



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

INHALT

Editorial

IIR Forum MDM
[mehr](#)

Cubeware

Treffpunkt BI
[mehr](#)

Exasol

Analytische
Datenbanken
[mehr](#)

Research Note

Portfolio
Management in the
World of SAP
[mehr](#)

Strategic Bulletin

XaaS Check 2010
[mehr](#)

**Merger &
Acquisitions**

[mehr](#)

Zahlen

[mehr](#)

Trends

[mehr](#)

Kurzmeldungen

[mehr](#)

Zum Schluss

[mehr](#)

Termine

[mehr](#)

Editorial: IIR Forum Stammdaten-Management – Trip-Report

Unter „**Lean Production**“ versteht man „ein Verfahren, das Verschwendung in Form von Überproduktion, zu langen Durchlaufzeiten oder fehlerhaften Produkten vermeiden soll, um ein Unternehmen effektiver und wettbewerbsfähiger zu machen“¹. Der Begriff stammt ursprünglich aus der Automobilproduktion und wurde zuerst bei Toyota angewendet. In unserem Forum haben wir in mehreren Vorträgen und in vielen Diskussionsbeiträgen dieses Prinzip auf Information Management angewendet. Das bedeutet, dass die Prozesse des Information Management „schlank“ gemacht werden sollen, um Effektivität und Wettbewerbsfähigkeit im Unternehmen zu unterstützen. Mit andern Worten: auch für die Prozesse des Information Management gelten in diesem Sinne die heutigen Managementziele von Industrialisierung, Agilität und Compliance.

Die Vorträge und intensiven Diskussionen beim fünften Stammdaten-Management Forum der IIR – diesmal in Frankfurt/M – drehten sich um drei zentrale Themen: die betriebswirtschaftliche Motivation im Sinne von „lean MDM“ (Dr. Boris Otto, Universität St.Gallen), die Motivation der Mitarbeiter durch Change Management (Folkert Jung, Gesellschaft für Leistungsentfaltung, Hamburg) und den kritischen Erfolgsfaktor „Information (Data) Governance“ (Dr. Wolfgang Martin, Wolfgang Martin Team, Annecy). Das Thema Information Governance im Kontext von Stammdatendaten-Management stand damit nach den ersten Diskussionen im letzten Jahr wieder auf der Agenda und unterstrich damit auch die Wichtigkeit des Themas: Menschen, Organisation, Prozesse und Technologie müssen konzentriert eingesetzt werden, damit eine Governance positiv wirken kann und den Erfolg nachhaltig sicher stellt.

Die betriebswirtschaftliche Diskussion drehte sich um die Frage nach dem Wert von „Information“. Von Aussagen wie „Information hat keinen Wert, es sei denn, man nutzt sie.“ bis zu einer tiefgehenden Diskussion, wie man ein Benchmarking basierend auf den Standards und Normen im Datenqualitätsmanagement aufsetzen kann (Dirk Malzahn, Accel GmbH, Lünen) reichten die Auffassungen und Bewertungsansätze. Am Ende der Diskussionen setzte sich die Meinung durch, dass der Wert von Information und Informationsqualität sich am besten indirekt aufzeigen lässt.

So lassen sich die Treiber für Stammdatenmanagement identifizieren, die in einem Business Case für Stammdatenmanagement eingesetzt werden können:

- Geschäftsprozess-Management („kein Prozess ohne Daten“). Das wurde dann vertieft in einer Fallstudie der BMW Group (Dr. Norbert Widmann, München). Im Vortrag wurde besonders unterstrichen, dass sich so auch iteratives Vorgehen im Stammdatenmanagement aufsetzen lässt: Prozess um Prozess lässt sich vorgehen, der Big Bang wird vermieden.
- Controlling/Business Intelligence („vertrauenswürdige Daten“ und „bessere Entscheidungen“) und Compliance („Nachhaltigkeit“ und auch „Herkunftsnachweise“) sind dabei durchaus traditionelle und wohl bekannte Treiber, die im Beitrag von PriceWaterhouseCoopers (Jan Stüben, Hamburg) diskutiert wurden. Sein Resümee: die 7 Säulen einer Data Governance.
- Aber es wurde auch ein neuer Treiber angedacht: social media. Das wurde mit einem Beispiel unterstrichen: Die Migros baut in der Schweiz die Migipedia, ein social media für alle Kunden mit der Einladung zu Diskussionen über die Produkte und zur Bewertung der Produkte. Das aber geht nur, wenn die Produktstammdaten die notwendige Qualität haben!

