



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

Trends im Kundendatenmanagement – Ergebnisse der Marktbefragung - [mehr](#) »

### Neue Research Note

Ergebnisse der Marktbefragung zum Kundendatenmanagement 2014 - [mehr](#) »

### Merger & Acquisitions

Apple kauft Beats für 3 Milliarden Dollar. - [mehr](#) »

### Zahlen

HP zum 11. Male in Folge im Sinkflug - [mehr](#) »

### Trends

Wie man erfolgreich ein digitales Unternehmen aufbaut - [mehr](#) »

### Kurzmeldungen

Neues zu Big Data, NoSQL, Analytik, Information Management, Social Business, IT und die Digitalisierung - [mehr](#) »

### Und zum Schluss

Gezwitscher in den US-Staaten - [mehr](#) »

### Termine

Pentaho ‚Better Together‘ Europa Tour - [mehr](#) »

## Editorial

Trends im Kundendatenmanagement □ Ergebnisse der Marktbefragung

Kundendatenmanagement<sup>1</sup> hat sich gemäß der Ergebnisse dieser Marktbefragung bei Unternehmen im deutschsprachigen Markt 2014 eine noch höhere Bedeutung als 2013 verschafft. Die Bedeutung von Kundendatenmanagement erreicht im gewichteten Mittel den Wert von 4,08 (2013 nur 3,73)<sup>2</sup>. Das ist nahezu der gleiche Wert, den die Bedeutung von Kundenzentrierung mit 4,12 erreicht hat. Die Lücke, die wir hier im letzten Jahr gesehen haben, hat sich geschlossen, und das ist gut so! Als Treiber werden in erster Linie Steigerung der Kundenbindung, des Kundenwertes und der Effizienz gesehen. Diese Treiber sind messbar und können als Grundlagen für die Budgetierung von Kundendatenmanagement eingesetzt werden.

Bei den Business Cases steht Steigerung der Datenqualität mit 21,5% der Nennungen ganz vorn noch vor dem Schaffen einer 360°-Sicht auf den Kunden mit 18% der Nennungen. Danach folgen Kampagnen-Management mit 13,6%, Compliance-Anforderungen mit 13%, Multi-Channel/Cross-Channel-Management mit 8,7% und personalisierte Kundeninteraktionen im Web mit 7,5%. Dabei sind Multi-Channel/Cross-Channel-Management und personalisierte Kundeninteraktionen für die Befragten aus den Fachabteilungen deutlich wichtiger als für die Befragten aus der IT, die Kampagnen-Management und Compliance als deutlich wichtiger ansehen.

Genauso gut wie 2013 funktioniert das Sponsoring von und die Aufgabenverteilung im Kundendatenmanagement. Die Befragten sehen mit 25% die Geschäftsführung als Sponsor (24% in 2013) und mit 41% die entsprechenden Fachabteilungsleiter (gleicher Wert in 2013). Allerdings ist für 22% der Befragten die Frage des Sponsors immer noch nicht klar geregelt (2013 waren es 24%): In solchen Situationen scheitern Programme in der Regel. 50% der Befragten sehen Kundendatenmanagement als gemeinsame Aufgabe Fachabteilung/IT, 16,5% sehen Kundendatenmanagement als Aufgabe von Vertrieb und/oder Marketing und 14,3% sehen die Verantwortung in einem Kompetenzzentrum. Allerdings empfinden das die Befragten aus IT und Fachabteilungen jeweils etwas anders. Bei den Befragten aus der IT sehen sogar 61% Kundendatenmanagement als gemeinsame Aufgabe. Das sehen aber nur 47% der Befragten aus den Fachabteilungen. Die sehen Vertrieb und Marketing in der Führungsrolle. Das wiederum sehen nur 9% der Befragten aus der IT.

