



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

**INHALT**

**Editorial**  
It-Verlag –  
Enterprise  
Intelligence 2010  
– Trip-Report  
[mehr](#)

**Exasol**  
Performance im BI  
System  
[mehr](#)

**White Paper Re-  
Edition**  
[mehr](#)

**Merger &  
Acquisitions**  
[mehr](#)

**Zahlen**  
[mehr](#)

**Trends**  
[mehr](#)

**Kurzmeldungen**  
[mehr](#)

**Zum Schluss**  
[mehr](#)

**Editorial: IT-Verlag – Enterprise Intelligence 2010 – Trip-Report**

Ziel von Enterprise Intelligence ist, Entscheidungen transparent und nachvollziehbar zu machen und Prozesse mit mittels Analytik anzureichern und durch Performance Management zu steuern. Enterprise Intelligence nutzt nicht nur die unternehmensinternen Daten, sondern insbesondere auch Daten aus dem Web und den sozialen Medien. Insofern ist Enterprise Intelligence mehr als die traditionelle Business Intelligence: Enterprise Intelligence hat neue Methoden und Technologien zur Analyse unstrukturierter Daten. So wird beispielsweise ein Social Media Monitoring möglich. Mit Enterprise Intelligence wird Business Intelligence auch operationalisiert und dient der Überwachung und Steuerung auch von operativen Geschäftsprozessen. Damit werden Analysen in Echtzeit möglich und Ereignisse können entdeckt werden: Das schafft Frühwarnsysteme im Sinne eines Risiko-Managements. Weiterhin kommt Enterprise Intelligence neuen Werkzeugen, die den Fokus auf hohe Interaktivität, intuitive Visualisierung und Kollaboration im Web 2.0-Stil legen. Schließlich finden analytische Datenbanken ihren Platz in Enterprise Intelligence: Mit fast linearer Skalierbarkeit und nahezu 100facher Performanz können so die in den Pentabyte-Bereich gewachsenen Datenmengen in Sekundenschnelle analysiert werden.

Auf der vom IT Verlag organisierten „Enterprise Intelligence 2010“ – am 23. November in München – ging es um innovative Ansätze, die Enterprise Intelligence ermöglicht, und um die Erfolgsfaktoren, damit Enterprise Intelligence im Unternehmen sich rechnet. Die Positionierung von Enterprise Intelligence machte Dr. Wolfgang Martin (Wolfgang Martin Team – siehe grauer Kasten). Dann standen zwei zentrale Themen im Mittelpunkt der Veranstaltung: die Nutzenpotenziale und die Erfolgsfaktoren von Enterprise Intelligence. Die Nutzenpotenziale wurden anhand von Social Media Monitoring durch „Web Intelligence“ (Beiträge von Prof. Dr. Peter Gentsch, Business Intelligence Group und Roland Fiege, freier Management Berater, Trainer und Dozent) und von „Competitive Intelligence“ bei der Unternehmenssteuerung (Rainer Michaeli, Institute for Competitive Intelligence) aufgezeigt.

Beim Social Media Monitoring geht es darum, soziale Netze im Web zu nutzen und zu entschlüsseln. Als Idee steht ein Leitsatz von Steve Balmer dahinter: „All content will be social and digital“. Das Internet ist in diesem Sinne ein Seismograph der realen Welt. Ereignisse in der realen Welt triggern Antworten und Reaktionen in der digitalen Welt. Mit Hilfe von Web Intelligence hat man die Methoden, die Technologie und die Architektur, um diesen Seismographen für sein Unternehmen zu nutzen. Was reden die Kunden und Nicht-Kunden über mich und meine Marken und über meine Mitbewerber und ihre Marken. Was ist „in“ als Thema und wer sind die Meinungsmacher in den Social Media. Das und noch viel mehr lässt sich mittels Web Intelligence erfahren.

