



Dr. Wolfgang Martin berichtet zu  
**Prozess- und Service-Orientierung,  
Information Management, Big Data  
und Business Intelligence**

Sollte der Newsletter nicht richtig angezeigt werden, dann klicken Sie bitte [hier](#) »

## Themenübersicht

### Editorial

Stammdatenmanagement: Vom Nutzen eines Golden Records - [mehr](#) »

### Neue Research Notes

Research Note „Service Intelligence“ jetzt auch in Englisch - [mehr](#) »

### Merger & Acquisitions

Größte Übernahme in der SAP-Geschichte: Concur für \$8,3 Milliarden - [mehr](#) »

### Zahlen

Adobe und Oracle verfehlen Markterwartungen - [mehr](#) »

### Trends

Effektive Big-Data-Nutzer und neue Rollen in der IT. - [mehr](#) »

### Kurzmeldungen

Neues zu Big Data, Analytik, Information Management, Social Media, Cloud und der Digitalisierung des Unternehmens - [mehr](#) »

### Und zum Schluss...

Roboter-Schlange erklimmt Hügel - [mehr](#) »

### Termine

Best in Cloud – Top Speaker und Top Stories - [mehr](#) »

## Editorial

### Stammdatenmanagement: Vom Nutzen eines Golden Records

Stammdaten sollten – das versteht sich eigentlich von selbst – konsistent, vollständig, aktuell und korrekt sein, damit man beispielsweise *dem richtigen Kunden das richtige Produkt in der richtigen Menge zum richtigen Preis an den richtigen Ort mit der richtigen Rechnung liefern kann*. Diese Anforderung klingt fast banal, hat es aber in sich. Schauen wir uns dazu die Situation in einem typischen Unternehmen an.

Hier werden die Unternehmensprozesse durch Applikationen unterstützt. Es gibt ein ERP, ein CRM, ein SCM, ein PLM, ein Data Warehouse und verschiedene branchentypische Applikationen. Mitunter sind es rund 50 oder mehr

Applikationen, die ein Unternehmen unterstützen. Da jede Applikation ihre eigenen Stammdaten hat, steckt man in einem Fragmentierungsproblem. Das bedeutet, Stammdaten werden redundant über die Applikationen gehalten und sind verstreut. Jede Applikation hat ihr Eigenleben und entwickelt ihre eigene Terminologie. So wird Stammdatenmanagement zum Alptraum. Kunden-, Produkt- oder Auftragsnummern in einer Applikation stimmen mit denen in anderen Applikationen nicht überein. Teilweise hilft sich hier die IT mit Übersetzungstabellen, mit denen versucht wird, die Stammdaten-Terminologie einer Applikation in die einer anderen Applikation zu überführen. Das ist auch keine gute Lösung, denn jetzt wird beispielsweise die Kollaboration mit Lieferanten und Kunden zum Kostentreiber: Jedes Mal, wenn ein neuer Lieferant, ein neuer Kunde oder ein neues Produkt dazu kommt, muss eine neue Übersetzungstabelle erstellt werden und/oder der neue Begriff in allen Übersetzungstabellen hinzugefügt werden. Das macht Änderungen in der IT langsam, fehleranfällig und vor allen Dingen auch (sehr) teuer.

Aber noch viel schlimmer sind die Auswirkungen eines unprofessionellen oder fehlenden Stammdatenmanagements in den Fachabteilungen.