Auch Data Governance wird von 33% der Befragten als gemeinsame Aufgabe von Fachabteilungen und IT gesehen. Allerdings gaben 16% der Befragten an, sie haben (immer noch) keine Data Governance. Hier ergibt sich eine Schere zwischen den kleinen Unternehmen, bei denen gemäß der Befragung 23% keine Data Governance haben versus 11% bei den großen Unternehmen. Bei der Data Governance überrascht der Anteil von 15%, die über eine Data Governance in ihrem Unternehmen nichts wissen. In Sachen Data Governance besteht also immer noch Handlungsbedarf. Dazu kommt, dass sich in den Ansichten der IT und der Fachabteilungen hier ein ähnliches Bild wie bei der Frage nach der Aufgabenverteilung ergibt: Jede der beiden Seiten sieht sich stärker in der Verantwortung als die andere. Wie es scheint, wird um die Rollenverteilung zwischen der IT und den Fachabteilungen in den Unternehmen noch heftig gerungen.

Der Einsatz von Kundendatenmanagement hat sich gegenüber 2013 sogar verbessert: Statt 27% wie 2013 sagten nur noch 23% der Befragten, man tue es nur sporadisch „wenn es brennt“. Statt 8% wie 2013, die nichts tun und glauben, alles sei OK, sind es nur noch 4%. Dazu kommt: Kundendatenmanagement betreiben 51% der befragten Unternehmen als etablierten Prozess. Das ist eine deutliche Steigerung von 37% in 2013. Das zusammen unterstreicht deutlich, dass Kundendatenmanagement in den Unternehmen angekommen und verankert ist.

Bei den genutzten Datenquellen stehen Geodaten weiter hoch in Kurs. Sie landen mit 13% der Nennungen auf Platz 3 hinter der Nutzung und Integration der unternehmenseigenen Daten (29%) und von Dritten gekauften Adressdaten (23%). Die Nutzung von Daten aus sozialen Netzen ist gegenüber 2013 nicht weiter vorangekommen und bleibt mit 7% der Nennungen schwach.

Auch Cloud Computing ist gegenüber 2013 im Kundendatenmanagement nicht weitergekommen. 15% der Befragten sagten, sie nutzen hybride Cloud-Lösungen und gerade mal 3% der Befragten nutzen SaaS-Lösungen. Das ist in Bezug zu setzen mit den 18% der Befragten, die Kundendatenmanagement immer noch manuell betreiben. Hier besteht definitiv Handlungsbedarf.

Der Zielerreichungsgrad von Kundendatenmanagement hat sich leicht verbessert: Gegenüber 2013 hat der Zielerreichungsgrad der Projekte, die weniger als 50% der gesteckten Ziele erreicht haben, abgenommen und der

über 95% zugenommen. Er lässt aber immer noch deutlich zu wünschen übrig: Nur 19,5% der Befragten sehen einen Zielerreichungsgrad von über 80% und 31,6% der Befragten sagten, sie haben keine Ziele für Kundendatenmanagement. Hier greift das Management-Prinzip „Man kann nur managen, was man auch messen kann“: Das Messen der Zielerreichung im Kundendatenmanagement ist kritischer Erfolgsfaktor.