Die Architektur von Web Intelligence entspricht der traditionellen BI-Architektur. Man hat eine Art ETL-Prozess zum Identifizieren und Extrahieren der relevanten Quellen im Web. Das macht man mit semantischen Web Crawlern, die mitunter auch als die Staubsauger im Web bezeichnet werden. Die so extrahierten Daten aus den Social Media, aus Blogs und anderen Web-Quellen werden in einem Warehouse à la Data Warehouse gespeichert und können mit Unternehmensdaten angereichert werden. Als neue Analyse-Technik steht Textanalyse zur Verfügung. Das ist eine Weiterentwicklung und Erweiterung von Text Mining mittels linguistischer Verfahren, Suchalgorithmen und statistischem Lernen. Die Präsentation der Ergebnisse erfolgt dann ganz traditionell über Reporting, Ausnahmeberichte und Scorecards. Mit anderen Worten: Wir verbinden die Social Media mit der Unternehmens-Scorecard.

Competitive Intelligence steht zwischen spezifischer Marktforschung und Spionage. Dabei gilt es, die bestehende Grauzone zur Spionage tunlichst zu vermeiden. Die Zielsetzung von Competitive Intelligence ist das Identifizieren von nachhaltigen strategischen Wettbewerbsvorteilen. Competitive Intelligence hat klar definierte Methoden und Rollen, ist aber weitgehend frei von Technologien und Werkzeugen. Hier sind die Personen in der Regel die Erfolgsfaktoren. Auf ihre analytischen Fähigkeiten in der Kombination einzelner Puzzlesteine mit Information über den Markt und Mitbewerb kommt es an, um die Strategien von Markt und Mitbewerb zu erfassen und zu verstehen.

Weitere Nutzenpotenziale ergeben sich aus dem Einsatz analytischer Datenbanken (Nils Grabbert, SHS Viveon). Ein Anspruch von Enterprise Intelligence ist die Analyse großvolumiger Datenmengen. An einem Fallbeispiel wurde gezeigt, wie ein stark wachsender deutscher Internet-Provider seine Anforderungen an adhoc und Standard-Reporting, an Database Marketing und Customer Intelligence sowie an Web-Analytik jetzt mit fast linearer Skalierbarkeit und einer nachweislich hohen Performance mittels einer analytischen Datenbank zur vollen Zufriedenheit umsetzt. Diskutiert wurde sowohl der sehr methodische Auswahlprozess als auch die vorbildliche phasenweise Migration.

Bei der Diskussion der Erfolgsfaktoren ging es zuerst um die Kennzahlen (Tobias Müller, Weleda). Beim Naturkosmetik- und Arzneimittelanbieter Weleda spielen Kennzahlen die entscheidende Rolle als Kontrollinstrument der Ländergesellschaften: Sie schaffen die Voraussetzung für weiteres Wachstum. Als Organisation stehen ein modernes Finanzcontrolling und eine nachhaltige Unternehmensplanung dahinter. Die haben die Oberhoheit bei der Auswertung der Daten, während die IT für die Bereitstellung zuständig ist, eine gute Arbeitsteilung.

Einer der hochkritischen Erfolgsfaktoren für Enterprise Intelligence ist der Aufbau und Betrieb eines Competence Centers (Dirk Findeisen, TonBeller AG), denn 50% der erfolgreich abgeschlossenen BI-Projekte gehen in den folgenden 5 Jahren in der Linienorganisation unter. Ein weiterer Treiber für ein Competence Center ist die schiere Vielfalt der im Unternehmen eingesetzten Tools und ein fehlendes zentrales Data Warehouse. Nach Gartner haben Großunternehmen im Durchschnitt 8 BI-Tools im Einsatz, 3 Data Warehouses und unzählige Access-Datenbanken. Ein Competence Center schafft hier nicht nur Ordnung, sondern rechnet sich auch. Die operativen BI-Kosten können im Durchschnitt um 30% gesenkt werden. Es geht aber auch weitaus besser. Genannt wurde als Beispiel ein deutsches Unternehmen mit 250.000 Mitarbeitern und 5.000 concurrent BI-Nutzern, die seit 7 Jahren von einem Competence Centre betreut werden, dessen Mitarbeiterzahl zwischen 28 und 35 schwankt.

