drehten sich um die Themen Geschäftsprozess- und Stammdaten-Management, IT-Lösungen für MDM, Data Governance und Data Quality Management. Das Thema Data Governance im Kontext von Stammdaten-Management stand nun zum vierten Male hintereinander auf der Agenda, zog sich wieder durch fast alle Beiträge und unterstrich damit, dass man an diesem Thema nicht vorbeikommt: Menschen, Organisation, Prozesse und Technologie müssen zusammengebracht werden, damit der Erfolg von Stammdatenmanagement nachhaltig sichergestellt wird. Neu war das Thema MDM und Social Media. Hier ging es um die Frage, wie Social Media-Daten das traditionelle Stammdaten-Management beeinflussen können und werden.

In seiner einleitenden Keynote betrachtete Prof. Dr. Boris Otto vom IWI der Universität St. Gallen Stammdatenqualität als unternehmerischen Erfolgsfaktor. Stammdaten stellen insbesondere heute in der digitalisierten Welt den Kern des Unternehmens dar. Die betriebswirtschaftliche Motivation zu MDM sind funktionierende Prozesse und Automation, machbare Merger und Akquisitionen, Risikominimierung und Compliance sowie Erfolgs- und Leistungsmessung. Gerade jetzt in der digitalisierten Welt kommt eine weitere Motivation dazu: das Schaffen neuer Geschäftsmodelle à la Facebook und Amazon, die ganz auf Information aufgebaut sind. Daher ist Information als Anlagegut zu verstehen und entsprechend zu managen („information as a asset“). Information ist daher entscheidend, wenn man kundenzentrische Geschäftsmodelle, effiziente Wertschöpfung und Compliance als unternehmerische Ziele definiert.

Die Konferenz zeigte sehr eindrucksvoll, dass zunehmend **MDM als internes Business Process Management (BPM)** verstanden wird. Die Methoden und Werkzeuge des BPM finden so Eingang in die MDM-Welt. Das unterstrichen die Beiträge von Phoenix Contact (Workflows für Materialstammdaten in Business-Prozesse

integrieren), B. Braun Melsungen (Prozessoptimierung durch Stammdaten-Workflow), LTS Lohmann Therapie Systeme (Konzeption von MDM als internes BPM im Rahmen der Einführung eines Stammdatendaten-Managements) und Syngenta Crop Protection (Einsatz verschiedener Werkzeuge zur Vervollständigung der Stammdaten). Dazu kommt, dass man für MDM eine Strategie braucht, wie Camelot Management Consultants ausführten. Deren Studie zeigt, dass eine MDM-Strategie zu einem höheren MDM-Reifegrad im Unternehmen führt.

In der Vorstellung und Diskussion von **IT-Lösungen für MDM** zeigte sich deutlich, dass die Anbieter es versäumt haben, diesen Markt mit praxis-tauglichen und einsetzbaren Lösungen zu versorgen. Tenor im Vortrag der Bundesanstalt für Arbeit: Wir mussten zu einer Eigenentwicklung greifen, da Kaufsoftware unseren Anforderungen in keiner Weise genügte. In anderen Beiträgen (Beiersdorf, Festo, Syngenta Crop Protection) wurde zwar auf SAP-Basistechnologie zurückgegriffen, aber die MDM-Lösung war dann jeweils eine Eigenentwicklung auf dieser Plattform. Eine weitere Thematik im MDM ist hier auch die notwendige Vervollständigung von Stammdaten bei Migrationen (Interroll) und die maschinelle Prüfung von Stammdaten auf Richtigkeit und Vollständigkeit (Normize). Die Werkzeuge bieten zwar schon einiges, aber ohne manuelle Eingriffe kommt man noch lange nicht aus.

Erfolg im Stammdatenmanagement basiert auf **Data Governance**. Man braucht eine Governance-Organisation, die klare Rollen, Rechte und Verantwortlichkeiten verbindlich festlegt, und man braucht Governance-Prozesse, die das Stammdatenmanagement-Portfolio, den Lebenszyklus und die kontinuierliche Verbesserung durch Rückführung von Erfahrungen und Gelerntem zwecks Prozessoptimierung erlauben. Das wurde in nahezu allen Vorträgen diskutiert und zudem deutlich unterstrichen durch die Erfahrungen, die man bei BASF und B. Braun Melsungen gemacht hat. **Data Quality Management** zog sich ebenfalls als roter Faden durch fast alle Beiträge. Roche Diagnostics nutzt die DQ-Definition der DGIQ und hat eine „Nettodatenbankqualität“ als Kombination von nutzerrelevanten DQ-Massen definiert. Einen ähnlichen Weg geht man bei Beiersdorf, allerdings hat man hier Datenqualität aus der betrieblichen Praxis heraus definiert. Anhand von KPIs lässt sich in beiden Fällen ableiten, wo in der DQ Schmerz besteht und wo man mit DQ-Initiativen ansetzen sollte.