**Fazit:**

- Die drei Top-Treiber von Kundendatenmanagement sind Steigerung der Kundenbindung, des Kundenwertes und die Effizienzsteigerung. Das unterstreicht die große Bedeutung, die Kundendatenmanagement beigemessen wird.
- Der Top-Business Case für Kundendatenmanagement ist die Steigerung der Datenqualität mit 21,5 % der Nennungen noch vor dem Schaffen einer 360°-Sicht auf den Kunden mit 18%.
- Auf die Zusammenarbeit zwischen IT und Fachabteilung in Sachen Kundendatenmanagement kommt es an: Kundendatenmanagement ist eine Unternehmensaufgabe. Das ist im Markt angekommen und die Bedeutung ist gegenüber der Befragung 2013 noch weiter gestiegen.
- Fachabteilungen und IT sehen sich aber unterschiedlich: Jede der beiden Seiten sieht sich stärker in der Verantwortung als die andere es sieht. Das deutet darauf hin, dass um die Rollenverteilung zwischen der IT und den Fachabteilungen im Kundendatenmanagement noch heftig gerungen wird.
- Kundendatenmanagement sollte ein etablierter Prozess sein: Inzwischen haben 51% der befragten Unternehmen einen solchen. Das ist eine deutliche Steigerung von 37% in 2013.
- Kundendatenmanagement braucht Software-Unterstützung, aber 18% der befragten Unternehmen betreiben Kundendatenmanagement immer noch manuell.
- Der Erfolg von Kundendatenmanagement lässt trotz leichter Besserung gegenüber 2013 immer noch zu wünschen übrig. 31,6% der Befragten haben keine Ziele für Kundendatenmanagement und bei den Projekten liegen 32,4% unterhalb einer Zielerreichung von 80%.

Hier geht es zum [Download](#) der Befragungsergebnisse.

Mit den besten Grüßen aus Annecy / Haute Savoie

Dr. Wolfgang Martin

<sup>1</sup> In diesem Editorial beziehen sich die Prozentzahlen auf die Grundgesamtheit N=134 aller Befragten.

<sup>2</sup> Die Bewertung folgt der Skala 1 bis 5, wobei 1 „sehr gering“ und 5 „sehr groß“ bedeutet.

---



Folgen Sie uns auf [@wmartinteam](#)

---

## Neue Research Note

Ergebnisse der Marktbefragung zum Kundendatenmanagement 2014

### ***Kundendatenmanagement: Ergebnisse der Marktbefragung zu den Trends 2014.***

Kundendatenmanagement wird gemäß den Ergebnissen dieser Befragung zwar in seiner Bedeutung und Notwendigkeit sowie in seinem Nutzen verstanden, aber die Zielerreichung lässt deutlich zu wünschen übrig. Negativ fällt auch der recht hohe Anteil der Unternehmen auf, in denen noch keine Software zum Kundendatenmanagement eingesetzt wird oder Kundendatenmanagement gar nicht umgesetzt wird. Es zeigen sich in den Ergebnissen auch sehr deutlich nicht nur zu erwartende Unterschiede zwischen den kleinen und großen Unternehmen, sondern auch bemerkenswerte Unterschiede in den Ansichten und Einschätzungen der Mitarbeiter in den Fachabteilungen und der IT. Da klafft eine Schere in Sachen Aufgabenverteilung, Verantwortung, Einsatz und Einschätzung des Zielerreichungsgrades. Jede Seite sieht sich jeweils stärker in der Verantwortung als sie von der anderen Seite eingeschätzt wird. Bei Einsatz und Zielerreichungsgrad zeigt sich zudem die IT optimistischer als die Fachabteilungen. Wie 2013 lässt sich zum Schluss weiterhin sagen: Es bleibt noch einiges zu tun in Sachen Kundendatenmanagement. Diese unabhängige Studie des Wolfgang Martin Team wurde von der [Uniserv GmbH](#) in Auftrag gegeben. In dieser Research Note finden Sie alle Fakten und Ergebnisse der Studie. Hier geht es zum [Download](#)

---

## Merger & Acquisitions

Apple kauft Beats für 3 Milliarden Dollar.

**Google übernimmt Cloud-Monitoring-Start-up Stackdriver.** Google hat die Übernahme von Stackdriver bestätigt. Stackdriver war 2012 von ehemaligen VMware-Mitarbeitern als Monitoring-as-a-Service Unternehmen gegründet worden: Man will DevOps-Administratoren in die Lage versetzen, mehr Zeit mit Entwicklung und weniger mit Verwaltung zu verbringen. Stackdriver werde in Googles Sparte „Cloud Platform“ integriert. Finanzielle Details der Übernahme wurden nicht bekannt. (8. Mai) Mehr dazu bei [Tech Crunch](#).