Erfolg im Stammdatenmanagement basiert auf einer Information Governance. Das bedeutet zuallererst klare Rollen und Organisationsstrukturen. Das wurde eindringlich vorgetragen vom Sponsor Camelot IDPro, der aus einem seiner Projekte in einem Großunternehmen berichtete. So konnte hier der Materialstamm um 50% reduziert werden und nachweislich stiegen Datenqualität und die Qualität im Reporting. Dabei kommt es natürlich auch auf den Sponsor an: Stammdaten-Management ist Chefsache, da waren sich alle rund 50 Teilnehmer am Forum einig. Stammdatenmanagement wurde von allen Teilnehmern auch einvernehmlich als Programm gesehen, „a never ending story“. Dazu gehört dann, da war man sich wieder einig, eine Organisationsstruktur: Ein Kompetenzzentrum ist ein guter Ansatz, der als „Best Practice“ gilt. Ein solches Kompetenzzentrum kann mit gleichen Erfolgsaussichten zentral geführt werden wie im RWE Konzern (Gerhard Oehmen) oder auch virtuell wie bei Blohm und Voss Naval (Dr. Hans Hagen Bartsch).

Die menschliche Motivation lässt sich in der Regel nur mit einem Change-Management unterstützen oder gar herstellen. Es gilt, die Menschen mitzunehmen. Das macht man am besten, in dem man vor allem auch die Ängste vor Änderungen abbauen hilft. So lassen sich Abwehrhaltungen überwinden. In seinem Vortrag betonte Folkert Jung die unterschiedlichen Veränderungsgeschwindigkeiten der Facetten im Change Management: Strategie, Prozesse, Technologie, Organisation und Kultur. Strategie lässt sich am schnellsten ändern, aber die Kultur folgt von allen am langsamsten. Dazu kommt als weiterer kritischer Faktor die Veränderungsbereitschaft, die sich auch im Laufe von Projekten ändern kann. Das folgt im Prinzip den bekannten Hype-Kurven. Als ein gutes Werkzeug bei den Lösungen wurden dann die Reiss-Profile vorgestellt, die die Werte und Werteskalen der Mitarbeiter profilieren. Zusammen mit den Fähigkeitsprofilen hat man dann gute Steuerungsmöglichkeiten im Change Management.

Bei den Prozessen zum Stammdaten-Management geht es heute im Sinne von „lean MDM“ mehr denn je um Automatisierung. Hier war der Beitrag der UniCredit Bank Austria (Walter Kosak, Wien) wegweisend im Sinne einer „best practice“. Wichtig dabei ist eine saubere Trennung der fachlichen Regeln und der Prozessabläufe: Eine automatisierte Produkt-Stammdatenanlage orientiert sich an Geschäftsregeln und gewährleistet proaktive Datenqualität und Konsistenz. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: eine gemessene deutliche Steigerung von Geschwindigkeit und Qualität. Die Architektur der Werkzeuge zu schlanken Stammdatenmanagement-Prozessen sollte eine SOA-basierte Plattform sein. Das unterstützt auch in guter Weise den „Service-Gedanken“ von Stammdaten-Management: „Prozesse sind die Kunden der Daten“. Hierzu gab es auch eine „best practice“: das Stammdatenmanagement bei der Paul Hartmann AG (Alfred Ullmann, Heidenheim).

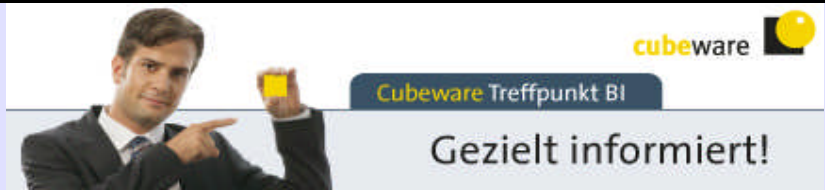
Technologie kam recht kurz bei diesem Forum. Nur die beiden Sponsoren Informatica und Stibo Systems gingen auf technische Konzepte und Werkzeuge ein. Hier wollen wir im nächsten Jahr beim sechsten Forum mehr tun: Technologien haben in der Zwischenzeit einige Fortschritte gemacht und können wie neue Repository/Registry-Technologien sehr gut bei der Industrialisierung der Stammdatenmanagement-Prozesse helfen. Web 2.0 Technologien helfen die kollaborativen Aspekte gut zu unterstützen, Business Rules Management ist ein wesentlicher Baustein der Information Governance und semantische Suchverfahren können viel Zeit im Suchen des richtigen Materials und der richtigen Produkte einsparen. Das wollen wir unter anderem 2011 diskutieren, so der Vorsitzende Dr. Wolfgang Martin.

