



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

Trip-Report: IBM-SAP-Allianz-Briefing,
Rüschlikon/Zürich - [mehr](#) »

Exasol

EXAPowerlytics: Leistungsstark mit In-Database
Analytics und Hadoop-Integration zur Analyse
unstrukturierter Daten. - [mehr](#) »

Neue Research Note

Metasonic – Big Data und subjekt-orientiertes
Geschäftsprozess-Management - [mehr](#) »

Merger & Acquisitions

BI-Anbieter verstärken sich in Cloud und prädiktiver
Analyse - [mehr](#) »

Zahlen

Die Krise schlägt sich nun auch in der IT-Branche
nieder - [mehr](#) »

Trends

Vom Status des CIO und dem Rang von IT im
Unternehmen - [mehr](#) »

Kurzmeldungen

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

Und zum Schluss...

Guerilla-Marketing - [mehr](#) »

Editorial

Trip-Report: IBM-SAP-Allianz-Briefing, Rüschlikon/Zürich

Am 16./17. Oktober fand das jährliche IBM-SAP-Allianz-Briefing statt, diesmal in den Zürich Research Labs in Rüschlikon. Wie immer gab es auch einen Einblick in die Labs. Hier wird in Sachen Nano-Technologie geforscht und es gab Übersichten zu „Smart Grid“ und „Watson“.

1. Smart Grid beschäftigt sich mit der Optimierung von Angebot und Nachfrage in Elektrizitätsnetzen zur Versorgung von elektrischen Autos. Dabei geht es einerseits um mathematische Optimierungsalgorithmen, aber

andererseits auch um Preismodelle, um die Verbrauchernachfrage möglichst flexibel zu halten. Randbedingung ist einerseits das Verhalten der Batterien in den Autos, die länger leben, wenn man sie schonend, also nicht zu schnell auflädt, andererseits der Bedarf der Autofahrer, die zu einem bestimmten Zeitpunkt wieder ein fahrbereites Auto erwarten. Insofern ist die Optimierungsaufgabe recht komplex, vor allem auch deshalb, weil mathematische Optimierung des Angebots und der Nachfrage nach Strom jetzt mit den Kundenwünschen von günstigem Preis und Verfügbarkeit der Autos in Einklang gebracht werden müssen. In den Zürich Labs laufen dazu erst einmal Simulationen und ein kleiner lokaler Feldversuch im Raum Zürich. Begonnen und noch weiter ausgebaut wird ein großflächiger Feldversuch in Bornholm, wo sämtliche Fahrzeuge - man spricht von ca. 60.000 - elektrisch betrieben werden sollen. Von den Ergebnissen verspricht man sich viel. Allerdings weiß man auch, dass elektrische Autos nicht unbedingt der Weisheit letzter Schluss sind. Das große Problem ist die Entsorgung der Batterien bei der Verschrottung von Elektroautos. Dadurch wird die günstige CO₂-Verbrauchsrate während der Lebenszeit solcher Fahrzeuge am Ende wieder aufgehoben. Im Sinne des CO₂-Fussabdrucks gewinnt man nichts. Mit anderen Worten: die Sache ist wesentlich komplexer als so mancher Politiker glaubt.

2. Watson ist beeindruckend. Er ist der Vorreiter der sogenannten „cognitive systems era“. Aktuell wird er auf seinen Einsatz im Gesundheitswesen vorbereitet. Dort dient er als Diagnose- und Therapie-Empfehlungsmaschine und ist so Assistent eines Arztes. Der Watson-Vorteil: die Maschine kennt die gesamte und aktuelle Literatur der medizinischen Forschung. Dadurch kann die eingesetzte Software anhand von Krankheitsmerkmalen Diagnosen geben und mittels Evidenzmaßen bewerten. Wenn Information fehlt, können auch noch durchzuführende Tests vorgeschlagen werden, um den gesamten Kontext einer Krankheit zu bekommen. Die gegebenen Diagnosen können vom Arzt hinterfragt werden, und Watson gibt die entscheidenden Literaturquellen, auf die sich seine Evidenzmaße beziehen. Das Gleiche gilt für die Therapie-Vorschläge. Hier können Prioritäten gesetzt werden zwischen aus medizinischer Sicht besseren Therapien und den Patienten schonenden (schmerzarmer etc.) Therapien. Zukünftige Einsatzgebiete: Diagnose- und Wartungsprozesse in allen Branchen. Mit der Vermarktung hat die IBM inzwischen begonnen. Angeboten wird Watson als SaaS, also aus der Cloud.