Der Social Media Manager von Hilti stellte die Social-Media-Initiativen seines Unternehmens vor. Seit einem Jahr beschäftigt man sich dort mit der Nutzung von Social Media. Dabei geht es sowohl um die Nutzung von Social Media als neuem Kanal zum Kunden und zum Markt als auch um ein Social Media Listening: Wie redet der Markt über mich und meine Mitbewerber? Man tastet sich bei Hilti an diese Themen heran. Beim Listening hat man mit Social Media Monitoring begonnen. Man nutzt auch schon entsprechende Social Media, um die Interaktion mit den Kunden zu verstärken. Hier ist eine starke Verbindung mit MDM gefragt. Ein erstes Problem, das sich sofort stellt, ist das Matching von Social Media-Personen mit den Kundendaten. Hier ist aktuell noch viel manuelles Arbeiten notwendig. Ganz besonders unterstreicht Hilti aber eine Grundsatzfrage in allen Social Media-Aktivitäten: Was ist die Relevanz fürs Unternehmen? Hier sind geeignete Relevanzmaße zu definieren für das Finden der richtigen Quellen und Medien, für die Vertrauenswürdigkeit von Daten und die Notwendigkeit in die Social Media-Kommunikation einzugreifen oder nicht. Wir stehen hier noch ganz am Anfang.

Mit den besten Grüßen aus Annecy / Haute Savoie

Dr. Wolfgang Martin



Folgen Sie uns auf [@wmartinteam](#)

Cubeware

Online-Seminare: Wissen, was zählt!

Online-Seminare: Wissen, was zählt!

Sehen Sie in nur 60 Minuten live – **geballtes BI-Wissen und spannende Praxis-Themen:**

- **Effizient Planen mit Cubeware** - so bekommen Fachabteilungen ihre Planung in den Griff
- **Berichte verteilen leicht gemacht** - vom automatisierten Export über Portalintegration bis Mobile BI
- **Cubeware rund um SAP**

>> **Jetzt anmelden!**

Exasol

Optimieren Sie Ihr SAP ERP und BW durch EXASolution



Den steigenden Anforderungen an BI-Infrastruktur kann SAP BW und SAP ERP nur bedingt entsprechen. Gerade die Punkte Skalierbarkeit, Flexibilität und Kostendruck stellen immer wieder große Herausforderungen dar. Eine Möglichkeit, dieses Problem zu umgehen, ist der Einsatz von EXASolution als Reporting Database in Ergänzung zu vorhandenen SAP ERP- und SAP BW-Systemen.

EXASOL stellt zusammen mit Theobald Software live dar, wie SAP-Systeme als Datenlieferant für EXASolution mit XTRACT EXA genutzt werden können.

Informieren Sie sich beim Webinar von EXASOL und Theobald Software, wie Sie

- Data Marts oder Data Warehouses in einer modernen Appliance konsolidieren,
- EXASolution als Ergänzung zu SAP nutzen können,
- große Kosteneinsparungen durch Effizienzsteigerung in der IT erzielen,
- die Performance Ihrer BI-Anwendung bis um den Faktor 1000 steigern.

Hier geht's zur [Anmeldung](#).

Neue Research Note

geoXtend: Location Intelligence BI wird räumlich

geoXtend – Innovation durch Location Intelligence, Business Intelligence wird räumlich.

Deutsch – Mai 2012 – Business Intelligence-Lösungen geben Antworten auf das „Wer, Was und Warum“. Location Intelligence beantwortet die Frage nach dem „Wo“. Durch Geocodierung (Hinzufügen einer Raum-Koordinate zu einem Adressdatensatz) und Anreicherung mit externer raumbezogener Information wie Produktaffinitäten, Lifestyle, Kaufkraft oder sozio-demographische Information werden die Daten im Unternehmen veredelt: Damit entsteht ein besserer ROI für den gesamten dispositiven Unternehmens-Datenbestand

(beispielsweise in einem Data Warehouse). Heute, im Zeitalter von Big Data bekommt Location Intelligence noch mehr Bedeutung. Das mobile Internet bringt eine Konvergenz von Information, Zeit und Raum. Mit Hilfe von Lokalisierungsdaten lässt sich Information nicht nur in einen zeitlichen Kontext stellen („Echtzeit-Information“), sondern auch in einen zeitlich-räumlichen Kontext. Das ist Echtzeit-Location Intelligence mit der man mit Kunden cross-medial interagieren kann: die virtuelle und die reale Welt verschmelzen. So wird Kundenwissen in den Zeit/Raum-Kontext gestellt und schafft Innovation in der Kundenkommunikation. Hier werden neue, innovative Geschäftsprozesse machbar, an die man bisher noch gar nicht gedacht hat.