Mit den besten Grüßen

Dr. Wolfgang Martin

¹ siehe zum Beispiel <http://www.onpulsion.de/lexikon/2811/lean-production/>

Anzeige



Cubeware Treffpunkt BI in Ihrer Nähe.

Erfahren Sie kompakt an einem halben Tag, was bei moderner Business Intelligence wirklich zählt.

Erleben Sie live den Weg von der Quelldatenbank zum ersten Bericht, sehen Sie, wie Sie bei Analyse und Reporting punkten, wo Geoanalysen echten Mehrwert liefern und wie Sie verschiedenste Empfängergruppen zielgerichtet informieren.

Die Teilnahme ist kostenfrei.

Termine im Oktober und November.

Wien + Stuttgart + Düsseldorf + Hamburg + Berlin

[>> Anmeldung und Agenda](#)

Wir freuen uns auf Sie!

Anzeige

EXASOL

Analytische Datenbanken revolutionieren die IT-Welt!

Die analytische Kompetenz von Unternehmen wird zunehmend zu einem strategischen Wettbewerbsfaktor. Viele Data Warehouse Systeme sind jedoch oftmals nicht flexibel genug, um die Anwender schnell bei der Abfrage und Analyse von Geschäftsdaten zu unterstützen.

Die Hochleistungsdatenbank EXASolution ergänzt bestehende Systeme und liefert die benötigte Höchstleistung um Geschäftsanalysen auf allen Unternehmensebenen wirtschaftliche durchzuführen.

Informieren Sie sich auf unserer BI Roadshow über die neuesten Trends im Markt.

[>> Sichern Sie sich gleich Ihren Platz](#)

Wir freuen uns auf Sie!

Neue Research Note

Portfolio Management in the World of SAP – The Planview Advantage: Closing the Gap Between Strategic, Financial and Operational Planning **English – October 2010** – Planview is one of the leaders in operational planning and portfolio management of processes and products, SAP is one of the leaders in providing an infrastructure and business solutions. While SAP does not provide a strong portfolio management solution, the Planview solution can complement the SAP business platform and enable businesses to combine world class operational planning and portfolio management for processes and products with world class modeling, execution, monitoring and controlling of business processes. This combined solution

empowers the move to an agile enterprise successfully competing and prospering in the new normal.

Hier geht es zum [Download](#)

Neues Strategic Bulletin

XaaS Check 2010 – Status Quo und Trends im Cloud Computing. Die Zielsetzung vom XaaS Check 2010, einem Gemeinschaftsprojekt des Fachbereichs KOM der TU Darmstadt (Dr. Julian Eckert und Dr. Nicolas Repp) und des Wolfgang Martin Team, war zu untersuchen, wie Cloud Computing, das aktuelle Hype-Thema Nr. 1, sich zwischen dem Wunschdenken der Anbieter und der Wirklichkeit in der Unternehmenspraxis darstellt. Unsere Ergebnisse zeigen, dass sich trotz aller Bedenken und allem Hype Cloud Computing bei Unternehmen im deutschsprachigen Markt bereits fest etabliert hat und breites Interesse findet. Ein Hype um das Thema ist zwar zweifellos feststellbar, aber die breite Mehrheit der Unternehmen setzt bereits auf Cloud Computing: Erste Erfahrungen und Ergebnisse sind vielfach schon vorzuweisen. Die wesentlichen Treiber für die Beschäftigung der Unternehmen mit dem Thema Cloud Computing sind Kostensenkung, bessere Skalierbarkeit und Verfügbarkeit sowie ein Mehr an Flexibilität. Hindernisse für die Nutzung von Cloud Computing sind und bleiben die Themen Sicherheit, Vertraulichkeit, rechtliche Aspekte sowie Compliance-Anforderungen. Lesen Sie den kompletten Report. Hier geht es zum kostenlosen [Download](#)