- Wenn die Erfassung und Pflege von Stammdaten redundant pro Applikation erfolgt, dann entsteht in den Fachabteilungen ein deutlicher Mehraufwand. Zusätzlicher Mehraufwand entsteht durch eine unzureichende Datenverfügbarkeit. Man verliert Zeit beim Suchen. Das steigert sich exponentiell mit der Anzahl der Applikationen, die man betreibt. Die Mitarbeiter verlieren sich in operativen Tätigkeiten. Für die geschäftsrelevanten Aktivitäten bleibt nicht genügend Zeit, es sei denn, man stellt zusätzliche Ressourcen ein: Die Kosten steigen.
- Eine redundante Stammdatenhaltung erhöht das Datenvolumen und führt zu Daten unterschiedlicher Qualität und Aktualität. Es entstehen Inkonsistenzen und Fehler im operativen Geschäft.
  - o Daraus folgen fehlerhafte Prozess-Ergebnisse. Das bedeutet erhebliche Mehrkosten durch falsche Produktion, falsche Lieferungen, falsche Preise, falsche Rechnungen und daraus resultierende Retouren, Stornos und Kundenunzufriedenheit.
  - o Das führt zu Prozess-Stillstand oder sogar zu Prozess-Abbruch. Das bedeutet einen Verlust an Produktivität
- Ein unzureichendes Stammdatenmanagement verursacht auch Inkonsistenzen und Fehler auf der taktischen und strategischen Ebene.
  - o Inkonsistenzen im Berichtswesen führen zu falschen Schlüssen im Management. Man diskutiert über die Zahlen und nicht über das Geschäft. Dadurch werden Gelegenheiten im Markt verpasst.
  - o Fehlerhafte Analysen bedeuten fehlerhafte Managemententscheidungen mit zum Teil nicht absehbaren Folgen.
  - o Fehler im Unternehmen senken die Kundenzufriedenheit und Kundenbindung. Das bedeutet mittel- und langfristig sinkende Umsätze.

Das zeigt mehr als deutlich, dass ein professionelles Stammdatenmanagement absolut notwendig ist und sich auch rechnet. Das Herzstück eines solchen professionellen Stammdatenmanagements ist der sogenannte „Golden Record“. Zu verstehen ist ein Golden Record als ein Stammdatensatz, der die relevanten Attribute aus allen Datenquellen vereinigt und damit eine Obermenge aller Attribute aus allen Datenquellen darstellt. Verwaltet werden die Golden Records in einem zentralen Repository. Data Cleansing und Matching stellen die Datenqualität sicher. Identity Resolution ordnet ähnliche Sätze aus verschiedenen Quellen einem einzigen Golden Record zu. So werden Dubletten vermieden und die Datenqualität weiter gesteigert. Zudem enthält der übergeordnete Datensatz die Links zu allen Stammdatensätzen in verschiedenen Datenquellen, in denen Attribute aus dem Golden Record verwendet werden. So kann sichergestellt werden, dass bei der Änderung eines Attributs in einer beliebigen Datenquelle diese Änderung in allen anderen betroffenen Quellen nachgezogen wird. Die Daten

bleiben so konsistent und brauchen nicht physikalisch bewegt und damit redundant gespeichert werden. Über individuelle Regelwerke kann der Golden Record im Weiteren automatisiert und bei Bedarf manuell bearbeitet und ergänzt werden.

Das ist aber noch nicht alles, denn Stammdaten sind dynamisch. Nicht nur die Akquisition eines Unternehmens durch ein anderes Unternehmen verändert die Stammdaten, indem neue Strukturen notwendig werden, sondern jede Organisationsänderung, jede Geschäftsregeländerung, jede Marktänderung erfordert eine Fortschreibung des Stammdatenmodells. Jeweils nur den letzten Zustand des Stammdatenmodells im Repository vorrätig zu haben, ist nicht ausreichend. Man braucht den gesamten Lebenszyklus der Stammdaten für die Unternehmensplanung und die typischen analytischen Fragestellungen. Deshalb ist ein Stammdaten-Lebenszyklus-Management erforderlich. Das Repository muss also auch den Lebenszyklus aller Golden Records im Sinne einer Historisierung verfügbar haben.

Golden-Record-Konzepte findet man bei führenden Anbietern von Stammdatenmanagement wie beispielsweise bei der Uniserv GmbH aus Pforzheim, die so ihren Customer Data Hub fürs Kundenstammdatenmanagement positioniert.

Wo erweist nun ein Golden Record im Kundenstammdatenmanagement seinen monetären Nutzen? Schauen wir uns dazu verschiedene typische Szenarien an.

