



Newsletter Ausgabe

100

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

Themenübersicht

Editorial

Data Privacy und die Späher im Netz - [mehr](#) »

Merger & Acquisitions

Google und Lenovo kaufen im großen Stil ein. - [mehr](#) »

Zahlen

Von faulen Äpfeln und einer Geburtstagsfeier - [mehr](#) »

Trends

Big Data und Social Business - [mehr](#) »

Kurzmeldungen:

Neues zu Big Data, Cloud, Social Business und dem Internet der Dinge - [mehr](#) »

Und zum Schluss...

das Internet der Dinge - [mehr](#) »

Termine

Top Intelligence und IIR Technology Forum
Stammdaten-Management - [mehr](#) »

Editorial

Data Privacy und die Späher im Netz

Typisch 21. Jahrhundert –

Im Postfach fliegen die Emails ein: Völlig ungerührt durch Spam Filter hat es die Nachricht einer Hygienepapiermarke auf meinen Schirm geschafft und verspricht mir persönliche Vorteile beim Kauf einer Mammutpackung von Taschentüchern.

Ich kommuniziere nicht mit Papiertaschentüchern. Zugang zu meinen Daten hatten die sich selbst verschafft durch die automatische Scannerkasse meines Lieblingssupermarkts, dem ich eben diese Daten preisgegeben hatte beim Erwerb einer schönen blauen Kundenkarte.

Typisch 21. Jahrhundert?

Data Privacy geknackt, verraten, ausspioniert, verkauft?

War denn „früher“ wirklich alles anders?

Ich stamme aus der Mitte des vorigen Jahrhunderts. 40 Jahre lang lebte ich praktisch e-frei. Zum Fernsehen hockte ich mich vor einen klobigen Kasten, zum Telefonieren war ich fest mit der Wand verbunden oder gar mit einer (Telefon)Zelle!! Zum Schwatzen brauchte ich ein leibhaftiges Gegenüber.

Laptop, Email, Facebook, Chat-Room, Shitstorm, alles das war komplett unbekannt in dem Dorf, in dem ich vor 60 Jahren aufwuchs. Doch die Leute wussten sich zu helfen; auch ohne Smartphones, Tablets etc. wurden vertrauliche Daten bekannt und gnadenlos ausposaunt.

Niemand befürchtete den Verlust intimer Details durch gehackte Emails. - Aber der Dorfbriefträger wusste alles. Alles. ALLES.

Niemand wurde bloßgestellt durch peinliche Details/Fotos auf Facebook. - Aber da waren gewiefte Klatschweiber, die Art und Zustand der Wäsche auf der Leine zu deuten wussten und ihre schmutzigen Schlussfolgerungen zügig weitergaben.

Künftige Arbeitgeber konnten Jobbewerber nicht auf Facebook überprüfen. - Aber, ob der Dorffrisör eine Jungfrisöse einstellen konnte, bestimmten deren Um- und Kirchgang, und die waren moralisch einwandfrei überwacht.

Mobbing in Foren und Chatrooms war unbekannt. – Aber wozu denn sonst gab es die Kneipe, die Kirche, den Dorfladen!

Kids drohte keine Gefahr durch Pädophile in Chatrooms. – Aber Jungen und Mädchen (es gab noch keine Kids) waren in sehr realen Räumen bedroht, auf der Kirmes, nach der frommen Prozession, beim Schützenfest.

Niemand fürchtete Shitstorm. – Bewahre! – Doch wenn eine Weibsperson in Ungnade gefallen war, weil sie zu locker war oder zu züchtig, zu liederlich oder zu stolz, dann wurde flugs eine Karre Mist vor ihre Tür gekippt, stinkend, qualmend, quälend. Effektiv wie ein – Shitstorm.

Wir haben nicht die gleichen Kinderlieder gesungen, die Generation Webxxx und ich, aber wir kennen die Melodie:

Data Privacy ist nur ein schöner Traum. Das wusste George Orwell (1903-1950); auch Aldous Huxley (1894-1963) drohte mit der perfekt gesteuerten Welt. Data Privacy: Wir dürfen sie uns wünschen. Wir hatten sie nie. Und kriegen tun wir sie auch nicht.