Merger & Acquisitions

Lefebvre Software übernimmt die Unternehmensteile Arcole RH und Finance von Groupe Ares. Die europaweit tätige Lefebvre Software aus Marseille verstärkt sich insbesondere in Sachen Integration mit dieser Übernahme. Damit peilt man für 2010 einen Umsatz von rund 40m Euro an. (14. Sept.) Mehr dazu (en français) bei [ITRManager](#)

IBM übernimmt OpenPages. IBM bleibt auf Einkaufstour: Diesmal ist Open Pages dran, ein in Privatbesitz befindliches Unternehmen aus Waltham, Mass. OpenPages bietet Software zum Identifizieren und Managen von Risiko- und Compliance Aktivitäten im Unternehmen mittels eines zentralen Systems. Damit kauft IBM nicht nur eine interessante Kundenbasis, sondern bekommt auch eine Compliance-Lösung, die gut in die Analytik-Software der IBM passt. Finanzielle Details der Transaktion wurden nicht bekannt gegeben. (15. Sept.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

IBM übernimmt Netezza. Und noch ein Deal in Analytik und Data Warehouse Appliances: IBM zahlt in dieser Bar-Transaktion \$27 pro Netezza-Aktie. Damit wird das in Marlborough, Mass., ansässige Unternehmen mit rund \$1.7 Milliarden bewertet. (20. Sept.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

Keine Akquisition, aber eine Spekulation: Wird HP die SAP übernehmen? Das habe ich schon vor einiger Zeit vorausgesagt, und jetzt sind wir in eine neue Phase eingetreten: Leo Apotheker wird neuer CEO und President von HP. Er folgt auf Mark Hurd, der wegen ethischer Probleme von HP gefeuert wurde und dann von Oracle als neuer Co-President eingestellt wurde. Damit hat die alte Allianz Oracle/HP einen Bruch, der sich ja schon mit der Übernahme von Sun durch Oracle abzeichnete. Gleichzeitig mit Leo Apotheker rief HP auch ex-Oracle Ray Lane in den Verwaltungsrat. Damit ist in den Augen vieler Journalisten und Analysten das Maß jetzt voll. Lesen Sie Larry Dignan's Diskussion in [ZDnet](#), warum HP die SAP kaufen sollte. (30. Sept.) Der Streit zwischen Plattner und Apotheker ist wohl auch beigelegt. Lesen Sie dazu: „Plattner gratuliert Apotheker zum HP-Chefposten“ bei den [crn.de](#) (01. Okt.)

Zahlen

Jedox AG, Hersteller von Palo, schließt erstes Halbjahr erfolgreich ab. Jedox

blickt zufrieden auf den Verlauf des H1/2010 zurück. Von Januar bis Juni 2010 stieg der Lizenzumsatz um 100% (wobei sich Jedox zu den absoluten Zahlen ausschweigt). Dabei konnten 50 neue Kunden gewonnen werden. Darunter befinden sich Unternehmen wie Swissport, Vodafone, Siemens, Maritim Hotels, Kühne, MAN, DVB Bank, Sage, Yves Rocher, Zentis und Krauss Maffei. Auch in den Sommermonaten Juli und August konnte die Jedox AG den positiven Trend aus dem H1 fortführen. Kunden wie Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG und Ingres, das weltweit zweitgrößte Open-Source-Unternehmen, wurden dazu gewonnen. (14. Sept.)

Oracle mit Gewinnsprung. Oracle hat erneut gute Quartalszahlen vorgelegt. Insbesondere läuft das Datenbank- und Hardware-Geschäft sehr gut. Der Gesamtumsatz stieg im Q1/2011 (das am 31. August endete) gegenüber dem Vorjahr um 48% auf \$7,502 Mrd. und das EPS legte um 38% auf \$0,42 zu. Im Hardware-Geschäft betrug die Bruttomarge mit 48,4% (Vorjahr 38% und Vorquartal 46%). In der Hardware-Sparte hat Oracle von rentableren Verträgen und dem starken Umsatzmomentum von Exadata profitiert. Die Landesbank Berlin ist nach diesen Ergebnissen von der Ertragsstärke von Oracle überzeugt und lässt die Aktie auf „Kaufen“, na denn! (mehr im [Handelsblatt](#)). Mehr dazu lesen Sie in den [Sun Systemnews](#) (17. Sept.)