Schließlich wurden auch die Ergebnisse der Online-Befragung zur Enterprise Intelligence 2010 vorgestellt. Natürlich sind die Ergebnisse, die auf 51 Antworten beruhen, nicht repräsentativ, aber sie zeigen dennoch einige Trends auf. So ist die IT in vielen Fällen immer noch tonangebend, wenn es um den Einsatz neuer Technologien zur Enterprise Intelligence geht. Frühes Erkennen von Chancen und Risiken steht ganz oben bei den erwarteten Wettbewerbsvorteilen. Bei den Projekten steht Reporting zwar immer noch an erster Stelle, aber knapp dahinter kommen Enterprise Intelligence im Marketing, Data Mining und Predictive Analytics sowie Prozess-Controlling. Bei den Herausforderungen in Enterprise Intelligence zeigte sich noch ein anderer kritischer Erfolgsfaktor: der Zustand der Daten. Mit anderen Worten: Ohne eine Information Governance und ein Information Management geht es nicht. Ein erfreuliches Ergebnis der Befragung ist schließlich, dass die Geschäftsführung mitmacht und eine führende Rolle beim Sponsoring und der Vergabe der Budgets einnimmt. Das ist, man sollte es nicht vergessen, auch ein ganz bedeutender kritischer Erfolgsfaktor. Enterprise Intelligence gehört auf die C-Agenda: Enterprise Intelligence ist Chefsache.

Mit den besten Grüßen  
und Wünschen zu den Festtagen,  
kommen Sie gut ins Neue Jahr 2011  
Ihr

Dr. Wolfgang Martin

Dank gilt an dieser Stelle den Sponsoren der Enterprise 2010: Business Intelligence Group, Cubeware, Exasol und MicroStrategy.

### Anzeige



#### **Wie erhöhe ich die Performance meines Business Intelligence Systems?**

Fragen, die Unternehmen schnell und präzise beantworten müssen. Für unternehmensinterne bzw. strategische Entscheidungen benötigt das Management zeitnah Informationen aus den Geschäftsprozessen, um schnell fundierte Entscheidungen treffen zu können.

Der Business Intelligence Markt wird auch in 2011 ein Wachstum verbuchen, unterstützt durch die neuen Trends wie Cloud und mobile Anwendungen. Erfolgsfaktoren wie **Auswertungs-Performance** und **Qualität** der Daten liefert das Data Warehouse.

Diese Anforderungen kann lediglich ein Data Warehouse erfüllen, das schnell und flexibel genug ist, um einen Echtzeitdialog mit der Datenbank zu ermöglichen. Zudem muss es kostengünstig und flexibel skalierbar sein, um ohne Einschränkungen eine Analyse von nicht aggregierten Daten zu erlauben.

Performance, Geschwindigkeit, Datenqualität ist in aller Munde – wir zeigen Ihnen unsere Lösung [EXASolution](#).

### White Paper Re-Edition

**Aus jCOM1 AG wurde Metasonic AG.** Über die Hintergründe und die neuen Zielsetzungen sprach it management-Herausgeber Ulrich Parthier mit Herbert Kindermann, CEO der Metasonic AG. Das Interview lesen Sie auf [IT Daily](#)

Daher haben wir auch das White Paper neu herausgegeben:

**Metasonic – White Paper – Aktives Compliance-Management mit subjektorientiertem Business Process Management (S-BPM) – auf dem Weg zum serviceorientierten Business.**

**Deutsch – November 2010** – Lesen Sie in meinem White Paper, was es mit der „Magie“ des S-BPM auf sich hat und warum Herrmann Kindermann sagen kann: „So einfach war es noch nie, Business Applikationen zu erstellen und miteinander zu verbinden. In unserer Plattform entstehen mit Hilfe von S-BPM transparente und sichere Prozesse, die von einem dynamischen Kommunikationsfluss leben. Dadurch profitieren Unternehmen von erheblichen Zeit- und Qualitätsvorteilen bei reduzierten Kosten – die optimale Basis für Wachstum und Erfolg.“

Hier geht es zum [Download](#)

### Merger & Acquisitions

**Open Text kauft StreamServe.** Mit dem Kauf von StreamServe Inc. ergänzt Open Text seine ECM Suite um komplementäre Software für Dokumentenoutput und das Management der Kundenkommunikation. Gleichzeitig stärkt die Übernahme die Open Text-Partnerschaft mit SAP und die Marktposition des ECM-Anbieters in den skandinavischen Ländern. Der Wert der Transaktion liegt bei rund \$71m und unterliegt den üblichen Anpassungen zu Kaufpreis und Sperrfrist. (27. Okt.) Mehr dazu in der [OpenText-Pressemittteilung](#) und im [Blog](#) von Lubor Ptacek