Und jetzt entschuldigen Sie mich bitte. Ich habe dringend Taschentücher zu kaufen! Per mouse click, of course.

Mit den besten Grüßen aus Annecy / Haute Savoie

Elisabeth Martin

Elisabeth Martin verantwortet im Wolfgang Martin Team das Marketing. Sie war vorher Lehrerin für Deutsch, Englisch und Kunst.

Im Frühjahr 2005 startete Elisabeth den Newsletter, der mit der Ausgabe 1 im April 2005 herauskam. Die titelte damals: „Willkommen in der Welt der Prozess-Orientierung!“ Heute liegt Ihnen die Ausgabe 100 vor. Wir möchten mit dieser und den weiteren Ausgaben unseren Lesern wie immer viel Information und Einsichten vermitteln.



Folgen Sie uns auf [@walmartteam](#)

Merger & Acquisitions

Google und Lenovo kaufen im großen Stil ein.

Nachtrag: Oracle übernimmt Corente. Corente ist ein Anbieter von software-gesteuerten Netzwerk-Technologien für Wide Area Networks (WANs). Sie bieten eine Virtualisierungs-Plattform, die die Bereitstellung von cloud-basierten Applikationen und Services beschleunigt, indem Kunden die Möglichkeit haben, globale private Netzwerke und ihre Verbindungen zu beliebigen Standorten in einer sicheren, zuverlässigen, zentralisierten und einfachen Art bereitzustellen und zu managen. (07. Jan.) Mehr dazu in der [Oracle-Pressemitteilung](#)

Google kauft für \$3,2 Mrd den Thermostat-Hersteller Nest Labs. Die Übernahme gehört zu den bisher größten von Google. Die Aufsichtsbehörden müssen dem Geschäft noch zustimmen. Nest Labs wird von einem ehemaligen Apple-Manager geleitet und baut lernfähige Heizungsregler, die die Vorlieben ihrer Nutzer erkennen. Das Ziel von Nest sei, ungeliebte, aber wichtige Hausgeräte neu zu erfinden, erklärte Google. Konzernchef Larry Page pries die Temperaturregler als Verkaufsschlager, die beim Energiesparen helfen können. Nicht unwichtig bei diesem Deal: Google bekommt damit Zugriff auf alle Kunden-Daten, typisch Google. (14. Jan.) Mehr dazu in der [Google-Pressemitteilung](#)

REALTECH übernimmt IT-Services Geschäft der VMS AG. Die REALTECH AG und VMS AG geben bekannt, dass mit Wirkung zum 01.01.2014 das IT-Services Geschäft der VMS AG an REALTECH veräußert wurde. Im Geschäftsbereich IT-Services stellt VMS seit 2002 Analysen, basierend auf ausgefeilten statistische Methoden, bereit, die es IT-Entscheidern ermöglichen, Kosten, Performance und Qualität ihrer SAP-Systeme objektiv zu beurteilen und zu verbessern. Hierzu wurden Daten aus insgesamt 4.000 SAP-Systemen erhoben, die anderen Kunden als Benchmark dienen. Das Angebot richtet sich an Kunden, die ihre kritischen Geschäftsprozesse mit SAP-Software abbilden und strategisch auf SAP zur Unterstützung ihres Kerngeschäftes setzen. (14. Jan.) Mehr dazu in der [Realtech-Pressemitteilung](#)

Lenovo übernimmt von IBM das x86 Server-Geschäft. Die Akquisition umfasst System x, BladeCenter und Flex System Blade Servers und Switches, x86-basierte Flex integrierte Systeme, NeXtScale und iDataPlex Servers und die zugehörige Software, Blade Networking und die Wartungsaufgaben. (23. Jan.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