- Marketing: Eine zielgerichtete Kundenansprache auf Basis einer 360° Kundensicht wird jetzt möglich. Der Kunde fühlt sich und seine Bedürfnisse gut verstanden. Das steigert kurzfristig den Umsatz und langfristig die Kundenzufriedenheit und in der Regel auch die Kundenbindung.
- Marketing: Kampagnen werden verbessert. Durch ein besseres Kundenwissen auf Basis von Kundenanalytik auf korrekten Kundenstammdaten wird eine hoch präzise Kundensegmentierung möglich. So können die Response-Rate und auch die Konversionsrate deutlich gesteigert werden. Das senkt Marketing-Kosten und steigert den Umsatz.
- Marketing: Die Einführung neuer Produkte wird schneller und kostengünstiger. „Time-to-Market“ wird beschleunigt, was einen geldwerten Vorteil durch frühere und höhere Umsätze bei gleichzeitig niedrigeren Prozesskosten durch konsistente, vollständige, korrekte und aktuelle Kundenstammdaten bedeutet. Ein schneller Rol ist die Folge.
- Vertrieb: Kundeninformation ist konsistent, aktuell, korrekt und vollständig. Das erlaubt dem Vertrieb, dem Kunden die richtigen Produkte im richtigen Augenblick anzubieten. Das beschleunigt den Abschluss, senkt die Kosten in den Vertriebsprozessen und steigert den Umsatz.
- Service („After Sales“): Wenn man den Kunden im Falle einer Reklamation oder eines Produktproblems erkennt und kennt, dann kann der Service schneller und nachhaltiger arbeiten. Daraus folgen niedrigere Service-Prozesskosten und eine gesteigerte Kundenbindung. Zusätzlich wird ein Cross- und Up-Selling ermöglicht, was zusätzlichen Umsatz bedeutet.
- Merger und Akquisitionen: Mit Hilfe von Golden Records können Kundenstämme effektiv und effizient konsolidiert oder separiert werden. Damit sind Marketing und Vertrieb schneller an der neuen Kundenbasis. So können die Vorteile von Merger und Akquisitionen sicher und zügig in geldwerte Vorteile umgesetzt werden.
- IT: Golden Records erlauben eine Kostenreduzierung bei Datenbereitstellung, Datenaustausch und

Integration sowie bei Datenmigration. Auch die gesamte Systemlandschaft kann verschlankt werden: Die Datenmenge wird reduziert.

- Regulatorische Anforderungen: Golden Records sind die Voraussetzung zur Einhaltung nationaler wie internationaler Richtlinien, Normen und Standards. Man vermeidet so eventuelle Strafen und daraus folgenden Image-Verlust.

Mit den besten Grüßen aus Annecy / Haute Savoie

Dr. Wolfgang Martin



Folgen Sie uns auf [@wmartinteam](#)

---

## Neue Research Notes

Research Note  Service Intelligence  jetzt auch in Englisch

**Service Intelligence – IT-Services smart steuern.** Diese Research Note ist nun auch in Englisch verfügbar, hier geht es zum [Download](#).

---

## Merger & Acquisitions

Größte Übernahme in der SAP-Geschichte: Concur für \$8,3 Milliarden

**Nachtrag: Infor übernimmt Saleslogix.** Infor hat eine Vereinbarung getroffen, die Vermögenswerte von Saleslogix zu kaufen. Die in Scottsdale, Arizona, ansässige Saleslogix wurde 1998 gegründet und beschäftigt heute rund 105 Mitarbeiter. Die Bedingungen der Übernahme sind noch nicht bekannt. Saleslogix CRM soll zu Infor CRM werden – Infor festigt damit seine Position im Cloud-basierten CRM-Markt. Zusätzlich ergänzt es die Infor CloudSuite – die ersten industriespezifischen Applikationssuiten in der Amazon Web Services-Cloud – um Vertriebs- und Servicefunktionen. Infor plant signifikante Investitionen in das Produkt, um die Skalierbarkeit zu

verbessern, die Benutzeroberfläche mit Infor-UX-Designern in New York zu aktualisieren und mit Hilfe des detaillierten Branchenwissens industriespezifische Funktionen hinzuzufügen. (14. Aug.) Mehr dazu in der [Infor-Pressemitteilung](#).