Wipro muss Publikation des Geschäftsberichtes verschieben. Die Nummer 3 der indischen Outsourcer kann den Geschäftsbericht nicht ordnungsgemäß dem amerikanischen SEC vorlegen. Seit 2006 hat ein Mitarbeiter größere Summen veruntreut. Mehr zu diesem erneuten Betrugsskandal in der indischen Software und Service-Industrie bei [Information Age](#) (05. Okt.)

Trends

Rückblick auf ein Sommertheater: “Das Web ist tot”!! Mit einer solchen Titelstory kam diesen Sommer das *Wired* Magazin heraus und provozierte so eine Menge Diskussion und Widerspruch. Der Artikel von Chris Anderson und Michael Wolff brachte das Argument, dass “halb-geschlossene” Internet-Plattformen und Services wie Apps auf die Dauer das offene, browser-basierte World Wide Web ersetzen werden. Bisher war das Web der Haupt-Attraktor des Internets, aber jetzt werde das Web zu einer Applikation unter vielen, so die Autoren. Natürlich hat der phänomenale Erfolg des iPhones und seines App-Stores die Internet-Entwicklung in Richtung Abdeckung spezieller Bedürfnisse durch spezielle Apps getrieben. Aber, so die Kommentare auf den Artikel, es ist noch lange nicht klar, was das nächste Killer-System im Internet sein wird. Vor allem, wenn man die zukünftigen Möglichkeiten von HTML5 in Betracht zieht. Dann könnten nämlich Webseiten mit dem look and feel von Apps entstehen. Mehr dazu bei [FierceCio](#)

Auswirkungen von Outsourcing auf Innovation. Susan Cramm fragt in einem neuen Blog-Beitrag im *Harvard Business Review*, ob Outsourcing IT-Innovation zerstört. Sie zitiert einen Kommentar von Andy Grove, dass Outsourcing nicht nur Arbeitsplätze im Land kostet, sondern auch die “Erfahrungskette (chain of experience)” beeinträchtigt, die für technologische Innovation Voraussetzung ist. Susan Cramm stellt nun die Frage, ob das auch auf IT-Outsourcing zutrifft. Neuere Untersuchungen im IT-Management im Finanzwesen zeigen, dass Banken, die IT komplett nach draußen gegeben haben, es schwerer haben, eine Wertschöpfung durch IT zu erzielen und strategisch weniger Flexibilität haben. Susan Cramm fragt weiter, ob Unternehmen IT-erfahrene Manager halten können, wenn große Teile der Entwicklung per Outsourcing stattfinden. Besonders interessant an diesem Blog sind jetzt die Antworten und Kommentare, die sie auf ihren Blog erhielt, denn da gehen die Meinungen ganz schön auseinander. Ein Kommentar schlug vor, dass IT-getriebene Unternehmen auf keinen Fall die IT komplett outsourcen sollten, während das bei nicht-IT-getriebenen Unternehmen vermutlich nicht so kritisch wäre. Ein anderer Kommentar meinte dazu, dass so dennoch ein hohes Risiko entsteht, weil IT-Outsourcing die Produktdesign-Ingenieure vom Feedback der Kunden und Konsumenten abschneiden könne. Andere wiederum sagten, dass Outsourcing zum Zwecke einer Personalkostenreduzierung zu kurzfristig gedacht sei, denn man verliere so langfristig Kompetenz im Unternehmen. Ein Kommentator, der mal bei Chase gearbeitet hatte, schrieb, dass man nicht nur Innovation durch Outsourcing verloren habe, sondern auch die Integration mit den existierenden Systemen und das Detailverständnis. Zwar war die Arbeit des Outsourcers technisch korrekt, aber die IT

wurde zu einem „stumpfen Schwert“. Mehr dazu auf Susan Cramms Blog im [Harvard Business Review](#).