**Dell rüstet für die Cloud und kauft Boomi.** Über den Preis wurde zwischen den Parteien Stillschweigen vereinbart, aber teuer war das vermutlich nicht, denn Boomi ist noch ein kleines Unternehmen mit einer geschätzten jährlichen Runrate von \$10m bis \$15m. Das Unternehmen aus Berwyn/Pennsylvania hat mit der Integrationsplattform AtomSphere für Cloud-Computing eine führende Informationslösung für PaaS, also zwischen Anwendungen, die im Unternehmen, bei einem Software-as-a-Service- oder Cloud-Computing-Anbietern laufen. Zu den Kunden gehören beispielsweise Salesforce.com und Rightnow. Mitbewerber von Boomi sind Hubspan und Cast Iron (von IBM übernommen, siehe Newsletter 59 vom Mai 2010). (02. Nov.) Mehr dazu in der [Boomi-Pressemitteilung](#)

**Talend übernimmt Sopera und schließt fünfte Finanzierungsrunde ab.** Talend, führender Anbieter für Open-Source-Datenmanagementsoftware, übernimmt das Softwareunternehmen Sopera, einen Anbieter von Open-Source-SOA- und Integrations-Plattformen. Durch den Zusammenschluss entsteht ein weltweiter Anbieter für Open-Source-Middlewarelösungen, der zu den fünf größten, reinen Open-Source-Anbietern weltweit zählt. Gleichzeitig hat Talend eine Finanzierungsrunde über \$34m abgeschlossen, angeführt von Silver Lake Sumeru, einem Unternehmen für private Investitionen in mittelständische Technologieunternehmen. Die bestehenden Investoren Balderton Capital und IdInvest Partners (ehemals AGF Private Equity) beteiligten sich ebenfalls an dieser Finanzierungsrunde. Durch die Akquisition ist Sopera jetzt eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von Talend und wird als Talends Application Integration Division weitergeführt. Talend wird alle Sopera Mitarbeiter übernehmen, auf deren Know-how aufbauen und weiter investieren, um die weltweite Expansion der neu gegründeten Division zu beschleunigen. Talend wird innerhalb der nächsten 30 Tage bekannt geben, inwieweit sich die Übernahme auf seine neue Produktplanung auswirkt, sowohl für seine neue Business-Unit „Anwendungsintegration“ als auch für das Kerngeschäft „Datenmanagementprodukte“. (10. Nov.)

**Neue Akquisitionswelle bei Infor?** Seit Oktober 2010 ist Charles Phillips, der Mann, den viele als den Treiber und Macher hinter der Oracle-Akquisitionsstrategie sehen, der neue CEO bei Infor. Oracle hat seit 2005 \$35 Milliarden für Akquisitionen ausgegeben. Infor ist eines der wenigen Unternehmen mit einer ähnlich aggressiven Akquisitionsstrategie. Innerhalb von 8 Jahren hat man nicht nur viele kleine Deals getätigt, sondern sich auch bedeutende Marken wie Baan, SSA Global und GEAC einverleibt. Inzwischen ist so Infor zu einem über \$2 Milliarden Software-Anbieter mit mehr als 70.000 Kunden geworden. Und jetzt Charles Phillips. (15. Nov.) Lesen Sie mehr dazu bei [InformationAge](#)

**Attachmate kauft Novell für \$2,2 Milliarden.** Attachmate will Novell jetzt in die beiden Bereiche Novell und SUSE aufteilen und durch weitere Attachmate-Lösungen wie NetIQ ergänzen. Novells Kundenverpflichtungen sollen in vollem Umfang übernommen werden und weitere Investitionen in die Novell-Produktpalette sollen folgen. Novell hat außerdem angekündigt, einige seiner Urheberrechte für \$450m an die CPTN Holdings LLC abzutreten, einem Industriekonsortium unter der Führung von Microsoft. Novell hatte 2006 ein Patent-Abkommen mit Microsoft abgeschlossen, das Microsoft die Verteilung von SuSE Linux ermöglichte. (22. Nov.) Mehr dazu in der [Novell-Pressemitteilung](#) und bei [InformationAge](#)