**Yahoo übernimmt Blink.** Blink ist eine mobile Nachrichten-Applikation. Der Service wird jetzt eingestellt. Alle sieben Blink-Team-Mitglieder inklusive dem Gründer gehen zu Yahoo. Blink ist ein Produkt der Meh Labs, einem

von ex-Google Kevin Stephens und Michelle Norgan gegründetem Unternehmen. Finanzielle Details der Übernahme wurden nicht bekannt. (13. Mai) Mehr dazu auf der Webseite von [Blink](#).

**Hortonworks übernimmt XA Secure.** Mit dieser Akquisition will Hortonworks eine umfassende Security für Enterprise Hadoop bieten. (15. Mai) Mehr dazu bei [Hortonworks](#).

**Oracle kauft Desktop-Virtualisierer GreenBytes.** Finanzielle Details wurden nicht genannt. Die VDI-Software von GreenBytes ist für Desktop-as-a-service-Angebote konzipiert. Sie basiert unter anderem auf dem von Sun entwickelten Open-Source-Filesystem ZFS. Oracle will die Technologie von GreenBytes in die eigenen ZFS-basierten Appliances integrieren. Ob die Software daneben auch noch als eigenständiges Produkt weiterentwickelt und vertrieben werden soll, ist noch nicht entschieden. (15. Mai) Mehr dazu in der [Oracle-Meldung](#).

**SAP plant Übernahme von SeeWhy, Anbieter von Software von verhaltensbasiertem Marketing in Echtzeit.** SAP beabsichtigt, SeeWhy, Anbieter für cloudbasierte Lösungen für verhaltensbasiertes Marketing zu übernehmen. Verhaltensbasiertes Marketing ist ein Marketinginstrument, mit dem sich bestimmte Zielgruppen im Internet auf Basis ihrer dynamischen Verhaltensprofile direkt ansprechen lassen. Mit dieser Übernahme ergänzt SAP die E-Commerce-Plattform von hybris, einem Unternehmen der SAP AG, um personalisiertes Marketing, das auf der Echtzeitanalyse von Kundenverhalten beruht und Kundeninteraktion in direkte Vertriebsmaßnahmen umsetzt. Darüber hinaus wird SeeWhy für weitere SAP-Produkte das Kundenerlebnis optimieren und Kunden darin unterstützen, ihren Umsatz über die wachsende Anzahl von Kanälen und Interaktionspunkten zu steigern. (20. Mai) Mehr dazu in der [SAP-Pressemitteilung](#).

**Google kauft Divide und investiert in Mobile Device Management.** Divide gab die Transaktion auf seinem Blog bekannt und sagte, dass das Unternehmen jetzt Teil von Googles Android Team werde und dass seine Software von bestehenden Kunden weiter verwendet werden könne. Divide unterstützt auch Apple iOS Geräte. Google bestätigte die Richtigkeit dieser Aussagen und sagte darüber hinaus nichts. Diese Transaktion ist Googles 14. bekannte Akquisition in diesem Jahr. (19. Mai) Mehr dazu bei [InformationWeek](#).

**IBM hat Cognea übernommen.** Das Startup entwickelt virtuelle Assistenten, die in verschiedene Rollen schlüpfen können. Diese Technologie soll offenbar eine neue Nutzerschnittstelle zu der Cognitive-Computing-Plattform Watson bilden. Finanzielle Details wurden nicht bekannt gegeben. (19. Mai) Mehr dazu im [Blog von Mike Rhodin \(IBM Watson Gruppe\)](#).

**Apple übernimmt Beats für drei Milliarden Dollar.** Das ist die größte Übernahme in der Firmengeschichte von Apple: Dr. Dres Kopfhörer- und Streamingdienst-Unternehmen Beats wird gekauft. Nach der Übernahme wird der Hip-Hop-Star für Apple tätig sein. (28. Mai) Mehr dazu in der [Apple-Pressemitteilung](#).