Indische Outsourcer machen Offshoring in Latein-Amerika. Im Zuge des wachsenden Wettbewerbsdruck im indischen Outsourcer-Markt hat ein erster Outsourcer mit Offshoring in Latein-Amerika begonnen: Tata Consultancy Services (TCS) beschäftigt inzwischen mehr als 7500 Mitarbeiter in Latein-Amerika gemäß einem Bericht von Don Sears in *eWeek*. Latein-Amerikas Outsourcing-Geschäft wuchs im letzten Jahr um 11,3% (nach Frost & Sullivan). Den Markt teilen sich verschiedene lokal agierende Unternehmen wie Brasil Telecom, Chile IT, Stefanini und Tivit. Inzwischen nutzen auch viele US-Unternehmen wie HP, IBM, Microsoft und Oracle Ressourcen in Latein-Amerika. Indiens TCS expandiert in Latein-Amerika in Argentinien, Brasilien, Kolumbien, Mexico, Peru und Uruguay. Argentinien ist dabei besonders beliebt wegen der zahlreichen Universitäten, während man für Brasilien einen Boom aufgrund der Weltmeisterschaft 2014 und der Olympischen Spiele 2016 in Rio de Janeiro erwartet. Mehr dazu in Don Sears Artikel in [eWeek](#).

Gatorade setzt social media ins Zentrum aller Marketing-Initiativen. Die Sportgetränke-Einheit von Pepsi Co. hat ein Mission Control Center in der Zentrale in Chicago eingerichtet, von wo aus der Status seiner Marken in den sozialen Netzwerken überwacht wird. Im Mission Control Center stehen sechs Grossmonitore, die visuell die Online-Aktivitäten rund um eine Marke darstellen. Einer der Monitore zeigt die Tweets, die Begriffe im Kontext von Gatorade, seiner Mitbewerber, Athleten und Sportnahrung verwenden. Ein Anderer zeigt entsprechende Diskussionen in Blogs. So ist Marketing in der Lage, Meinungsanalysen zu allen wichtigen Themen und zu allen ihren Produkten und Kampagnen zu bekommen. Als das Unternehmen die "Gatorade has evolved" Kampagne startete, entdeckte sie, dass ein Werbespot mit dem Rapper David Banner eine hohe Aufmerksamkeit in den sozialen Medien hatte. Das Marketing-Team nutzte diese Information, um den Musiktitel in voller Länge an die Gatorade Facebook-Fans und Twitter-Leser zu senden. Mehr dazu auf Adam Ostrows Blogbeitrag bei [Mashable](#).

Mehrheit der DSAG-Mitgliedsunternehmen nutzt weiterhin Standard Support. Im Sommer 2010 hat die Deutschsprachige SAP-Anwendergruppe (DSAG) e. V. eine Umfrage zur Nutzung des SAP-Support-Modells unter ihren Mitgliedern durchgeführt. Das Ergebnis: Rund 51% der Teilnehmer setzen auf Standard Support, fast 44% auf Enterprise Support und etwas mehr als 5% auf eine gesonderte Support-Vereinbarung für Großkunden (Product Support for large Enterprises). Mehr dazu in der [DSAG-Pressemitteilung](#).

Kurzmeldungen:

Performance Management – Mythen und Realität. (Teil 1) In dieser neuen Serie von Craig Schiff geht es um Erfahrungen und Best Practices aus Performance Management Projekten. Mehr dazu im amerikanischen [B-Eye-Network](#)

BARC-Studie: IT-Entscheider investieren in Business Intelligence. Der Markt wächst im Jahr 2009 insgesamt 8% auf ein Gesamtvolumen von 816m Euro an Lizenz- und Wartungserlösen für BI-Software in Deutschland. Der Umsatz mit BI-Anwenderwerkzeugen (Frontends) und Applikationen steigt um 6% auf 474m Euro; der Backend/Datenmanagement-Bereich wächst um 10% auf 342m Euro. Mehr dazu im [is report](#)

Worte, die man im Gespräch mit dem CEO nicht nutzen sollte. IT-Chinesisch sollte in der IT bleiben. *CIOInsight's* Don Reisinger hat eine Liste technischer Buzz-Worte zusammengestellt, die man außerhalb der IT meiden sollte. Hier die [Slideshow](#)

45% der Unternehmen wollen Social-Media-Budgets erhöhen. Laut einer aktuellen Studie des globalen PR-Netzwerks Eurocom Worldwide und Schwartz Public Relations sollen bei rund 45% der befragten Unternehmen die Budgets für Social Media-Aktivitäten steigen. Mehr dazu in der [Pressemitteilung](#)

Zehn Fehler im Einsatz von social media im Unternehmen. Die lesen Sie bei [Forbes](#)

Die fünf Gebote zur Nutzung von Cloud-basierten Back-Up-Services. Back-Up-Aufgaben in die Cloud zu verlegen, wird immer attraktiver. Aber bevor man damit anfängt, sollte man fünf Dinge beachten. Lesen Sie dazu Scott Lowes Blogbeitrag bei [TechRepublic](#)