**Oracle kauft Front Porch Digital.** Das ist ein Anbieter einer Lösung für Speichermanagement von Multi-Media-Daten insbesondere für Big Data. Oracle reichert so sein bereits umfangreiches Speichermanagement-Portfolio an. (14. Sept.) Mehr dazu in der [Oracle-Pressemitteilung](#).

**Microsoft kauft Minecraft von Mojang für \$2,5 Milliarden.** Natya Nadella landet seinen ersten großen Deal: "Minecraft" ist eine Art von Weltenbauspiel, das sich seit 2009 über 50 Millionen Mal verkauft hat. Die meisten Mojang-Angestellten sollen auch künftig an "Minecraft" mitarbeiten. Fest stehe allerdings, dass drei Hauptverantwortliche, darunter "Minecraft"-Erfinder Markus "Notch" Persson, die Firma verlassen. (15. Sept.) Mehr dazu bei [Spiegel.de](#) und in einer Stellungnahme des Minecraft-Erfinders [Markus „Notch“ Persson](#).

**SAP kauft Concur für \$8,3 Milliarden.** Das ist der erste größere Deal der SAP nach den Milliarden-Zukäufen SuccessFactors und Ariba im Jahr 2012 und zugleich die größte Übernahme in der Firmengeschichte. „Die Akquisition von Concur verdeutlicht die strategische Bedeutung von Geschäftsnetzwerken“, sagt Bill McDermott. Die Übernahme zeigt aber vor allem eins: Man will keine Zeit verlieren beim Ziel, SAP zum führenden Anbieter von Cloud-Lösungen umzubauen. (18. Sept.) Mehr dazu in der [SAP-Pressemitteilung](#).

**Vista Equity übernimmt TIBCO Software für \$4,3 Milliarden.** TIBCO hatte schon vor ein paar Wochen die Absicht zu einer strategischen Neuausrichtung angekündigt. Jetzt erfolgte die Übernahme durch den Investor Vista Equity. Was aber jetzt mit TIBCO passieren soll, wie eine Neuausrichtung aussehen soll oder ob gewisse Geschäftsbereiche veräußert werden sollen, ist bisher nicht bekannt. Im Markt wird nur gesagt, dass TIBCO-Gründer und CEO Vivek Ranadivé weiterhin eine führende Rolle bekleiden solle. (29. Sept.) Mehr dazu in der [TIBCO-Pressemitteilung](#).

**Intershop verkauft Online-Marketing-Agentur SoQuero an blueSummit.** Der Verkauf ist Teil der Strategie von Intershop, sich auf das margenstarke Kerngeschäft mit Softwareprodukten zu refokussieren, um den Marktanteil bei E-Commerce-Softwarelösungen zu erhöhen und mittelfristig wieder in die Gewinnzone zurückzukehren. Der 100-prozentige Verkauf erfolgte mit Wirkung zum 30. September 2014. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. (1. Okt.) Mehr dazu in der [Intershop-Pressemitteilung](#).

---

## Zahlen

Adobe und Oracle verfehlen Markterwartungen

**Adobes Aktienkurs sinkt um 4% nach Bekanntgabe der Q3/2014-Zahlen.** In der Tat waren die Adobe-Zahlen

im Q3, das am 29. August endete, durchwachsen. Mit einem Umsatz von \$1,005 Milliarden lag man zwar in der anvisierten Spanne von \$975m bis \$1,025 Milliarden Dollar, aber der GAAP-Nettogewinn sank gegenüber dem Vorjahresquartal von \$83m auf \$44,7m oder \$0,09 je Aktie. (16. Sept.) Mehr dazu in der [Adobe-Pressemitteilung](#).

**Oracle verfehlt die Q1-Markterwartungen**, nämlich um rund \$200m: Man machte im Q1/2015 einen Umsatz von \$8,6 Milliarden statt der erwarteten \$8,8 Milliarden. Das machte einen nur kleinen Anstieg von 3% gegenüber dem Vorjahresquartal aus. Auch der GAAP-Nettogewinn blieb mit \$0,62 unter der Erwartung von \$0,64. Besonders schmerzlich war der Umsatzrückgang von 8% bei der Hardware. Lichtblick war ein 30% Zuwachs bei den Cloud-Umsätzen auf \$475m. (18. Sept.) Mehr dazu in der [Oracle-Pressemitteilung](#).