**Pitney Bowes Business Insight übernimmt Portrait Software.** Pitney Bowes Business Insight hat sein Portfolio mit der Akquise von Portrait Software im Bereich CRM ausgebaut. Portrait Software ist ein britisches Unternehmen, das auf Software spezialisiert ist, die Customer-Relationship-Management-Systeme durch Interaktionsmanagement und Analytik ergänzt und verbessert. Unternehmen können so bessere Kundenbeziehungen aufbauen, Kundenabwanderung verhindern, Marketing-Initiativen gezielter und wirkungsvoller umsetzen und insgesamt Kosten in all diesen Bereichen reduzieren. Die Lösungen ergänzen das Portfolio von Pitney Bowes optimal und werden in das Lösungsangebot integriert. (02. Dez.) Mehr dazu in der [Pitney Bowes Business Insight Pressemitteilung](#)

**Salesforce.com will Heroku, Anbieter einer Ruby-Plattform in der Cloud, für rund \$212m in bar übernehmen.** Das kündigte Salesforce.com auf der Dreamforce in San Francisco an. Heroku wurde 2007 gegründet und hat bis heute \$13m Wagniskapital erhalten. Für Salesforce.com ist diese Transaktion aber absolut strategisch, denn auf der Ruby-Plattform von Heroku laufen rund 100.000 social und mobile Cloud-Anwendungen. Ruby wird als die kommende Programmiersprache für solche Anwendungen gesehen und könnte in diesem Bereich Java verdrängen. Mit

anderen Worten, hier setzt Salesforce.com mit Ruby gegen Erzfeind Oracle, der ja Java beherrscht. Tatsache ist, dass es schon mehr als eine Million Entwickler für Ruby gibt, und bekannte Web-Unternehmen wie Twitter, Groupon oder Hulu Ruby für ihre Entwicklung nutzen. Ruby ist die Sprache, die ideal zu agilen Softwareentwicklungsmethoden passt. (08. Dez.) Mehr dazu in der [Salesforce-Pressemitteilung](#)

### Zahlen

**Truffle Capital: Region Rhein-Main-Neckar hat in der europäischen Softwarebranche weiter die Nase vorn.** Laut der zweiten Ausgabe seiner Studie „Truffle 100 European Clusters“, einer Rangliste der Top 40 Regionen der europäischen Softwareindustrie in Europa, erwirtschafteten Unternehmen in der Region Rhein-Main-Neckar 40% des weltweiten Umsatzes der 100 führenden europäischen Softwareanbieter. Ausdrücklich hebt die Studie die Rolle der Region Rhein-Main-Neckar hervor, die ihre Position als „Silicon Valley“ Europas behaupten konnte. Dieses Bild basiert auf den Ergebnissen der 2009 mit Unterstützung der europäischen Kommissarin für Informationsgesellschaft und Medien, Neelie Kroes, und in Zusammenarbeit mit IDC und CXP durchgeführten Studie „Truffle 100 Europe“. Während die Region Rhein-Main-Neckar dank der beiden großen internationalen Softwareanbieter SAP und Software AG ihre Führungsposition behaupten konnte, gelang es Südostengland, sich Platz 2 zu sichern. Diese beeindruckende Leistung verdankt die Region der Dynamik verschiedener internationaler Flaggschiff-Anbieter, allen voran Sage, Autonomy, Misys und Microfocus, die aggressiv den Akquisitions- und internationalen Expansionspfad beschritten haben. Der Großraum Paris ist noch immer eines der wichtigsten Technologiezentren Europas, ist aber auf Platz 3 zurückgefallen. (18. Nov.) Mehr dazu beim [Truffle Cluster Ranking](#)

**TDS unter Druck: Prognose nach unten korrigiert.** Seit Ablauf des Q1 des laufenden Geschäftsjahres haben sich mehrere Faktoren in unerwartetem Umfang negativ auf die Geschäftsentwicklung der TDS Informationstechnologie AG ausgewirkt. Insbesondere die unerwartet schwierige Marktsituation im Q2 des laufenden Geschäftsjahres und höher als erwartete Anlaufkosten für das neue Rechenzentrum führten dazu, dass das EBIT im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2010/2011 gegenüber dem Vergleichszeitraum im Vorjahr von 5,578m Euro auf 1,340m Euro zurückgegangen ist. Für das gesamte laufende Geschäftsjahr rechnet der Vorstand der TDS Informationstechnologie AG aus heutiger Sicht damit, dass die bisher auf etwa 6% prognostizierte EBIT-Marge weiter zurückgehen und nur noch leicht positiv ausfallen wird. Es wird ferner erwartet, dass die Umsatzerlöse für das Geschäftsjahr leicht unterhalb der bisherigen Prognose von rund 137m Euro liegen werden. (09. Nov.)