3. Nun zur IBM-SAP-Allianz. IBM hat inzwischen 29.000 ausgebildete SAP-Berater, deutlich mehr als die SAP selbst. IBM ist auch der SAP HANA-Partner Nummer 1 (gemessen an Hardware und Services). IBM spricht von einem 60%igem Marktanteil. IBM ist auch dabei, Cognos auf HANA zu setzen. In Sachen Business Analytik ist in den von der IBM durchgeführten SAP-Einführungsprojekten der Analytik-Anteil von bisher 9,5% bis 14,5% auf 20% bis 30% des Projektwertes gestiegen. Interessant war auch noch der Review der 5 HANA Use Case-Szenarien:

- HANA als Technologie-Plattform als dynamischer Data Mart für Adhoc-Analysen.
- HANA als „side-by-side“-Lösung zum BW für Adhoc-Abfragen und Closed-Loop-Szenarien. Das entspricht im Wesentlichen dem Einsatzgebiet des BW-Accelerators.
- HANA wie im Use Case N°2, aber jetzt mit Business Objects als BI-Werkzeug auf HANA.
- BW auf HANA.
- Neue Applikationen. Hieran arbeitet die SAP. Hoffentlich gibt es bei der SAPPHERE in Madrid mehr Information dazu.

IBM meint, dass ihre HANA Appliance einen wesentlichen Vorteil gegenüber den Alternativen anderer Hersteller hat: IBM nutzt ein hoch-performantes File Management System à la HDFS in Hadoop, während andere Hersteller

auf langsamere UNIX-File- oder Speicherlösungen zurückgreifen müssen.

4. Außerdem gab es auch eine gute Einführung in die IBM Pure Systems, die am besten als System Appliance (im Gegensatz zu Application oder Data Appliances) verstanden werden können. Eine Pure Systems Maschine ist also gleichzeitig ein IT-Service. Das erspart viele bisher manuelle Schritte in der Systemadministration in der IT. Das bedeutet auch einen tiefen Eingriff in die IT-Organisation, die sich mit der Nutzung von Pure Systems am besten wie eine Cloud-IT-Organisation aufstellt. So ist denn auch Pure Systems für SAP eine private Cloud.

In diesem Zusammenhang ist die TOSCA-Initiative wichtig. Sie kommt aus Eclipse und beschäftigt sich mit der Standardisierung von semantischen Schnittstellen bei der Cloud-Integration. Hier arbeiten IBM und SAP zusammen mit Red Hat, CA, NetApp etc. Erste Ergebnisse werden Mitte 2013 erwartet. Leider fehlen in dieser Initiative HP, Microsoft und Oracle. Da schauen wir mal, ob sich die IBM mit der SAP auch durchsetzen kann....

mit den besten Grüßen aus Annecy / Haute Savoie

Dr. Wolfgang Martin



Folgen Sie uns auf [@wmartinteam](#)

Exasol

EXAPowerlytics: Leistungsstark mit In-Database Analytics und Hadoop-Integration zur Analyse unstrukturierter Daten.



Gute Gründe für EXAPowerlytics:

- erlaubt MapReduce-Algorithmen, die Integration von **Hadoop** und die Verarbeitung von unstrukturierten Daten
- ermöglicht durch **In-Database Analytics** neue Analysen, bei denen herkömmliche SQL- und BI-Tools an ihre Grenzen stoßen
- konzipiert zur skalierbaren, parallelen Verarbeitung durch die eingebettete Scripting Engine des EXASolution Clusters
- kann elegant mit nativen SQL-Features kombiniert werden, um individuelle analytische Anwendungen mit höchster Performance zu erstellen.