---

## Trends

Effektive Big-Data-Nutzer und neue Rollen in der IT.

**Eigenschaften effektiver Big-Data-Nutzer.** Wer erinnert sich noch an das 1989 erschienene Buch von Stephen Covey "The Seven Habits of Highly Effective People"? In Anlehnung an diese Eigenschaften hat Adrian Bridgwater eine entsprechende Liste für Big-Data-Nutzer in einem Beitrag in Forbes zusammengestellt. Es ist eine sehr zutreffende Liste, die von Pam Baker von FierceBigData noch ergänzt wurde. Hier die Originalliste:

1. "Begin With No End In Mind..."
2. "Be Proactive, Pragmatic, Progressive & Persuasive..."
3. "Be Technology Toolset Agnostic..."
4. "Take Big Data Into The Toilet..."
5. "Be Time Sensitive..."
6. "Keep A Wide Open Path For Big Data..."
7. "Above All, Be Holistic..."

Und hier die Ergänzungen:

1. Be a Data Hugger--Stop the guessing game throughout your organization and work from the best available information and analysis instead.
2. Be a data connoisseur and not a hoarder--Not all data is actually useful, after all.
3. Be a strategist, not a data plucker--Don't just try to do something with data, build a strategy to guide you in selecting what data you'll need, use and why so you stay on target.

Sehen Sie noch weitere Eigenschaften, die man anfügen sollte? Dann schreiben Sie mir bitte eine E-Mail an [info@wolfgang-martin-team.net](mailto:info@wolfgang-martin-team.net). Mehr dazu bei [Forbes](#).

**6 neue IT-Rollen.** Der doch recht rasante Fortschritt in Cloud und Mobile Computing sowie ein neuer Fokus auf Service-Management, Informationsmanagement und Kollaboration erfordern neue Fähigkeiten in IT und Fachabteilungen. Leider zeigen neuere Untersuchungen des Corporate Executive Board (CEB), dass die große Mehrheit (80%) der (amerikanischen) Unternehmen nichts in Sachen Training, Coaching oder Ausbildung solcher Fähigkeiten tut. Schlimmer noch: 61% der Unternehmen tun noch nicht einmal etwas in Richtung Personalplanung. "The IT talent crisis isn't new, but there's a considerable shift happening in the skills that are in demand," sagt Andrew Horne, Managing Director des CEB. "We've identified six major roles we see as being the 'future of corporate IT' that we think most, if not all, innovative companies will need going forward." Solche

Schlüsselrollen sind zukünftig:

- Kollaboration- und Social-Media-Evangelisten: Ihre Aufgabe ist eine stetige Verbesserung in der unternehmensübergreifenden Zusammenarbeit. Hier liegt dann auch die Verantwortung zur Zusammenarbeit mit Partnern und Kunden. Zu erarbeiten ist hier eine solide Kollaborations- und Social-Media-Strategie.
- Technologie-Broker: Nahezu jeder im Unternehmen hat inzwischen die Möglichkeit, sich seine eigenen Applikationen zu beschaffen. Die Aufgabe der Broker ist es, sicherzustellen, dass Kaufentscheidungen stimmig und kompatibel mit den existierenden IT-Systemen sind.
- Informations-Interpretierer: Diese Aufgabe ist der von Datenanalysten verwandt. Sie sollen dem Unternehmen helfen, wertvollen Nutzen aus seinen Daten zu ziehen.
- User-Experience-Gurus: Mangelhafte Nutzeroberflächen und Software-Ergonomie bleiben ein großes Problem bei der Nutzung traditioneller Unternehmenssoftware. Die Aufgabe solcher "Gurus" ist es, die Schwächen in der User Experience aufzudecken und zu verstehen, um so die Produktivität von Entwicklern zu steigern.
- Cloud-Integrations-Spezialisten: Ihre Aufgabe ist nicht nur die Daten- und Applikations-Integration, sondern auch das Managen und Ausbilden der Nutzer in Sachen Cloud.
- End-zu-End-IT-Service-Manager: Das Konzept von IT-as-a-Service erfordert, dass IT und Fachabteilungen IT-Services erstellen können, die flexible und effizient sind. Hier besteht die Verantwortlichkeit in der effizienten Bereitstellung von Technologie, Daten, Applikationen und Strategie.