**Intershop wächst im Q3 durch Steigerung im Beratungsgeschäft.** Der Q3-Nettoumsatz steigt um 50 % auf 10,5m Euro. Der Nettoumsatz nach 9 Monaten liegt bei 27,7m Euro (+34 %). Der Nettogewinn von 1,0m Euro übertrifft klar das Vorjahresniveau und die Liquidität ist deutlich gestiegen. Klingt gut, aber wenn man genauer hinschaut, dann ist nicht alles Gold was glänzt, denn wesentlicher Treiber der kräftigen Steigerung war erneut das starke Beratungsgeschäft (+59 %). Darüber hinaus haben die Bereiche Wartung (+9 %) sowie Online Marketing (+57 %) zum Wachstum beigetragen. Das Lizenzgeschäft ist zwar im Vergleich zum Vorquartal auch deutlich gewachsen, blieb jedoch auf Neun-Monats-Sicht (-24 %) hinter den Erwartungen zurück. Das bleibt kritisch zu beobachten, vor allem nach der Übernahme des Mitbewerbers ATG durch Oracle (siehe Newsletter 64, November 2010). (10. Nov.) Die Details finden Sie in der [Intershop-Pressemitteilung](#)

**Devoteam steigert Umsatz im Q3 um 11%.** Das IT-Beratungsunternehmen Devoteam steigerte in den ersten neun Monaten seinen Umsatz um 7% auf 358,4m Euro. Die operative Marge lag bei 5,4%. Im Q3 wurde ein Umsatz von 118,2m Euro erzielt (Vorjahrsquartal 107,0m Euro). Aufgrund der sich schrittweise verbessernden Marktbedingungen konnte das Unternehmen die Auslastung erhöhen und wieder neue Mitarbeiter einstellen. Ende September beschäftigte Devoteam 4.526 Mitarbeiter (einschließlich der Akquisition von Fornebu Consulting in Norwegen) und lag damit aufgrund einer leicht höheren Fluktuation auf dem Niveau des vorangegangenen Quartals. (15. Nov.) Die Details finden Sie in der [Devoteam-Pressemitteilung](#)

## Trends

### **Best Practice Award Business Intelligence 2011 – jetzt anmelden.**

Möchten auch Sie einmal der Gewinner des Best Practice Award Business Intelligence und Data Warehousing werden? Auch dieses Jahr vergibt das BARC-Institut wieder den Award für äußerst gut gelungene Projekte in der Einführung von Business-Intelligence- oder Data-Warehousing-Lösungen. Bewerben Sie sich jetzt und gewinnen Sie einen attraktiven Preis als Belohnung für Ihre Mühe und Arbeit. Mehr dazu bei [BARC](#)



**Gedanken zu Ray Ozzies Memo "Am Morgen eines neuen Tages".** Der Microsoft Ex-Chief Software Architect Ray Ozzie beschreibt in einem Memo nach seinem Weggang eine "Post-PC" Welt, in der alle Geräte smart und miteinander verbunden sind. Die Kommunikation erfolgt dabei in weiten Teilen autonom. In seinem Memo fragt Ray Ozzie nicht nur nach der Rolle, die Microsoft in einer solchen Welt spielen will und kann, sondern auch die daraus resultierenden neuen Anforderungen an Menschen und Unternehmen. Für Ray Ozzie ist aber eines klar und deutlich: Microsoft hat im Mobile Computing sehr viel Boden verloren: "Certain of our competitors' products and their rapid advancement & refinement of new usage scenarios have been quite noteworthy," schreibt er, "Our early and clear vision notwithstanding, their execution has surpassed our own in mobile experiences, in the seamless fusion of hardware & software & services, and in social networking & myriad new forms of Internet-centric social interaction." Mehr dazu in Andrew McAfee's Beitrag im [HarvardBusinessReview](#)