Ihre Vorteile:

- Schnellere Entscheidungen dank schnellerer Datenverfügbarkeit
- Bessere Kurzzeitplanung auf der Basis schnell verfügbarer Analysen
- Echtzeit-Analysen – auch auf sehr große Datenbestände präzise
- Klarere Ergebnisse dank komplexer Datenabfragen

Informieren Sie sich bei einem **Webinar** über die **Beschleunigung** Ihrer BI-Anwendung.

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

Neue Research Note

Metasonic Big Data und subjekt-orientiertes Geschäftsprozess-Management

Metasonic – Research Note – Agile Unternehmen sind daten-getrieben: *Big Data trifft Geschäftsprozesse.*

In der heutigen Dauerkrise können nur agile Unternehmen prosperieren. Gleichzeitig mit der Dauerkrise schreitet die Digitalisierung der Welt voran. Das erfordert Agilität im Big Data-Zeitalter: Das bedeutet, stets die aktuelle Information zu haben, um sein Unternehmen und seine Prozesse optimal steuern zu können. Das Unerwartete darf nicht überraschen. Jetzt kommt es darauf an, die richtigen Daten schnell zu analysieren, Prognosen und Trends zügig abzuleiten, die richtigen Entscheidungen schnell zu treffen und vor allem auch, schnell umzusetzen. Dazu braucht man ein agiles Geschäftsprozessmanagement, das von den Mitarbeitern verstanden, akzeptiert und gelebt wird. Das leistet die dynamische, subjektorientierte Methodik (S-BPM) und Technologie. Mit dem Ansatz, Kommunikation statt Kontrolle können alle Prozesse, also auch Kreativ- und Situativ-Prozesse, erfolgreich und schnell modelliert und ausgeführt werden. Die ständig notwendigen Prozessänderungen können jederzeit „on the fly“ durchgeführt werden. So bleiben alle Prozesse „in tune“. Das ist die technische und methodische Voraussetzung, um hohe Veränderungsgeschwindigkeiten und ein kontinuierliches Lernen im Unternehmen zu erreichen. Hier geht es zum [Download](#)

Merger & Acquisitions

BI-Anbieter verstärken sich in Cloud und prädiktiver Analyse

Adaptive Planning kauft myDIALS und geht so in die Cloud-basierte Business Intelligence. Fast unbemerkt im Markt hat Adaptive Planning die in Privatbesitz befindliche myDIALS, einen Anbieter von cloud-basierter Daten-Visualisierung übernommen. Finanzielle Details wurden nicht bekannt. (10. Sept.) Mehr dazu in der [Adaptive Planning-Pressemitteilung](#)

Lithium kauft Social Dynamx, um sich in sozialen Kundendiensten zu verstärken. Social Dynamx erlaubt Unternehmen ein Monitoring der Kommunikation in sozialen Kanälen. Das Produkt ist bereits in die Lithium Produktfamilie integriert und als neue Marke Lithium Social Web positioniert. Interessant ist an Social Dynamx nicht nur die Technologie, sondern vor allem die Kundenliste, in der Namen wie Time Warner Cable, DISH Network und Convio auffallen. (09. Okt.) Mehr dazu im [Lithium-Video](#)

Apple will mit Color Labs eine Foto-Sharing-App kaufen. Apple soll einen hohen zweistelligen Millionen-Dollar-Betrag für Color Labs ausgeben. Die Apps ermöglichen es, Bilder, Videos und Text mit Menschen am selben Ort zu teilen. Vom Color Labs-Firmenchef Bill Nguyen hatte Apple bereits Lala gekauft. (18. Okt.) Mehr dazu bei [Golem](#)

Actuate, The BIRT Company™, hat das spanische Unternehmen Quiterian S.L. übernommen. Quiterian entwickelt Software für Visual Datamining, Social Media Analytics und Predictive Analytics. Die Lösungen ergänzen Actuates Flaggschiffprodukt ActuateOne und werden künftig als BIRT Analytics in die Business Intelligence Plattform integriert. Die Akquisition ist bereits abgeschlossen. Über die finanziellen Details der

Übernahme wurde Stillschweigen vereinbart. (22. Okt.) Mehr dazu in der [Actuate-Pressemitteilung](#)