Fachabteilungen greifen zu SaaS, wenn die IT nicht liefert. Das ist eine der dunklen Seiten der Wolke: Die Fachabteilungen kaufen SaaS-Lösungen ein, um das zu bekommen, was die IT nicht bietet. Lesen Sie mehr dazu bei [CIO](#)

Facebook fiel für Stunden aus: schwerste Störung seit 4 Jahren. Noch eine der dunklen Seiten der Cloud. Mehr dazu lesen Sie bei [CBS News](#) oder in der [Computerworld](#)

Datenbanktechnologien im Wandel: Zeit für einen Strategiewechsel? Datenbanken waren „commodity“, der Markt aufgeteilt unter IBM, Microsoft und Oracle. Sind die Zeiten jetzt vorbei? Die Klagen über zu hohe Lizenzkosten nehmen zu und innovative Anbieter mit innovativen Datenbanklösungen besonders für Analytik drängen in den Markt. Lesen Sie dazu einen Beitrag von Richard Winter in der [InformationWeek](#)

Und zum Schluss...Neuigkeiten aus England:

Panne in Barclaycard's Zahlungssystem: Am Samstag (02. Okt) war das Einkaufen per Kreditkarte bei Sainsbury's, Waitrose, Morrisons und in anderen Geschäften teilweise nicht möglich. Mehr dazu bei [InformationAge](#)

Sweet Little Fifteen. Eine 14-jährige Engländerin wollte ca. 15 FreundInnen zu Ihrer Geburtstagsparty über Facebook einladen. 21.000 haben geantwortet! Mehr dazu und zu Facebook lesen Sie bei [cnet](#)

Termine



19. Oktober, Köln

IBM SPSS Executive Briefing Telco – Ein **Vormittag** für Ihren Markterfolg

„Social CRM oder der Wandel in der Kundenkommunikation: Outbound – Inbound – Unbound“ – Dr. Wolfgang Martin und Predictive-Analytics-Experten

Telefonierende Kunden lassen sich mit traditionellen Marketing- und Vertriebsansätzen nur noch schwer erreichen. Fernseh-, Print- oder traditionelle Online-Werbung verlieren für bestimmte Kundengruppen wie junge Vieltelefonierer ihre Wirkung. Sie sind auf den Social-Media-Plattformen digital zu Hause und müssen dort in der direkten Kommunikation gewonnen und gehalten werden.

Wie dies funktioniert, erläutern Ihnen an einem wissensdichten Vormittag Kundenmanagement-Experten Dr. Wolfgang Martin und die Predictive-Analytics-Experten von SPSS auf dem Compact Executive Briefing Telco. Erfahren Sie alles über die Herausforderungen und Potenziale des Social Customer Relationship Management sowie über die vorausschauende Analyse von Kundenwünschen, -präferenzen und -einstellungen, um Kampagnen, Kundenmanagement und Kundenbindung zu optimieren.

Wir freuen uns auf Ihr Kommen und stehen Ihnen bis dahin gerne für Rückfragen unter +49.89 4504 2233 zur Verfügung.

Weitere Informationen, die aktuelle Agenda sowie die Online-Anmeldung für Ihre kostenlose Teilnahme finden Sie [hier](#).



19. Oktober, Köln

IBM SPSS Executive Briefing Utilities – Ein **Nachmittag** für Ihren Markterfolg

„Marketing und Vertrieb im Zeitalter sozialer Medien – Herausforderung und Potenzial“ – Dr. Wolfgang Martin und Predictive-Analytics-Experten

Wer bietet die preiswerteste Wasserversorgung, wer den nachhaltigsten Strom, wer hat den besten Kundenservice? Diese Themen diskutieren Ihre Kunden auch und immer mehr auf Social-Media-Plattformen. Deshalb müssen auch Sie dort präsent sein, um in Vertrieb und Marketing langfristig erfolgreich zu sein.

Wie dies funktioniert, erläutern Ihnen an einem wissensdichten Vormittag Kundenmanagement-Experten Dr. Wolfgang Martin und die Predictive-Analytics-Experten von SPSS auf dem Compact Executive Briefing Utilities. Erfahren Sie alles über die Herausforderungen und Potenziale des Social Customer Relationship Management sowie über die vorausschauende Analyse von Kundenwünschen, -präferenzen und -einstellungen, um Kampagnen, Kundenmanagement und Kundenbindung zu optimieren.