Hier geht es zum [Download](#)

Merger & Acquisitions

Facebook, IBM, Software AG, Twitter und noch viele andere

Battery Ventures will den schwedischen ERP-Anbieter Jeeves kaufen. Der amerikanische Investor Battery Ventures bietet den Aktionären von Jeeves einen Bonus von 51% auf den Aktienkurs von Jeeves an der Stockholmer Börse vom 23. März. Das macht rund 237m SKR (ca. 26,6m Euro). Das Angebot läuft vom 16. April bis zum 07. Mai unter der Bedingung, einen 90% Anteil von Jeeves erwerben zu können. Der Aufsichtsrat von Jeeves begrüßt das Angebot. (27. März) Mehr dazu in der [Jeeves-Pressemitteilung](#)

Facebook schluckt Instagram für eine Milliarde Dollar. Instagram hatte nach einer gerade getätigten Finanzierungsrunde einen Marktwert von einer halben Milliarde Dollar. Warum legt Marc Zuckerberg für ein Start-Up mit gerade mal 30 Millionen Kunden, die rund 400 Millionen Photos mittels Instagram mit ihren Freunden teilen, keinen nennenswerten Umsatz macht und aus 12 Mitarbeitern besteht, das Doppelte auf den Tisch? (10. April) Mehr dazu bei [Spiegel Online](#), bei [Heise](#) und in einem [Cartoon](#)

Drei auf einen Streich: Übernahmen von europäischen sozio-kollaborativen Start-Ups. Die dänische Podio, die im UK ansässige oneDrum und die französische Blue Kiwi wurden alle am gleichen Tage von Citrix, Yammer und Atos übernommen. Das unterstreicht das wachsende Interesse an Social-Media-Stil Arbeitsweisen am Arbeitsplatz – ganz im Sinne meines letzten Editorials ([im April-Newsletter 2012](#)) zu Information Governance. (12. April) Mehr dazu bei [InformationAge](#).

IBM erweitert das Analytik-Portfolio mit der Übernahme von Varicent Software. Die privat gehaltene und in Toronto (Kanada) ansässige Varicent Software Incorporated ist Anbieter von analytischer Software für Bonifikation und Vertriebs-Performance Management. Die finanziellen Konditionen der Transaktion wurden nicht bekannt gegeben. Die Übernahme erweitert so die IBM Smarter Analytics-Möglichkeiten in allen Branchen und wird mit den vorhandenen IBM Software-Angeboten kombiniert. (13. April) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

Software AG kauft mit my-Channels Universal-Messaging-Technologie. Die Software AG übernimmt den

britischen Technologieanbieter my-Channels aus London. Im Rahmen ihrer Portfoliostrategie ergänzt die Software AG ihre vorhandene Integrationstechnologie mit einer äußerst schnellen („Low Latency“) Messaging-Software und baut sie weiter aus. Durch die Übernahme von my-Channels steht den Kunden der Software AG eine universelle Schicht für die Nachrichtenübertragung zur Verfügung, über die sie ihre Unternehmensanwendungen, Cloud-basierten Applikationen und mobilen Geräte durchgängig in den Datenaustausch einbinden können. Die Kunden sind nun in der Lage, große Mengen an unternehmenskritischen Datenströmen an ihre Mitarbeiter, Kunden und Partner zu übertragen – egal an welchem Ort, über welchen Kanal und für welche Endgeräte. Damit ist dieser Zukauf ein wichtiger Baustein bei der Umsetzung der Strategie für das In-Memory-Management von Big Data. Die Technologie von my-Channels unterstützt moderne Kommunikationsstandards wie MQTT und HTML5/webSockets. (16. April) Mehr dazu in der [Software AG-Pressemitteilung](#)