Jive kauft Meetings.io und Producteev. Mit Meetings.io ergänzt Jive seine "Social Enterprise"-Produktpalette um ein Video-Meeting-Werkzeug, ein „must-have“ Feature, das bisher fehlte. Producteev ist ein cloud-basiertes Aufgaben-Managementsystem, das sich ebenfalls gut in das Jive-Angebot einfügt. (07. Nov.) Mehr dazu im [Jive News Blog](#)

Axway will Vordel übernehmen. Die Kombination von Axways Stärken in MFT, B2B und Integration mit Vordels Stärken in API-Management, SOA Governance und Identity-Management wird den Kunden eine Rundum-Suite geben, die alle gängigen Enterprise Integration Patterns unterstützt. Der Datenfluss im Unternehmen und in Unternehmensverbänden bekommt damit eine durchgängige Governance unabhängig davon, ob es sich bei den Daten um B2B, MFT, API oder Web-Services handelt. Die Axway/Vordel Suite hat einen Impact auf B2B-Integration, Cloud-Integration, mobilen Zugriff auf Legacy-Daten und auf Identity-Lösungen. Ein zentrales Policy-Management gibt durchgängige Sichtbarkeit von der Cloud zu On-Premises, von B2B zu API und von Legacy zu Mobile. Die Vordel-Produkte und Lösungen werden zum Kernstück in der Axway Suite. Finanzielle Details der Transaktion wurden nicht bekannt. Die Transaktion soll noch in diesem Quartal abgeschlossen werden. (07. Nov.) Mehr dazu in der [Axway-Pressemitteilung](#)

Oracle erwirbt eine Minderheitsbeteiligung am PaaS-Anbieter Engine Yard. Engine Yard PaaS unterstützt Ruby, PHP und Node.js Applikationen. Oracle und Engine Yard wollen ihre PaaS-Angebote miteinander verknüpfen, um ein schnelles Entwickeln von Anwendungen in einer sicheren, zuverlässigen und skalierbaren Umgebung zu ermöglichen. Finanzielle Details wurden nicht bekannt gegeben (13. Nov.) Mehr dazu in der [InfoWorld](#)

Zahlen

Die Krise schlägt sich nun auch in der IT-Branche nieder

IBM mit gemischten Quartalszahlen: Umsatzrückgang, aber Gewinn gefestigt. IBM berichtet einen Umsatzrückgang auf \$24,747 Milliarden bei nahezu gleichem Gewinn von \$3,824 Milliarden. Gegenüber dem Vorjahr ging der Umsatz um 5,6% zurück (\$26,157 Mrd.). Die größten Umsatzverluste musste IBM im europäischen Markt (-9%) sowie in Nordamerika (-4%) hinnehmen, während der asiatische Markt um 1% wuchs, die „BRIC“-Länder – Brasilien, Russland, Indien und China – um 4%. Die Marge sinkt leicht auf 47,4%, da der Gewinn nahezu unverändert von den Umsatzenschwankungen blieb. Bei IBM ist die Stimmung verhalten. Man erwartet aufgrund der wirtschaftlichen Lage keine großen Änderungen zum letzten Quartal. Diese verhaltene Stimmung sorgte nachbörslich dafür, dass die Aktie zwischenzeitlich um fast 4% nachgab. (16. Okt.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#) und bei [InformationWeek](#)

Google verliert Milliarden an Börsenwert. Mit einem Patzer hat Google Milliarden an Börsenwert

vernichtet: Die Geschäftszahlen zum Q3/2012 wurden noch während des laufenden Börsenhandels in New York veröffentlicht. Zuerst herrschte Verwirrung, dann drückten die Händler auf den Verkaufsknopf: Deutlich gestiegene Kosten – vor allem durch die Übernahme des Mobiltelefon-Herstellers Motorola – drückten stark auf den Gewinn. Dazu kam, dass Google in seinem Kerngeschäft weniger Geld pro Klick von seinen Werbekunden einnehmen konnte. (18. Okt.) Mehr dazu in der [Google-Pressemitteilung](#) und in [stern.de](#)