**BARC und PAC fusionieren.** Die Marktforschungs- und Beratungsunternehmen BARC und PAC haben sich zusammengeschlossen. Unter dem Dach der französischen Le CXP soll das größte europäische Beratungs- und Analystenhaus entstehen. Formell wurde PAC von der Gruppe Le CXP/BARC übernommen. Beide Seiten

betonten im Gespräch mit der COMPUTERWOCHE allerdings, dass es sich um einen freundlichen Zusammenschluss handele. (03. Juni) Mehr dazu in der [Computerwoche](#).

---

## Zahlen

HP zum 11. Male in Folge im Sinkflug

**Salesforce.com.** Im Q1/2015, das am 30. April endete, stieg der Umsatz im Vergleich zum Vorjahresquartal um 37% auf \$1,23 Milliarden. Dabei stiegen die Subskriptions- und Supportumsätze im Vergleich zum Vorjahresquartal um 36% auf \$1,15 Milliarden. Die Dienstleistungen stiegen im Vergleich zum Vorjahresquartal um 58% auf \$79m. Der GAAP-Verlust betrug (\$0,16), während der Non-GAAP Gewinn pro Aktie \$0,11 betrug. (20. Mai) Mehr dazu in der [salesforce.com-Pressemitteilung](#).

**HP mit weiterem Umsatzrückgang: Bis zu 16.000 weitere Jobs verschwinden.** Die weiteren Stellenstreichungen seien notwendig, um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. Im Q2/2014, das am 30. April endete, sank der Umsatz zum 11. Mal in Folge, diesmal um 1% im Vergleich zum Vorjahresquartal auf \$27,3 Milliarden. Der Gewinn stieg leicht auf \$1,27 Milliarden von \$1,08 Milliarden im Vorjahresquartal. Die HP-Aktien verloren 2,3% zum Handelsschluss. (22. Mai) Mehr dazu in der [HP-Pressemitteilung](#).

---

## Trends

Wie man erfolgreich ein digitales Unternehmen aufbaut

**Ein digitales Unternehmen ist nicht mit einem neuen Mandat für die IT zu verwechseln.** Eine neue Gartner-Studie macht deutliche Aussagen: Ein Mangel an Kompetenz in Sachen digitales Unternehmen wird bis 2017 in 25% der Unternehmen zu einem Verlust von Wettbewerbsfähigkeit führen. CIOs, die ein digitales Unternehmen mit IT verwechseln, werden scheitern. Gartner sagt: "Digital business is changing the way organizations use and think about technology, moving technology from a supporting player to a leading player in innovation, revenue and market growth. However, digital business should not be considered an IT program and should instead become an enterprise mindset and lingua franca, with digital expertise spread across the enterprise and value ecosystem." Daraus folgt, dass die Aufgabe, ein digitales Unternehmen aufzubauen, nicht ein neues Mandat für die IT bedeutet, sondern eine Transformation der gesamten Organisation. "CIOs or IT professionals who hear 'digital business' and think 'IT' will be blindsider," sagt Ken McGee, Gartner Vice President und Fellow. "Digital business is not synonymous with IT. It is about revenue value, markets and customers. It is outward-focused. It is a metaphorical combination of front office, top line and downstage compared with back



office, bottom line and backstage. True, information and technology help to build the capabilities for digital businesses, but they are only part of a complex picture." Gartner hat 6 Schritte zusammengestellt, die helfen sollen, erfolgreich ein digitales Unternehmen aufzubauen:

Schritt 1 – Schaffe die richtige Einstellung bei den Mitarbeitern und ein gemeinsames Verstehen.

Schritt 2 – Wähle die richtigen Führungskräfte aus.

Schritt 3 – Installiere ein Kompetenzzentrum "digitales Unternehmen".