Twitter übernimmt die Mitarbeiter von Hotspots.io. Die Meldung befindet sich auf der Webseite von Hotspots.io, einem Social Media-Analytik-Anbieter. Seit dem 16. April arbeitet das Team von Hotspots.io jetzt im Twitter-Entwicklungsteam. Ziel ist das Entwickeln analytischer Werkzeuge für Twitters Anzeigen-Partner. Zum Kaufpreis wurden keine Angaben gemacht. Weder Twitter noch Hotspots.io gaben Auskunft, ob die Transaktion das gesamte Unternehmen oder nur das Team betrifft. (17. April) Mehr dazu bei [PCWorld](#)

Toshiba TEC übernimmt die IBM Retail Store Solutions (RSS) Geschäftseinheit. Mit dem Abschluss dieser Transaktion wird Toshiba TEC die weltweite Nummer 1 in Verkaufssystemen für den Handel. Toshiba TEC bietet seinen Kunden Hardware, Software und integrierte Handels-Lösungen. Toshiba TEC wird auch IBM Premier Business Partner für Smarter Commerce. Schließlich wird die IBM einen Anteil von 19,9% an Toshiba TEC halten. (17. April) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

Mit der Übernahme von Vivisimo baut IBM ihr Angebot im Bereich Big Data Analyse aus. IBM hat eine endgültige Vereinbarung über den Kauf von Vivisimo bekannt gegeben, einem führenden Anbieter von Software für Informationszugriff und Data Discovery. Diese ermöglicht es Organisationen, unternehmensweit über mehrere Systeme hinweg auf große Datenmengen zuzugreifen und diese zu analysieren. Vivisimo ist ein privat geführtes Unternehmen mit Sitz in Pittsburgh, Pennsylvania (USA). Finanzielle Details wurden nicht offen gelegt. (25. April) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

Übernahme von Tealeaf Technology: IBM treibt Smarter Commerce Initiative weiter voran. IBM hat eine endgültige Vereinbarung über den Kauf von Tealeaf Technology bekannt gegeben, einem führenden Anbieter von Software für die Analyse von Kundenverhalten. Diese ermöglicht es Online-Händlern schneller auf geänderte Marktanforderungen zu reagieren und dementsprechend ihren Kundensupport zu verbessern, ihre Webseiten benutzerfreundlicher zu gestalten, Marketingkampagnen zielgenau anzupassen und die Abverkaufsgeschwindigkeit des Webshops zu erhöhen. Tealeaf Technology wurde 1999 in San Francisco, Kalifornien, gegründet und verfügt über weitere Niederlassungen in Europa. Finanzielle Details wurden nicht offen gelegt. (02. Mai) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

Teradata übernimmt eCircle. Die Lösungen der 1999 gegründeten Münchner Marketing-Firma eCircle sollen nun die Teradata Marketinganwendungen ergänzen, die man bereits mit Aprimo erworben hatte. Nach der Übernahme werden eCircle-Manager "zentrale Führungspositionen" bei der zu Teradata gehörenden Aprimo übernehmen (02. Mai) Mehr dazu bei [ZDNet](#)

Zahlen

Apple nicht zu stoppen, insgesamt gute Ergebnisse

Lefebvre Software setzt Wachstum in 2011 fort. Der Jahresumsatz ist um 25% auf 42,228m Euro gestiegen, das EBITDA sogar um 50%. Der Lizenzumsatz stieg um 22% auf 9,7m Euro. Dabei machen die wiederkehrenden Umsätze 38 % des Gesamtumsatzes aus. (06. März) Mehr dazu (*en français*) in den [ERP-Infos](#).

Sand Technology mit erwartetem Verlust. Nach dem Verkauf von Nearline (SAP Information Life Cycle Management) an Informatica und der Neuausrichtung ist bei Sand erwartungsgemäß im Q4 (das am 31. Januar endete) ein Verlust aufgetreten. Der betrug 1.312.488 Can\$ bei einem Umsatz von 698.245 Can\$. Im Vorjahresquartal machte man noch einen Gewinn 80.089 Can\$ bei einem Umsatz von 1.782.713 Can\$. Mit anderen Worten: Noch werden im BigData-Geschäft nur kleine Brötchen gebacken! (31. März) Mehr dazu (*en français*) bei [Yahoo! Finance \(Québec\)](#)