Microsoft Q3/2012: Umsatz und Gewinn enttäuschen. Wenige Tage vor dem Verkaufsstart von Windows 8 muss Microsoft einen Rückschlag hinnehmen. Weil das aktuelle Windows 7 sich nur noch schwer verkauft und der gesamte PC-Markt schwächelt, ging der Konzernumsatz im Q1 (Juli bis September) um 8% auf \$16,0 Milliarden zurück. Der Gewinn ging um 22% von \$5,74 auf \$4,47 Milliarden zurück. Pro Anteilsschein gab es ein Ergebnis von \$0,53 nach \$0,68 im Vorjahreszeitraum. Die Aktie fiel nachbörslich um 2%. (18. Okt.) Mehr dazu in der [Microsoft-Pressemitteilung](#) und in der [InfoWorld](#)

Facebook zeigt Erfolge in der mobilen Werbung. Im Q3/2012 betrug der Umsatz \$377m im Vergleich \$414m im Vorjahresquartal. Auf Grund der Besteuerung einer aktienbasierten Kompensation betrug der Verlust \$59m im Vergleich zu einem Gewinn von \$227m im Vorjahresquartal. Ein Lichtblick für Facebook: Die Einnahmen für mobile Werbung stiegen auf 14% der Gesamtwerbeeinnahmen. Da kletterte der Aktienkurs gleich um 13%. (23. Okt.) Mehr dazu in der [Facebook-Pressemitteilung](#) und bei [InformationWeek](#)

SAP mit Rekordergebnissen im Q3/2012 - Softwareerlöse übertreffen 1 Mrd. €. Die Softwareerlöse sind um 17 % auf 1,026m € gestiegen (währungsbereinigt um 12%). Die Software- und softwarebezogenen Serviceerlöse (Non-IFRS) sind um 19 % auf 3,21 Mrd. € gestiegen (währungsbereinigt um 13%). Es gab ein dreistelliges Wachstum bei den wichtigsten Innovationen – Cloud, SAP HANA und mobile Lösungen. Das Betriebsergebnis (Non-IFRS) stieg um 10% auf 1,24 Mrd. € (währungsbereinigt um 4 %). Der Vorjahresvergleich des Betriebsergebnisses (IFRS) und der operativen Marge (IFRS) wurde durch den Gewinn aus der Verringerung der TomorrowNow-Rückstellung um 723 Mio. € im Q3/2011 beeinflusst. (24. Okt.) Mehr dazu in der [SAP-Pressemitteilung](#)

Informatica Q3/2012: Ergebnisse sinken im 2. Quartal in Folge. Der Gesamtumsatz beläuft sich auf \$190,3m nach \$195,9m im Vorjahresquartal. Die Lizenzumsätze sinken auf \$65,9m nach \$83,7m im Vorjahresquartal. Der Gewinn nach GAAP sinkt auf \$0,14 pro Aktie nach \$0,24 im Vorjahresquartal. Lichtblicke sind aber einige große Deals: 13 davon über \$1m und 75 über \$300.000. (25. Okt.) Mehr dazu in der [Informatica-Pressemitteilung](#)

QlikTech steigert den Umsatz wieder zweistellig, schreibt aber einen Verlust. Der Umsatz steigt im Q3/2012 auf \$86,1m im Vergleich zum Vorjahr um 14% (20% ohne Berücksichtigung der Wechselkurseinflüsse). Der Lizenzumsatz steigt auf \$48,8m im Vergleich zum Vorjahr um 7% (13% ohne Berücksichtigung der Wechselkurseinflüsse). Der GAAP-Verlust beträgt (\$1,8)m im Vergleich zu einem Gewinn von \$2,1m im Vorjahresquartal. (25. Okt.) Mehr dazu in der [QlikTech-Pressemitteilung](#)

Der PC-Markt schrumpft und Apple wächst. Apple berichtet in seinem Q4/2012 einen Umsatz von \$36 Milliarden und einen Gewinn von \$8,2 Milliarden. Verkauft wurden 26,9 Millionen iPhones, 14 Millionen iPads, 4,9 Millionen Macs und 5,3 Millionen iPods. (25. Okt.) Mehr dazu in der [Apple-Pressemitteilung](#) und im [spiegel.online](#)