Schritt 4 – Formuliere eine digitale Strategie, um Gelegenheiten und Risiken begegnen zu können.

Schritt 5 – Finde, entwickle und kaufe das Wissen über und die Rollen im digitalen Unternehmen.

Schritt 6 – Schaffe neue Fähigkeiten fürs digitale Unternehmen.

"Businesses have used information and digital technology for some time as sources of efficiency and productivity," meint McGee. "However, in a digital business, digital technology, for the first time, moves to the forefront, into the heart of what the business is doing and how it generates revenue, seizes competitive advantage and produces value." McGee zieht dann sein Resümee: "Digital business represents a more extreme revolution than previous technology-driven changes, and CIOs, with their insight into technology and information, are positioned to develop and promote a successful digital business." Mehr dazu im [Gartner-Bericht](#).

---

## Kurzmeldungen

Neues zu Big Data, NoSQL, Analytik, Information Management, Social Business, IT und die Digitalisierung

**Big Data: machen wir einen großen Fehler ("big data – big mistake")?** Big Data ist ein vager Ausdruck für ein bemerkenswertes Phänomen, das zur Besessenheit von Unternehmern, Wissenschaftlern, Regierungen und der Medien geführt hat. Mehr dazu in der [Financial Times](#).

**Nate Silver: "Buying Big Data to Solve Problems Is Oversold"**. Bei der 67. Jahreskonferenz des CFA Institutes in Seattle, verkündete Big Data-Guru Nate Silver eine wichtige Botschaft über richtigen Nutzen und definitive Grenzen von Big Data. Mehr dazu in den Annalen des [CFA Institutes](#).

**Jeff Leak: Warum Big Data Probleme hat: Man hat die angewandte Statistik vergessen.** Im Übereifer, Vorteile aus und mit Big Data schnell zu erzielen, hat man die Grundsätze von Statistik wie Stichprobenerhebung, multiples Testen, Verzerrungen, Overfitting etc. über Bord geworfen. Das hat sich in vielen Projekten gerächt. Mehr dazu bei [Simply Statistics](#).

**Ein Führer zu NoSQL-Datenbanken.** Eine Hilfestellung zur Auswahl der richtigen NoSQL-Technologie für Ihre Anforderungen, zum Implementieren und zum Managen der Technologie finden Sie bei [SearchDataManagement](#).

**Die 9 besten Programmiersprachen zur Datenanalyse.** Es gibt mehr als immer nur R, der augenblicklichen Top-Sprache. Mehr dazu bei [FastCo.Labs](#).

**Künstliche Intelligenz braucht mehr als einen Namen, sie braucht eine Personifizierung.** IBMs Akquisition von Cognition (siehe M&A in diesem Newsletter) unterstreicht, dass eine Stimme nicht ausreicht, um künstliche Intelligenz zu präsentieren. Dazu kommt, dass die Stimme von IBM Watson sehr unpersönlich, ja künstlich wirkte. Mehr dazu bei [Information Management](#).

**Datenintegration: drei unterschiedliche Ansätze.** Auf der OpenBI Ende April in Chicago stellten drei Anbieter ihre Ansätze zu Datenintegration vor, die unterschiedliche Szenarien adressieren: Pentaho Data Integration für ETL und Big Data, Alteryx für Data Blending und Analytik und Python-Pandas-Scikit-learn für Data Science. Mehr dazu bei [Information Management](#).

**Daten-Glaubwürdigkeit: eine neue Dimension von Datenqualität?** Social Media insbesondere und Big Data ganz allgemein bringen einen neuen Fokus in die Diskussion, wie man Datenqualität definiert. Die neue Dimension, die sich hier auftut ist die Daten-Glaubwürdigkeit. Mehr dazu bei [Information Management](#).