Comarch Software und Beratung AG: endlich schwarze Zahlen im Q4/2011. Im Q4/2011 erwirtschaftete Comarch ein positives EBIT von 0,8m EUR (im Vorjahresquartal waren es -3,5m EUR) und konnte somit einen deutlichen Gewinnzuwachs verzeichnen. Trotz der positiven Entwicklung der Finanzergebnisse im Q4/2011 blieben die Verkaufserlöse in 2011 noch hinter den Erwartungen zurück. Diese sanken um 30 % auf 7,2m EUR. In den vergangenen zwölf Monaten lagen die Verkaufserlöse der Comarch Software und Beratung bei 28,5m EUR (2010: 36,9m). Das operative Ergebnis betrug -4,4m EUR (2010: -7,1m) und das EBITDA -1,2m EUR (2010: -1,7m). Die Investitionen in Forschung und Entwicklung blieben in 2011 auf einem hohen Niveau von 8,8m EUR (2010: 10,7m). (12. April) Mehr dazu in der [Comarch-Pressemitteilung](#)

Google mit Rekordumsatz. Im Q1/2012 erzielte Google einen Umsatz von \$10,65 Milliarden mit einem Gewinn von \$2,9 Milliarden. Im Vergleich zum Vorjahresquartal stieg der Umsatz um 24% (\$8,58 Milliarden) und der Gewinn um 26% (\$2,3 Milliarden). Erwirtschaftet hat Google 96% des Umsatzes mit Anzeigen, wobei 69% mit Google-eigenen Seiten und 27% mit Partner-Seiten (AdSense) generiert wurden. Die Zahl der Mitarbeiter stieg auf 33.077 (Vorjahr 26.316). (13. April) Mehr dazu in der [Google-Pressemitteilung](#)

IBM mit leicht enttäuschenden Quartalszahlen. IBM erzielte im Q1/2012 ein Umsatzwachstum von nur 0,3% auf \$24,67 Mrd. und blieb damit unter den von Analysten erwarteten \$24,8 Mrd. Der Nettogewinn stieg um 7,1% auf \$3,07 Mrd. Der bereinigte Gewinn je Aktie lag mit \$2,78 zwar deutlich über den Markterwartungen von \$2,65, aber IBM profitierte hier von einer niedrigen Steuerquote im Berichtsquartal. Die europäische Schuldenkrise lastete auf dem Ergebnis. Die Umsätze in EMEA reduzierten sich im Jahresvergleich um 2%. Die Nachwirkungen des Erdbebens in Japan lasteten am Consulting-Geschäft. Unterstützt wurde das leichte Umsatzwachstum von der Region Asien-Pazifik (plus 4%) und von den BRIC-Staaten (plus 10%). Sehr solide entwickelte sich einmal mehr das Software-Business. Hier stieg der Umsatz um 5,5% auf \$5,60 Mrd. Enttäuschend waren die

Hardware-Erlöse mit -6,7% im Vergleich zum Vorjahresquartal. Im nachbörslichen Handel verlor die IBM-Aktie rund 2,4%. (17. April) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

Microsoft-Aktie steigt nach Bekanntgabe der Quartalszahlen. Microsoft hat im Q3/2011-12 seinen Umsatz gesteigert und die Analystenerwartungen beim EPS geschlagen. Der Umsatz erhöhte sich um 6% auf \$17,41 Milliarden (\$16,43 Milliarden im Vorjahreszeitraum). Der Nettogewinn belief sich auf \$5,11 Milliarden bzw. \$0,60 je Aktie (\$5,23 Milliarden bzw. \$0,61 je Aktie im Vorjahr). (19. April) Mehr dazu in der [Microsoft-Pressemitteilung](#) und im [Handelsblatt](#)

Apple ist nicht zu stoppen, so titelt die FAZ zum Q2/2012-Ergebnis. Trotz aller Bedenken im Vorfeld der Publikation der Zahlen: Apple überzeugte mit dem Verkauf von 35,1 Millionen iPhones, 11,8 Millionen iPads und 4 Millionen Macs. Das macht einen Umsatz von \$39,2 Milliarden, ein Plus von 59% im Vergleich zum Vorjahresquartal, und \$11,6 Milliarden Gewinn. (24. April) Mehr dazu in der [Apple-Pressemitteilung](#) und in der [FAZ](#)

SAP überraschend gut. Die SAP setzt nun im neunten Quartal in Folge ein zweistelliges Wachstum der Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (Non-IFRS) fort. Die stiegen in diesem Q1/2012 um 12% auf 2,63 Mrd. € (währungsbereinigt um 10%). Dabei stiegen die Softwareerlöse im Q1/2012 allerdings nur um 4% auf 637m € (währungsbereinigt um 1%). Das Betriebsergebnis (Non-IFRS) stieg im Q1/2012 um 7% auf 834m € (währungsbereinigt um 3%). Das Ergebnis je Aktie (Non-IFRS) stieg um 11% auf 0,49 €. Dabei zeigen die Schlüsselinnovationen starkes Wachstum: 49m € mit SAP HANA und mobilen Lösungen, zunehmende Dynamik im Cloud-Geschäft mit einem Anstieg des Neugeschäfts von SuccessFactors um 69%. Nur das USA-Geschäft bereitet Sorge. Da hat man aber inzwischen mit Geraldine McBride eine neue Präsidentin berufen. (25. April) Mehr dazu in der [SAP-Pressemitteilung](#)