Mehr dazu bei [TechPageOne](#).

---

## Kurzmeldungen

Neues zu Big Data, Analytik, Information Management, Social Media, Cloud und der Digitalisierung des Unternehmens

**Wenn der Schuss nach hinten losgeht: 4 unerwartete Trends im Big Data.** Vorgesagte Auswirkungen von Big Data wie eine Steigerung der Budgets für Analytik, ein Zunehmen von daten-getriebenen Entscheidungen im Management und den Aufstieg des CMOs sind ja alle eingetreten, aber einige der Vorhersagen haben sich auch ins Gegenteil verkehrt. Trotzdem haben gerade diese Vorhersagen eine hohe Auswirkung auf die IT-Landschaft. Das lesen Sie bei [CMSWire](#).

**Wie man Unternehmen auf Big Data vorbereitet.** Zu Big Data gibt es noch viele offene Fragen: Wie ausgereift sind Big-Data-Programme? Was sind aktuelle Best Practices? Was sind die Erfolgsfaktoren? Um in diesen Dingen die Unternehmen zu unterstützen, hat Ende 2013 das TDWI ein Big-Data-Reifemodell erstellt. Mehr dazu bei [Information Management](#).

**Die (erstaunliche) Wahrheit über Big Data: Es ist mehr als Technologie.** Big Data ist ein verwirrend breites Konzept und enthält einen neuen Ansatz zum Problemlösen. Mehr dazu bei [InfoWorld](#).

**Künstliche Intelligence ist auf der Vorstandsebene angekommen.** Schon 2011 war es soweit: Computer wurden besser als Menschen im Abarbeiten menschlicher Aufgaben. Das sagt Data Scientist Jeremy Howard auf einem Wettbewerb in Deutschland im Maschinernen. Die Aufgabe war, einen Algorithmus zu entwerfen, der Verkehrszeichen identifiziert, die verschwommen oder verdunkelt waren. Menschen als Tester schafften eine Erkennung von 98,5%, aber der Sieger war ein Algorithmus mit 99,4%. Mehr dazu bei [Information Management](#).

**Was ist Data Science?** Eine Diskussion zur Definition und damit zur Rolle und Verantwortlichkeit eines Data Scientists finden Sie bei [Information Management](#).

**10 Beispiele zu "Open Data".** Die hat Nicole Laskowski unter Rückgriff auf Arbeiten von Doug Laney zusammengestellt. Mehr dazu bei [SearchCIO](#).

**Daten-Verteilungen.** Von man vor einer neuen, unbekanntem Datenmenge steht, ist die erste Aufgabe, die Verteilung der Daten für jedes Attribut herauszufinden. Man schaut sich die Häufigkeiten der Variablen an. So bekommt man einen ersten Eindruck von den Daten inklusive ihrer Verteilung und ihrer Qualität. Bei kategorischen Attributen visualisiert man dazu am besten die Häufigkeiten des Vorkommens sortiert vom größten zum kleinsten Wert, bei numerischen Variablen greift man zu Histogrammen oder den anspruchsvolleren Kerndichte-Plots. Das alles findet man in den Standardfunktionen von R. Mehr dazu bei [Information Management](#).

**Mitarbeiter im daten-getriebenen Unternehmen: 5 kritische Rollen.** Die wichtigsten Rollen, die in einem daten-getriebenen Unternehmen zu besetzen sind, finden Sie in diesem Beitrag in der [InformationWeek](#).

**Wie man zu einem daten-getriebenen Unternehmen wird.** Um "daten-getrieben" zu werden, muss erst eine andere Aufgabe gelöst werden: Die Organisation aus der Perspektive von Menschen und Prozessen. Mehr dazu bei [InformationAge](#).