Actuate: Lizenzumsatz wächst zweistellig. Im Q3/2012 ging zwar der Gesamtumsatz bedingt vor allem durch die Krise in Europa um 5% zurück (auf \$32,2m von \$33,8m im Vorjahresquartal), aber die Lizenzumsätze stiegen um 13% (auf \$13,3m von \$11,8m im Vorjahresquartal). Da haben zwei Mega-Deals mit je über \$1m geholfen. (29. Okt.) Mehr dazu in der [Actuate-Pressemitteilung](#)

MicroStrategy Q3/2012: Lizenzumsätze sinken. Der Umsatz stieg zwar noch um 1% von \$141,7m im Vorjahresquartal auf \$143,2m, aber die Lizenzumsätze sanken um 19% von \$39,3 im Vorjahresquartal auf jetzt \$31,7m. Die operativen Ausgaben konnten um 4% von \$103,5m im Vorjahresquartal auf \$99,0m gesenkt werden. Das schaffte man insbesondere mit einem Senken der Kosten für Vertrieb und Marketing. Der Netto-Gewinn im Q3/2012 betrug \$4,8m (\$0,43 pro Aktie) und sank so leicht von den \$4,9m im Vorjahresquartal. (29. Okt.) Mehr dazu in der [MicroStrategy-Pressemitteilung](#)

Vertriebskosten schmälern den Software AG-Quartalsgewinn. Der Ausbau des Vertriebs in Nordamerika hat den Gewinn der Software AG im Q3/2012 gedämpft. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) beträgt 61,1 Millionen Euro im Vergleich zu 72,0 Millionen Euro im Vorjahr. Auch der Gesamtumsatz sank im Vergleich zum Vorjahr, da die Software AG weniger Dienstleistungen zur Installation von Programmen von SAP verkaufen konnte. Der Gesamtumsatz betrug 257,4 Millionen Euro nach 274,6 Millionen Euro. (30. Okt.) Mehr dazu in der [Software AG Pressemitteilung](#)

Talend wächst zweistellig. Talend hat im Q3/2012 hohe Auftragseingänge verzeichnet. Das Wachstum betrug 45% im Vergleich zum Vorjahresquartal. Das stärkste Wachstum wurde in diesem Quartal mit einem Anstieg der Bestellungen um 52% in den USA und um 44% in Westeuropa verzeichnet. (30. Okt.) Mehr dazu in der [Talend-Pressemitteilung](#)

FICO steigert den Umsatz, verdient aber weniger. Im Q4/2012, das am 30. September endete, steigerte FICO seinen Umsatz um 16% von \$160,2m im Vorjahresquartal auf jetzt \$186,1m. Der Netto-Gewinn sank aber von \$24,6m im Vorjahresquartal auf jetzt \$21,2m. (01. Nov.) Mehr dazu in der [FICO-Pressemitteilung](#)

Intershop mit leichtem Umsatzrückgang im Q3/2012. Die Intershop Communications AG hat in den ersten neun Monaten 2012 einen Nettoumsatz von 38,7m Euro erzielt, was einer Steigerung von 9% gegenüber der Vorjahresperiode entspricht. Der Nettoumsatz des Q3/2012 blieb leicht hinter den Erwartungen zurück und kam auf 12,2m Euro (Vorjahr: 12,5m Euro). Das Bruttoergebnis in den ersten 9 Monaten reduzierte sich leicht um 5% auf 13,5m Euro, was einer Bruttomarge von 35% entspricht. Ursache für das geringere Bruttoergebnis waren im Wesentlichen margenschwächere Beratungserlöse im Berichtszeitraum. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag mit 53 TEUR unter dem Vorjahreswert von 1,5m Euro. Der Periodenüberschuss belief sich auf 22 TEUR (Ergebnis je Aktie: 0,00 Euro) gegenüber 1,9m Euro (Ergebnis je Aktie: 0,06 Euro) in den ersten neun Monaten des Vorjahres. (07. Nov.) Mehr dazu in der [Intershop-Pressemitteilung](#)