**Leiter Social Media der Deutschen Bank stellt 7 Social Media-Projektfragen.** John Stepper, Leiter Social Media bei der Deutsche Bank, diskutierte auf dem Gartner Portals, Content and Collaboration Summit Anfang Mai in LA, die Herausforderungen für eine erfolgreiche Implementierung eines internen Social Network bei seiner konservativen Bank. Er identifizierte dabei sieben erfolgskritische Fragen, die sich in jedem sozialen Projekt stellen. Mehr dazu bei [FierceContentManagement](#).

**Wie wird man ein Social Business?** Das Verlagshaus Macmillan Science and Education hat es erfolgreich geschafft. Paula Neary, Direktorin der Business Systems, erklärt wie und was man erreicht hat. Mehr dazu bei [InformationAge](#).

**IT kommt vom Mars, Marketing von der Venus.** Lesen Sie, was ein erfahrener IT-Systemingenieur im Umgang mit Marketing in gemeinsamen Projekten erlebte und was er daraus lernte. Mehr dazu bei [InformationWeek](#).

**Wie sieht die IT-Abteilung in Zukunft aus?** Viele IT-Manager fühlen, dass sie jeden Tag ein bisschen mehr die Kontrolle der IT-Agenda verlieren. Das unterstreicht eine [Studie](#) von [Avanade](#), die das Ende der traditionellen IT-Manager-Rolle sieht und den Aufstieg von 'Service-Brokern'. Mehr dazu bei [ZDNet](#).

**IT neu erfinden, um die Digitalisierung zu unterstützen.** Flickschusterei und kurzfristiges Handeln reichen nicht. Traditionelle Unternehmen, die in der digitalen Welt erfolgreich sein wollen, müssen ihre IT umfassend transformieren. Lesen Sie dazu einen Beitrag bei [McKinsey](#).

**Strategische Prinzipien zur Wettbewerbsfähigkeit im digitalen Zeitalter.** Die Digitalisierung definiert die Regeln des Wettbewerbs neu. In diesem Beitrag von [McKinsey](#) erfahren Sie sechs kritische Entscheidungen, die CEOs adressieren müssen, um den strategischen Herausforderungen der digitalen Revolution zu begegnen.



---

## Und zum Schluss

Gezwitscher in den US-Staaten

***In welchen US-Staaten wird mehr über Netflix als über Sex getwittert?*** Bei Movoto analysierte man über 300.000 Tweets, die 30 gemeinsame Begriffe enthielten. Die Daten gaben einen Einblick in Tweet-Gewohnheiten in den verschiedenen Staaten. Die Ergebnisse waren faszinierend und bezeichnend. Bei einem Vergleich der Tweet-Häufigkeit der Begriffe Sex versus Kirche zeigten die Staaten des Bibelgürtels tatsächlich das zu erwartende Verhalten. Da wurde „Kirche“ mehr als doppelt so oft verwendet als in den nördlichen Staaten. Und im Netflix vs. Sex-Vergleich zeigte sich eine Kette von Staaten im mittleren Westen, in denen Netflix häufiger in Tweets verwendet wurde als Sex. Alle Ergebnisse der Analyse finden Sie auf [Mashable](#).

---

## Termine

Pentaho  Better Together  Europa Tour



### **24. Juni, Frankfurt/M - 'Better Together' Europa Tour:**

#### **Wie sich relationale Daten und Big Data logisch verknüpfen lassen.**

Pentaho lädt Sie zu dieser besonderen Veranstaltung rund ums Thema Business Analytics und Big Data ein, auf der Sie alles von den unterstützenden Plattformen, übers Data Blending (der Verknüpfung von Daten aus verschiedenen Quellen) bis zum konkreten Nutzen für die Firmenbilanz erfahren. **Besondere Gäste:** Dr. Wolfgang Martin, Industrie-Analyst, Luca Olivari, Director of Business Development, MongoDB, Davy Nys, VP of EMEA and APAC, Pentaho und Lars George, EMEA Chief Architect, Cloudera.

Hier geht es zur [Anmeldung](#).

---

## 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)