Informatica berichtet Rekord-Umsätze im Q1/2012. Der Umsatz stieg um 17% auf \$196,0m, der Software-Umsatz um 12% auf \$80,1m und der GAAP-Gewinn pro Aktie auf \$0,24. (26. April) Mehr dazu in der [Informatica-Pressemitteilung](#)

PSI erzielt im Q1/2012 Rekordauftragseingang. Der konnte um 28% auf 69m Euro (Vorjahresquartal 54m Euro) gesteigert werden. Der Konzernumsatz steigt um 5% auf 40,8m Euro (Vorjahresquartal 38,8m Euro) und das EBIT bleibt stabil bei 2,04m Euro. (26. April) Mehr dazu in der [PSI-Pressemitteilung](#)

QlikTech mit starkem Start ins Jahr 2012. Im Q1/2012 stieg der Umsatz mit \$79,2m im Vergleich zu Q1/2011 um 26%. Der Lizenzumsatz mit \$46,3m erhöhte sich im Vergleich zu Q1/2011 um 22%. (26. April) Mehr dazu in der [QlikTech-Pressemitteilung](#)

Software AG bestätigt Erwartungen. Mit einem Gesamtumsatz von 124,3m Euro erzielte im Q1/2012 der Geschäftsbereich Business Process Excellence (BPE) ein Q1-Rekordergebnis. Das BPE-Wachstum wurde getragen von einer anhaltend starken Performance in Europa. Mit einem Gesamtumsatz von 94,4m Euro übertraf der Geschäftsbereich Enterprise Transaction Systems (ETS) die Erwartungen. Der Wartungsumsatz erreichte mit 96,3m Euro neue Rekordhöhe. Trotz höherer Investitionen in Forschung & Entwicklung und Vertrieb erreichte das

Trends

Rund um die Wolke

Senken Sie ihre Erwartungen zu Cloud-SLAs. Service Level Agreements für cloud-basierte Software-Services sind in der Regel nicht so maßgeschneidert, granular und sorgfältig wie SLAs für traditionelle IT-Services. In der Tat sind Verträge für Cloud-Services vielfach standardisiert und decken nur gewisse Basis-Anforderungen ab. Typischerweise hat Cloud Software ein allgemeines und für alle Zwecke gleiches SLA. Dazu gehört ein gewisser Standardumfang von Performance-Garantien, die die wesentlichen und allgemeinen Nutzeranforderungen abdecken sollen. Während traditionelle IT-Services an die Performance- und Verfügbarkeitsanforderungen eines gegebenen Prozesses oder einer Applikation angepasst werden, gilt für Cloud-Services die Zielsetzung von „economy-of-scale“, die eben durch die von mehreren Kunden gleichzeitig genutzten Ressourcen möglich ist. Konsequenterweise bekommen so alle Nutzer die gleichen Performance-Garantien. Mehr noch, da Cloud-Services immer noch relativ neu sind, decken SLAs oft nur ein gewisses Minimum ab: Es fehlen eben die Erfahrungen, und so sind Verfügbarkeitsgarantien meist in einer unverbindlicheren Sprache beschrieben und nicht so präzise formuliert, wie man es gewohnt ist. Da schließlich das Internet im Endeffekt die Grundlage für Cloud-Services darstellt, gibt es auch Fehlerquellen, die jenseits der Verantwortung der Anbieter liegen und die sich SLAs entziehen. Mehr dazu in Beth Stackpole's Artikel in [InformationWeek](#)