Trends

Vom Status des CIO und dem Rang von IT im Unternehmen

Wenn der Status des CMO an Bedeutung gewinnt, verliert dann der des CIO? Der Marketing-Bereich ist heute stets hinter den neuesten und größten Technologien her. Mehr und mehr will man im Marketing unabhängig von der IT agieren können. Das ergibt eine trickreiche Dynamik, in der sich CMO und CIO einen unproduktiven Machtkampf liefern, so Jeff Vance in seinem Beitrag im CIO Magazine. Mit dem Aufkommen von cloud-basierten Services und "consumerized" IT machen CMOs immer mehr IT-betreffende Entscheidungen und Investitionen. In gar nicht wenigen Fällen werden die auch ohne Zustimmung oder Wissen der IT gemacht. Zu ihrer Verteidigung sagen dann die Marketing-Manager, dass sie es satt haben darauf zu warten, bis die IT ihren Job tut. Marketing befindet sich in der Tat in einem tiefgehenden Wandel. Die Unternehmen hängen immer mehr vom Marketing ab, wenn es um Wachstum geht. Eine große Herausforderung für die CIOs besteht jetzt darin, dass ein immer größerer Teil des IT-Budgets ans Marketing geht, denn fürs Geschäft werden Werkzeuge zum Überwachen der Effektivität der Kundenkontakte, zur Nachfrageerzeugung, zur Leadspflege und zur Analyse von Kundenmeinungen und Empfindungen geradezu erfolgskritisch. "Today, marketing is more of a science than an art," schreibt Vance: "The CMO can speak in concrete terms now ... The CIO can no longer dismiss marketing's intel as smoke and mirrors. It's based on data. And as the CMO gathers the power of data, expect CMOs to gather more organizational power too." Mehr dazu in Jeff Vance Artikel im [CIO](#)

Marktbefragung: Die meisten Vorstände schätzen IT als sehr wichtig ein. Vorstände sind nicht unbedingt dafür bekannt, dass sie immer den wahren Wert von IT verstehen, aber das scheint sich gerade zu ändern. Das zeigt eine Studie von PwC, bei der 860 Direktoren von börsennotierten Unternehmen befragt wurden. Nahezu die Hälfte der Befragten verbringt zwischen 6% und 20% seiner vorstandsbezogenen Zeit mit IT-Themen. Hier die weiteren Ergebnisse (jeweils in % der Befragten):

- IT ist "sehr wichtig" oder "kritisch": 56%.
- Sie wollen im kommenden Jahr mehr Zeit für IT-Themen aufwenden: 57%.
- Sie wollen mehr Zeit für strategische Planung aufwenden: 75%.
- Ihre Unternehmen sollten besser Wettbewerbsvorteile durch neue Technologien nutzen: 36%.
- Sie sind nicht zufrieden mit den Daten, die sie zur „Competitive Intelligence“ bekommen: 21%.
- Weiterbildung für den Vorstand sollte jährlich eingekauft werden: 52%.

Mehr dazu in Dennis McCafferty's Artikel in [CIOInsight](#)

Deutschlands Top 25 Standorte für Software. „Die Ergebnisse der Fraunhofer-Studie 'Software-Atlas 2012' zeigen sehr deutlich, welche Bedeutung eine vollständig entwickelte Softwareindustrie für die deutsche Wirtschaft hat“, sagte Karl-Heinz Streibich, Vorstandsvorsitzender der Software AG. „Der Beschäftigungszuwachs von 5% bzw. 22.000 neuen Erwerbstätigen führt deutlich vor Augen, aus welcher Richtung die Impulse für künftiges Wachstum in Deutschland kommen.“ Die Software- und IT-Dienstleistungsbranche in Deutschland entwickelte sich zu einem eigenständigen Wirtschaftsfaktor, dessen Beschäftigungswachstum in den letzten zehn Jahren durchschnittlich um 4% zulegte. Spitzenreiter der TOP-Software Standorte ist der Rhein-Neckar-Kreis mit einem Beschäftigungsanteil von 10,75%. Hier arbeiten 6,3-mal mehr Personen für die Software-Industrie als im bundesweiten Durchschnitt. Neben dem Rhein-Neckar-Kreis finden sich noch München (Platz 2) und Darmstadt (Platz 3) unter den Top-Standorten für Software. Die Ergebnisse der Studie belegen deutlich, dass die deutsche Software- und IT-Dienstleistungsbranche in Clustern konzentriert ist. Auftraggeber der Studie ist die Software AG. Die Studie steht zusammen mit druckbaren Kartengrafiken kostenlos zum [Download](#) bereit.