Wir freuen uns auf Ihr Kommen und stehen Ihnen bis dahin gerne für Rückfragen unter +49.89 4504 2233 zur Verfügung.

Weitere Informationen, die aktuelle Agenda sowie die Online-Anmeldung für Ihre kostenlose Teilnahme finden Sie [hier](#).



20. Oktober, Hamburg

IBM SPSS Executive Event Retail – Ein wissensdichter **Vormittag** für Ihren Markterfolg im Handel:

„Marketing und Vertrieb im Zeitalter sozialer Medien – Herausforderung und Potenzial“ – Dr. Wolfgang Martin und Predictive-Analytics-Experten

Der Einkauf startet nicht erst im Online- oder Real-World-Shop: Kunden informieren sich auf Social-Media-Plattformen, bewerten dort Produkte und Unternehmen und treffen konkrete Kaufentscheidungen. Was bedeutet das für Ihr Marketing und Ihren Vertrieb?

Antworten geben Ihnen an einem wissensdichten Vormittag Kundenmanagement-Experte Dr. Wolfgang Martin und die Predictive-Analytics-Experten von SPSS auf dem Compact Executive Briefing Retail. Erfahren Sie alles über die Herausforderungen und Potenziale des Social Customer Relationship Management sowie über die vorausschauende Analyse von Kundenwünschen und -präferenzen, um Kampagnen, Kundenmanagement oder Einkauf zu optimieren.

Wir freuen uns auf Ihr Kommen und stehen Ihnen bis dahin gerne für Rückfragen unter +49.89 4504 2233 zur Verfügung.

Weitere Informationen, die aktuelle Agenda sowie die Online-Anmeldung für Ihre kostenlose Teilnahme finden Sie [hier](#).



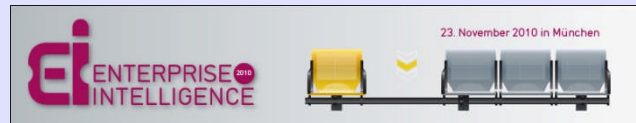
17.-19. November, Bad Soden/Ts.

GIQMC 2010 – Produkt- und Produktionsdaten auf dem Prüfstand der Informationsqualität

Vom 17. bis 19. November 2010 veranstaltet die Deutsche Gesellschaft für Informations- und Datenqualität e.V. (DGIQ) die 8. German Information Quality Management Conference (GIQMC) im Hotel Ramada Inn in Bad Soden.

Die DGIQ beleuchtet auf der Konferenz einen hochkomplexen Kernbereich der

Unternehmen, in denen Informationen und Daten die entscheidenden Ressourcen sind und ihre Qualität über die Zukunft entscheidet. Treffen Sie Experten auf Deutschlands wichtigster Konferenz zur Informations- und Datenqualität! Hier geht es zur [Anmeldung](#)



23. November, München

Symposium: Enterprise Intelligence: Bessere Entscheidungen treffen

Das Ziel von Enterprise Intelligence besteht darin, dass künftig jeder an Prozessen Beteiligte aus Business Intelligence und Analytik Nutzen ziehen kann, ohne selbst zum Analytik-Spezialisten zu werden. Dazu gehören transparente, nachvollziehbare Entscheidungen, mit Intelligenz angereicherte und mittels Performance Management gesteuerte Prozesse.

Dr. Wolfgang Martin und die weiteren Referenten des Symposiums vermitteln Ihnen das Know-how und Strategien für die Einführung von Enterprise Intelligence in Ihrem Unternehmen.

Wir laden Sie herzlich ein, bei uns „Platz“ zunehmen. Melden Sie sich bitte [hier](#) an zum Symposium „Enterprise Intelligence“

Vorzugspreis: Leser dieses Newsletter erhalten den Vorzugspreis von 590,- anstatt 790,- Euro (zzgl. MWSt.). Geben Sie dazu bitte das Codewort „U-Martin“ bei der Anmeldung in das Promotionsfeld ein.

Dr. Wolfgang Martin und der it verlag freuen sich auf Ihre Teilnahme.

Kontakt: Silvia Parthier, Redaktion it management, Telefon: +49-8104-666 362, E-Mail: s.parthier@it-verlag.de

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