DeepMind: Google kauft Start-up für künstliche Intelligenz. Google schlägt nochmal zu und hat das britische Start-up DeepMind für künstliche Intelligenz erworben - und dabei Facebook ausgebootet. Rund \$500m soll Google dafür gezahlt haben, meldet die "Financial Times". Schon seit langem wurde spekuliert, Google könnte zu Methoden der künstlichen Intelligenz greifen, um große Datenbestände besser auszuwerten. Laut "The Information" richtet Google auch einen Ethikrat ein, der dafür sorgen soll, dass die Technologie von DeepMind nicht missbraucht wird. (26. Jan.) Mehr dazu bei [spiegelonline](#)

Motorola: Google verkauft Handy-Geschäft an Lenovo. Google trennt sich nach 2 Jahren von seiner defizitären

Handy-Sparte Motorola. Für \$2,91 Milliarden übernimmt Lenovo das Geschäft. Google hatte für Motorola Mobility \$12,5 Milliarden bezahlt. War das nun ein Verlustgeschäft? Vermutlich nicht, denn Google behält den Großteil der Motorola-Patente. (29. Jan.) Mehr dazu in der [Google-Pressemitteilung](#)

Zahlen

Von faulen Äpfeln und einer Geburtstagsfeier

Big-Data-Nachfrage sorgt für Rekordwachstum bei Talend. Talend verzeichnet mit nachhaltigen Innovationen 81% Wachstum im Q4/2013 und gibt 2014 mit neuen Investitionen weiter Gas. Man unterzeichnete in den letzten Monaten einige große Verträge für Big-Data-Lösungen, darunter zwei der weltweit größten Einzelhändler und einer der größten Finanzdienstleister der Welt. Mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 108% in den letzten 6 Jahren hat Talend für Beachtung im Markt gesorgt. Im Dezember hat Talend eine neue Finanzierungsrunde über \$40m abgeschlossen, angeführt von Bpifrance und Iris Capital. (21. Jan.) Mehr dazu in der [Talend-Pressemitteilung](#)

IBM-Zahlen spiegeln den Markt: Hardware läuft immer schlechter, Cloud boomt. IBM berichtet im Q4/2013 einen um 12% gestiegenen Gewinn von \$5,73 pro Aktie (Vorjahresquartal \$5,13 pro Aktie). Der Gesamtumsatz aber sinkt auch im Q4/2013, diesmal um 5% auf \$27,7 Milliarden. Schaut man sich die Ergebnisse der IBM-Divisions an, dann spiegelt sich in den Zahlen die gerade stattfindende Umschichtung der Marktsegmente Hardware versus Cloud. Der IBM-Hardware-Umsatz ging um 26% zurück, während die Cloud-Division um 69% zulegte. Am Gesamtergebnis zeigt sich aber, dass die Cloud-Zuwächse in absoluten Zahlen die Hardware Einbußen nicht vollständig kompensieren können. (21. Jan.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

\$6,6 Milliarden Gewinn: Glänzendes Weihnachtsgeschäft bringt Microsoft ein Rekordquartal. Die neue Spielkonsole und die Tablet-Computer von Microsoft haben sich im Weihnachtsgeschäft gut verkauft. Auch beim Umsatz verzeichnete man ein deutliches Plus: Der stieg um 14% auf \$24,52 Milliarden. Das überzeugte die Analysten: Die Aktie stieg im nachbörslichen Handel um 3,6%. (23. Jan.) Mehr dazu in der [Microsoft-Pressemitteilung](#)

Informatica steigert den Software-Umsatz um 19% und den Gesamtumsatz um 18%. Im Q4/2013 stieg der Software-Umsatz auf \$134,6m (Vorjahresquartal \$112,8m) und der Gesamtumsatz auf \$276,0m (Vorjahresquartal 234,7m). Das GAAP-Nettoeinkommen stieg um 28% auf \$39,9m (Vorjahresquartal \$31,1m). Das entspricht \$0,36 pro Aktie (Vorjahresquartal \$0,28). (23. Jan.) Mehr dazu in der [Informatica-Pressemitteilung](#)