Sind die Tage des CIOs gezählt? Etwas poetisierend vergleicht Tony Kontzer in einem Blogbeitrag auf CIO Insight das Schicksal der CIOs mit dem der Dinosaurier: Aufgrund einer Meteorit-gleichen Wirkung des Cloud Computing sollen die CIOs wie einst die Dinos aussterben. Es scheint jedenfalls so, als ob viele Chief Finance Officer so denken. Das zeigt eine Marktumfrage von Getronics, einer Tochter des niederländischen Telekom-Unternehmens KPN. Nahezu 20% der befragten CFOs, die in Großunternehmen im UK arbeiten, glauben, dass die CIO-Rolle in 5 Jahren nicht mehr da sein wird. Und die das glauben, nehmen zu 43% an, dass die CIO-Rolle in die Finanz-Abteilung eingebaut wird. Aber – so Tony Kontzer – das sei mit Vorsicht zu interpretieren. Denn als erstes sollte man sich erinnern, dass bereits eine Entwicklung eingesetzt hat, die den Interessenkonflikt CFO/CIO entschärft: Immer mehr CIOs berichten bereits an den CFO, so dass viele CIOs dann auch Kandidaten sind, selbst CFO zu werden. Weiterhin sind heutige CIOs in der Regel fest im Business verankert. "CIOs have faced growing pressure over the past decade to have a better understanding of their businesses, and as a result, many have shored up on skills that, frankly, translate better to a future in which IT is really a service-delivery arm that oversees the economics of how those services are procured and optimized," meint Tony Kontzer. Dazu kommt, dass viele Unternehmen in private Wolken investieren. Das aber bedeutet, dass solche Systeme weiterhin gemanagt werden müssen genauso wie die Integration der privaten Wolke mit dem Rest der IT-Infrastruktur. Daher wird die CIO-Rolle nicht so einfach verschwinden, wird aber auch nicht einfacher werden. Das sehen auch mehr als die Hälfte der in der Getronics Marktstudie befragten CFOs, die insbesondere einen Mangel an Integration zwischen Finanz-Abteilung und IT sehen, der insbesondere erwartete Kosteneinsparungen verhindert. "I'm sure that's just what beleaguered CIOs want to hear. Their career professional status may now hinge on the ability to perform yet another death-defying integration, one the CFO has a direct interest in." Mehr dazu in Tony Kontzer's Beitrag auf [CIO Insight](#)

Kurzmeldungen

Neues zu BI und Big Data, zu Social Media, zur Cloud und zur IT

ROI von Textanalytik. Wer einen guten ROI will, muss entsprechend planen. Das gilt auch für Textanalytik. Mehr dazu von Meta S. Brown in einem Blogbeitrag auf [smart data collective](#)

Gartner: BI-Markt wächst deutlich zweistellig. Der BI-Markt ist in 2011 um 16,4% auf \$12,24 Milliarden gewachsen (Vorjahr \$10,5 Milliarden). BI bleibt auch auf Wachstumskurs, denn in 2012 steht BI weiterhin als Nummer 1 auf der Prioritätsliste der CIOs. Bei den Anbietern hat sich in der Rangfolge nichts geändert. SAP führt den Markt an mit einem Marktanteil von 23,6% vor Oracle (15,6%), SAS Institute (12,6%), IBM (12,1%) und Microsoft (8,7%). Mehr dazu (*en français*) bei [datanews](#)

Der CEP-Markt boomt. 2013 soll der CEP(complex event processing)-Markt auf insgesamt \$276m wachsen. Bemerkenswert ist auch, dass der Markt nicht mehr von Nischenanbietern beherrscht wird, sondern dass hier jetzt auch alle „Großen“ mitmischen: IBM, Microsoft, Oracle und SAP. Mehr dazu in [Wall Street & Technology](#)

Kombinieren von Enterprise Search mit Analytik. In einem Interview mit Roberto Zicari gibt Jonathan Ellis, CTO und Mitgründer von DataStax und Project Chair von Apache Cassandra, Einblicke in DataStax Enterprise 2.0, die neue kommerzielle Version von Cassandra. "Enterprise Search implies being able to search multiple types of data generated by an enterprise. DSE2 takes this to the next level by integrating this with a real time database AND powerful analytics," tönt Jonathan Ellis. Lesen Sie das Interview auf [odbms.org](#)

HADOOP, vielversprechend, aber noch in den Kinderschuhen. Die Potenziale und Risiken werden in diesem Beitrag von Joe McKendrick in [Data Base Trends and Applications](#) gut zusammengefasst.