Kurzmeldungen

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

Die neue Business Intelligence. BI-Projekte werden zunehmend durch die Fachabteilungen geführt, wobei die IT verantwortlich bleibt für Datenqualität und Governance Mehr dazu bei [InformationAge](#)

Big Data Technologien, die sich mit Sandy bewähren konnten. Sandy war die Katastrophe an der Ostküste der USA. Sandy gab aber auch eine Bewährungsprobe für neue innovative Big Data-Technologien. So kann man zukünftig in Katastrophen Leben retten und Kosten sparen. Mehr dazu bei [gigaom](#)

Wie werden wir Big Data in 2015 benennen? Mehr dazu in [Hired Brains \(Worldpress\)](#)

Bitkom-Leitfaden : Praxisbeispiele für Big Data. Der Bitkom präsentiert einen Überblick über die Landschaft von "Big Data" und liefert nützliche Praxisfallstudien wie zum Beispiel von der Drogeriekette dm. Mehr dazu im [CIO](#)

10 interessante NoSQL-Datenbanken zum Testen. Diese 10 Datenmanagement-Systeme der "zweiten Generation" stellen die Speerspitze der NoSQL Revolution dar. Mehr dazu bei [InfoWorld](#)

Können Sie ohne einen Data Scientist leben? Mehr dazu in einem Blogbeitrag bei [Harvard Business Research](#)

Skalieren von MySQL und MariaDB in den TB-Bereich: ein Interview mit Martín Farach-Colton. "While I believe that one size fits most, claims that RDBMS can no longer keep up with modern workloads come in from all directions. When people talk about performance of databases on large systems, the root cause of their concerns is often the performance of the underlying B-tree index"— Martín Farach-Colton, Mitgründer von Tokutek & Chief Technology Officer. Das Interview, das Roberto V. Zicari geführt hat, lesen Sie auf [odbms.org](#)

Facebook sucht nach den Big Data-Werkzeugen der nächsten Generation. Facebook und der Venture Capital Investor Accel Partners sind der Überzeugung, dass die aufkommenden Big Data-Plattformen wie Hadoop eine neue Business Intelligence brauchen, vor allem in Richtung Datenvisualisierung und Analytik. Mehr dazu in der [InformationWeek](#)

Welche PaaS soll ich einsetzen? Einen Bericht und eine Analyse der Herausforderungen, die zu lösen sind, wenn man eine Java-Alt-Applikation in 7 führende PaaS-Clouds stellen und betreiben will, finden Sie in der [InfoWorld](#)

5 Lektionen, die Marketing aus dem US-Wahlkampf ziehen kann. Die Nutzung von sozialen Medien war eine Konstante im US-Wahlkampf, denn das sind die Medien, um die jüngeren Wähler zu engagieren und dazu zu bringen, ihre Freunde zu beeinflussen. Mehr dazu bei [Venturebeat](#)

Warum das Business nicht zur IT blickt, wenn es um Innovation geht. Die meisten Mitarbeiter aus den Fachbereichen schätzen ihre IT als "nicht wirklich innovativ" ein, obwohl sie die wachsende Bedeutung von Technologie sehen. Mehr dazu in einer Studie, vorgestellt in der [InformationWeek](#)

10 strategische CIO-Prioritäten für 2013. Das ist eine der besten Listen, die ich bisher zu diesem Thema gesehen habe. Die finden Sie bei [ZDNet](#)

Wird es Google und Facebook in 5 Jahren noch geben? Gute Frage, mehr dazu bei [Forbes](#)

Marken-Ranking 2012: Top-Aufsteiger Apple auf Platz 2. In den Top-10 befinden sich 6 IT-Unternehmen: Hightech regiert die Welt: Jede zweite der 25 wertvollsten Marken stammt aus dem IT- und Internet-Sektor, allen voran Apple, IBM und Google. Mehr dazu in einem Blogbeitrag bei der [Wirtschaftswoche](#)

Und zum Schluss...

Guerilla-Marketing

Neun der am meisten schockierenden Guerilla-Marketing-Kampagnen. Die finden Sie im [Hubspot Blog](#)

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