**Die Strategien von Oracle und SAP im Vergleich.** Der Wettbewerb zwischen Oracle und SAP wird deutlich schärfer. Mehr und mehr Kunden interessieren sich inzwischen nicht mehr nur für die Technologien der beiden führenden Anbieter, sondern auch für das gesamte strategische Umfeld. Einen guten Vergleich gibt ein Artikel von Thomas Wailgum im CIO Magazine. Er vergleicht die jüngsten Quartalszahlen und zeigt die jeweils strategischen Vorteile auf. Dazu kommen weitere Soft-Indikatoren wie beispielsweise "Wie oft jeder Anbieter in der jeweiligen Konferenz der Ergebnisbekanntgabe genannt wurde". (Oracle Executives nannten SAP 20mal im letzten Call, während SAP Executives Oracle nur viermal nannten. Ein Punkt für die SAP.) Oracle hat einen Punkt in der Kategorie "Big, Scary Number to Behold": \$8.8 Milliarden im operativen Cash Flow auf 12 Monatsbasis. SAP gewinnt in der Kategorie "Earnings Conference Call Quote": Beispiel Co-CEO Bill McDermott: "Unlike others, we work closely with our partners. We do not alienate them." Die neuesten Marketingpläne, neue Mitarbeiter an Schaltstellen und auch die Gerüchteküche um die beiden Unternehmen herum werden verglichen. Mehr dazu in Thomas Wailgum's Artikel im [CIO Magazine](#)

**Soll Marketing eine eigene IT haben?** Caron Carlson von FierceCIO wurde durch einen Blog-Post von Scott Brinker bei *InformationWeek* auf diese Frage gebracht. Scott argumentiert, dass Marketing seine eigene IT braucht "from high-level strategy down to in-the-trenches code." Er unterstreicht seine Meinung durch einen Bericht des CMO Councils und Accenture. Hier werden die Potentiale eines Marketings mit eigener IT auf der einen Seite aufgezeigt und auf der anderen Seite die Blockade dargestellt, die durch die beidseitige Frustration von IT mit Marketing und Marketing mit IT entstanden ist und die die notwendige Kollaboration zwischen beiden Bereichen nachhaltig stört. Der Treiber sei hier die Evolution in Marketing und Technologie, die Marketing zu einer Technologie-getriebenen Disziplin gemacht hat. Der Blog-Post kommt so zum Ergebnis, dass die IT die Verantwortung für die meisten Marketing-Applikationen aufgeben sollte. Carons Editorial zu diesem Thema hat vor allem auch viele Reaktionen und Beiträge der Leser getriggert. Das alles bei [FierceCIO Was meinen Sie zu diesem Thema?](#)

**Taugt Facebook's "social inbox" fürs Business?** Jeder der 500 Millionen Facebook-Nutzer kann jetzt auf Wunsch eine eigene E-Mail-Adresse mit der Endung @facebook.com bekommen. Der neue Dienst ist aber mehr als nur ein elektronisches Postfach. Facebook's neues Messaging-System bietet neben E-Mail auch Instant Messages, Text- und SMS-Nachrichten und Facebook-Posts. Damit geht der Wettlauf zwischen Facebook und Google in die nächste Runde: Viele Marktbeobachter sehen hier einen Ansatz, um die Google-Mail zu killen. CEO Mark Zuckerberg sagt, dass

seine "social inbox" Kommunikation einfacher machen wird, aber Skeptiker meinen, dass Unternehmen hier erst einmal nicht aufspringen sollten. Kristin Burnham macht in einem Beitrag für den CIO deutlich, dass zwar Facebook-Seiten Unternehmen helfen, bestimmte Kundensegmente besser zu erreichen, aber Facebook keineswegs als der optimale Platz für interne und externe Unternehmenskommunikation gilt. Insbesondere wollen viele private und geschäftliche Kommunikation nicht miteinander vermischen. Dazu kommen Sicherheits- und rechtliche Bedenken, wenn man im Business alle Nachrichten in einen Topf wirft. Schließlich bestehen zu Facebook große Bedenken, dass die dort gespeicherte Korrespondenz auch Datenschutzrechtlich korrekt behandelt wird. Zwar sagt hier Facebook, dass man genau das tun wolle, aber das bisherige Verhalten von Facebook hat hier nicht gerade eine Vertrauenssphäre geschaffen. Die Details finden Sie in Kristin Burnham's Artikel bei [CIO](#)