**Prioritäten für Chief Data Officers (CDO).** IBM sagt, dass zwar 25% der Fortune-500-Unternehmen CDOs haben, aber viele noch nicht wissen, wie man ihre Rolle strukturiert. 5 Imperative zu dieser Frage finden Sie bei [InformationWeek](#).

**Gutes und Überraschendes: Neuigkeiten zu Social Media im Unternehmen.** Social Media-Nutzung im Unternehmen wird reifer, aber ein neuer Bericht von Useful Social Media gibt einige verwirrende Signale zu Social Media-Trends in Unternehmen. "This year," sagt The State of Corporate Social Media/2014, "we appear to have reached something of a fork in the road." Mehr dazu bei [CMSWire](#).



**Wie sozial ist Ihre Supply Chain (und wen interessiert das eigentlich)?** Social-Technologie kann branchenunabhängig eingesetzt werden, aber es gibt dennoch einige Unterschiede in der tatsächlichen Verbreitung. Marketing ist da führend, aber man findet inzwischen mehr und mehr Beispiele auch in der Supply Chain. Mehr dazu bei [CMSWire](#).

**Schatten-IT im Unternehmen: 7 Schritte zur Kontrolle.** Die finden Sie bei [TechPageOne](#).

**Und nochmal Schatten-IT: Hier kommen 6 Tipps aus Kanada.** Diese Tipps von PricewaterhouseCooper finden Sie bei [ITWorldCanada](#).

**CIOs sollten sich die neuen Technologien zur Digitalisierung des Unternehmens zu Eigen machen...** oder sie werden marginalisiert. Das Internet der Dinge, kognitive Technologie, 3D-Drucker, anziehbare Technologie und ähnliche Innovationen stellen IT-Manager vor neue Herausforderungen. Wenn sie die nicht meistern, riskieren sie, marginalisiert zu werden. Mehr dazu bei [ZDNet](#).

**Die digitale Transformation bekommt Priorität.** Mehr dazu bei [InformationAge](#).

**10 Dinge, die man über DevOps-Trends wissen sollte.** Es gibt immer noch Unternehmen, die nicht ganz verstehen, was DevOps sind. Aber eigentlich ist das eine recht einfache Sache: DevOps ist eine Menge von Methoden, Prinzipien und Praktiken zur Zusammenarbeit und Integration von Entwicklung und IT-Betrieb. Mehr dazu bei [eWeek](#).

---

## Und zum Schluss

Roboter-Schlange erklimmt Hügel

**Roboter-Schlange erklimmt Hügel und schafft steile Hänge.** Mehr dazu in Wort und Bild bei [Mashable](#).

---

## Termine

Best in Cloud  Top Speaker und Top Stories



**22./23. Oktober, Frankfurt/M – Best in Cloud**

**Top Speaker, top Cloud-Stories: Jetzt bei Best in Cloud 2014 anmelden und 50% Priceoff sichern**

Die COMPUTERWOCHE-Veranstaltung Best in Cloud geht in die vierte Runde und Sie können live in Frankfurt/Main mit dabei sein. Vor Ort werden unter anderem Amazon Web Services, SAP und Computacenter Ihre Finalisten-Projekte vorstellen. Freuen Sie sich neben diesen spannenden Projekten auf Keynotes von u.a. Daniel Domscheit-Berg („Die Sicherheit von Geheimnissen“), dem ehemaligen Sprecher der Enthüllungsplattform WikiLeaks und dem User-Interface-Designer Wolfgang Henseler („Schönen Smarten Welt“). Am 22. und 23. Oktober 2014 in Frankfurt im Westhafen Pier 1. **Jetzt Ticket sichern und 50% sparen!** Alle weiteren Infos zur Veranstaltung finden Sie auf der Website zu [Best in Cloud](#).

---

## 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](http://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](mailto:info@wolfgang-martin-team.net)  
Tous droits réservés. Alle Rechte vorbehalten. Copyright © 2014 S.A.R.L. Martin  
Versand durch: HBI GmbH (PR-Agentur) [www.HBI.de](http://www.HBI.de)