Was ist das größte Hindernis beim Umgang mit Big Data? Es sind Sie und ich, denn der Umgang mit Big Data erfordert ein neues Denken. Denn wir sind es noch nicht wirklich gewohnt, Daten zu vertrauen und mit Daten als Fakten zu entscheiden. Wir folgen immer noch zu sehr unserem Erfahrungswissen, das aber heute bei weitem nicht mehr ausreicht. Mehr dazu bei [gigaom](#)

Data Virtualization. Einen guten Überblick zum neuen Data Warehouse-Thema Datenvirtualisierung inklusive Kundenerfahrungen finden Sie bei [InformationAge](#)

HANA und Exalytics: SAP's Hype versus Oracle's FUD. Ein lesenswerter Artikel von Doug Henschen in der [InformationWeek](#) zu den Fakten und zum Oracle-Angriff auf das SAP-Marketing und eine SAP-Replik auf den

Oracle-Angriff finden Sie bei [PCWorld](#)

Vom Schwarmdenken und sozialen Netzen im Unternehmen. Bevor sie ihre E-Mail abschalten und alles auf soziale Kollaborations-Werkzeuge setzen, sollten Sie besser wissen, was die Basis und die Grundlagen sind und welche Konsequenzen der Einsatz im Unternehmen hat. Mehr dazu bei [InformationWeek](#)

Soziale Netze: Euer Internet ist nur geborgt. Absolut lesenswert ist diese Kolumne von Sascha Lobo bei [SpiegelOnline](#). Im Endeffekt bedeutet das auch, dass Big Data aus sozialen Netzwerken nur die Zuckerberg-verzerrte Variante der Kommunikation im Internet darstellt oder: Nur was Big Brother erlaubt, darf auch gesagt werden!

6 Gründe, mehr als einen Cloud-Anbieter zu engagieren. Im deutschsprachigen Markt wird noch viel diskutiert, ob man Cloud-Services nutzen sollte. Woanders wird diskutiert, ob man einen oder mehrere Anbieter engagieren sollte. Dazu gehören beispielsweise die Unternehmen Coupa Software und Music Mastermind. Mehr dazu bei [InformationWeek](#)

Gartner: IT-Ausgaben in Westeuropa immer noch in der Rezession. Die IT-Ausgaben in Westeuropa sollen in 2012 um 4% auf \$797 Milliarden zurückgehen, sollen aber ab 2013 wieder wachsen. Gartner sieht ein jährliches Wachstum von 0,8% bis 2016 voraus. Dann sollen die IT-Ausgaben \$865 Milliarden betragen. Mehr dazu bei [InformationAge](#)

Was ist das Besondere am IT-Führungsstil? Warum sollte sich IT-Führungsstil vom allgemeinen Führungsstil im Unternehmen unterscheiden? Das liegt auf der Hand, denn IT-Führerschaft bedeutet Mitarbeiter führen, die normalerweise nicht an die IT berichten, und Executives führen, über die man keine Autorität hat. Mehr dazu in Marc J. Schiller's Artikel bei [CIO Insight](#)

Und zum Schluss

Facebook-Etikette und Eitelkeiten

Bloß nicht: 5 Dinge, die man auf Facebook tunlichst unterlassen sollte. Kaum zu glauben, aber wahr! Diese Fakten und Anekdoten finden Sie auf [PCWorld](#)

Eine andere „dunkle Seite“ von Facebook. Eine Studie zeigt Verbindungen zwischen Verhalten auf Facebook und sozial aggressivem Narzissmus. Facebook und andere Social Media bieten eine Plattform für Selbstbeweihräucherung und oberflächlichen Freundschaften. Wussten wir doch schon, oder? Mehr zu dieser Studie bei [The Guardian](#)

Termine

Big Data und Location Intelligence



Frankfurt, 24. Mai 2012

Erweiterung von IBM Cognos BI um „Location Intelligence“ Smarter decisions – Better Results, eine Veranstaltung im IBM Forum in Frankfurt/M mit Keynote von Dr. Wolfgang Martin: „BI im Zeitalter von Big Data – Innovation durch Location Intelligence“.

Hier geht es zur [Agenda und Anmeldung](#)



Frankfurt, 12. Juni 2012,

Radisson Blu

Uniserv-Innovative – Better Data. Better Business. MehrWert für CRM & Co. in Zeiten von Big Data.

Big Data, Business Intelligence, Data Warehouse etc. stellen neue Anforderungen an die Technologien der Datenhaltung, des Datenmanagements und der Analytik. Am 12. Juli dreht sich auf der Veranstaltung „Innovative 2012“ in Frankfurt alles um die neuesten Trends: Erfahren Sie, wie Sie den entscheidenden Mehrwert für Ihr Unternehmen schaffen, profitieren Sie vom Marktwissen der hochkarätigen Keynote-Speaker Dr. Wolfgang Martin und Dr. Carsten Bange und lernen Sie von anschaulichen Best-Practices.

Die Anmeldung und weitere Informationen finden Sie [hier](#).

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