**Prediction for predictive analytics.** Die traditionelle Business Intelligence ist tot, es lebe die neue Analytik. Genau dieser Wandel vollzieht sich gerade. Der hat eine erhebliche Auswirkung auf die Zusammenarbeit Fachabteilung/IT, denn bisher war bei Business Intelligence in der Regel die IT tonangebend. Jetzt gehen die Verantwortung und der „Besitz“ auf die Fachabteilung über. Analytics und Predictive Analytics ist keine Geheimwissenschaft mehr, die ein Nischendasein fristet, sondern wird inzwischen aggressiver, breiter und strategischer vom Business eingesetzt. Jetzt muss die IT umdenken, denn es geht nicht mehr (nur) um technische Funktionen, sondern um echte Wettbewerbsvorteile. Dieser Trend wird sich in 2011 nicht nur fortsetzen, sondern auch verstärken. Denn man kann jetzt Dank analytischer Datenbanken (Dazu gibt's im kommenden Januar-Newsletter ein Editorial!) hoch-volumige und hoch-komplexe Datenmengen analysieren und das sogar in nahezu Echtzeit. Das ging bisher so gut wie nicht. Mehr dazu in Bob Evans Beitrag in der [InformationWeek](#)

#### **Kurzmeldungen:**

**Performance Management – Mythen und Realität. (Teil 2)** 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](#)

**Die Fachabteilungen begeistern sich eher für die Cloud als die IT.** Eine UK-Marktumfrage kommt zu ähnlichen Ergebnissen wie unser [XaaS Check 2010](#). Mehr zu der UK-Studie lesen Sie bei [InformationAge](#)

**Die fünf Dilemmas im Cloud Computing.** Eine Cloud Computing Strategie umzusetzen, ist weit schwieriger als manche Anbieter und Berater denken. Da gebe es mindestens 5 größere Herausforderungen zu meistern. Mehr dazu lesen Sie in Jonathan Reichental's Blog im [O'Reilly](#)

**Reflektionen zum Cloud Computing 2011.** Das Jahr ist noch nicht vorbei, und schon kommen die Trends 2011 auf den Markt. Dennoch, hier einige lesenswerte Gedanken von Gordon Haff auf [CNET News](#)

**Outsourcing: China holt kräftig auf.** Der chinesische Outsourcing-Markt wächst aktuell doppelt so schnell wie der indische. Mehr dazu bei [InformationAge](#)

**Marktstudie zeigt: Frauen in der IT sehen die Dinge anders.** Mehr dazu bei [CNET](#)

**Einer gewinnt immer, diesmal Salesforce.com.** Der Aktienkurs ist nun so langsam in die Wolken geklettert. Mehr dazu bei [Yahoo! News](#)

**Verloren hat die SAP: Rekordstrafe in der Tomorrow Now-Affaire.** Die SAP muss Oracle wegen "Datenklau" eine Strafe in Höhe von \$1,3 Milliarden zahlen. Mehr dazu bei [stern.de](#)

**Facebook überholt Google.** Die US-Nutzer verbringen inzwischen mehr Zeit bei Facebook (41,1m Minuten) als bei Google (39,7m Minuten). Die Vorjahreszahlen sahen noch ganz anders aus: Da führte Google deutlich mit 34,0m Minuten versus Facebook mit 16,8m Minuten. Damit hat Facebook einen weiteren strategischen Vorteil im Anzeigengeschäft.

**Und zum Schluss...:**

**Wie Smart-Phone-Nutzer sich selbst und die anderen sehen.** Das schauen Sie sich am besten auf diesem [Cartoon](#) an.

**Und für alle Harry Potter Fans:** 10 "cool" Gadgets aus der Welt von Harry Potter. Dazu mehr bei [Techland](#)

**Lady Gaga's Computer hacked.** Zwei junge deutsche Hacker (17 und 23 Jahre alt) verschafften sich Zugang zu den Computern von rund 50 Popstars. Mehr dazu im [Telegraph](#)

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](mailto: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](http://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](mailto: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](http://www.HBI.de)