Fauler Apfel braucht Ideen, so titelte „Die Presse (Wien)“. Apple hat zwar mit 51 Millionen verkauften iPhones im Q1/2014 einen Absatzrekord bei Smartphones geschafft und auch noch 26 Millionen iPads verkauft, aber Samsung verkaufte im gleichen Zeitraum 86 Millionen Smartphones, und Analysten hatten erwartet, dass Apple im Weihnachtsgeschäft die 55-Millionen-Marke bei iPhones durchbrechen könnte. Die Aktie verlor daraufhin 6%. Weitere Ergebnisse im Q4: Der Umsatz stieg von \$54,5 auf \$57,6 Mrd. und der Nettogewinn stagnierte bei \$13,1 Mrd. (27. Jan.) Mehr dazu in der [Apple-Pressemitteilung](#)

Schlappe für Marissa Mayer: Yahoo-Chefin kann Werbeschwund nicht stoppen, so titelte „Der Stern“. Im Q4/2013 setzte sich der Rückgang der wichtigen Werbeeinnahmen fort. Yahoo büßte insbesondere bei den Bannern ein. Nachbörslich fiel die Aktie um 4%. Der Gesamtumsatz ging im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6% auf knapp \$1,3 Milliarden zurück. Damit fiel auch der operative Gewinn. Nur dank geringerer Steuern und lohnender Beteiligungen konnte Yahoo den Gewinn um 28% auf \$348m steigern. Ein Patentverkauf besserte die Kasse

zusätzlich auf. (28. Jan.) Mehr dazu in der [Yahoo-Pressemitteilung](#)

Software AG: Negativtrend stark abgebremst. Besonders positiv zu melden ist der Rekord-Lizenzumsatz, der insgesamt um 22% auf 111m Euro anstieg (Vorjahresquartal 97m Euro). Der Gesamtumsatz stieg im Q4/2013 um 3% auf 271m Euro, der Gesamtumsatz im Geschäftsjahr 2013 sank allerdings von 1,05 Milliarden Euro in 2012 auf 972,7m Euro. (28. Jan.) Mehr dazu in der [Software AG-Pressemitteilung](#)

10 Jahre Facebook: Exzellente Zahlen zum Geburtstag verblüffen die Börse. Facebook wächst rasant. Im Q4/2013 stieg der Umsatz um 63% auf \$2,6 Milliarden. Analysten hatten mit \$2,3 Milliarden gerechnet. Der Gewinn war mit \$523m mehr als achtmal so hoch aus wie im Vorjahresquartal. Vor allem das Geschäft mit Werbeeinnahmen auf Tablets und Smartphones lief gut. 945 Millionen Menschen verbinden sich mindestens einmal im Monat mobil mit ihren Facebook-Freunden, 39% mehr als noch vor einem Jahr. Nachbörslich stieg die Facebook-Aktie um mehr als 9% auf gut \$58. Zum Börsengang im Mai 2012 hatte das Papier \$38 gekostet und war zwischenzeitlich auf unter \$18 Dollar abgestürzt. Die Zahl der Facebook-Nutzer stieg bis zum Jahresende auf insgesamt 1,23 Milliarden Menschen. Für die Werbekunden zählt aber noch mehr: Die Zahl der Menschen, die täglich vorbeischaun, legte überproportional auf 757 Millionen zu. (29. Jan.) Mehr dazu in der [Facebook-Pressemitteilung](#)

Google steigert im Q4/2014 den Umsatz um 17%. Google hat trotz höherer Verluste bei Motorola und kräftiger Preisabschläge bei der Online-Werbung seinen Umsatz unerwartet deutlich gesteigert. Er stieg um 17% auf \$16,86 Milliarden. Analysten hatten im Durchschnitt mit rund \$110 Millionen weniger gerechnet. Der Gewinn betrug \$3,4 Milliarden, das ist im Vergleich zum Vorjahresquartal fast ein Fünftel mehr. Motorola blieb ein Verlustbringer und wurde ja inzwischen auch verkauft (siehe Abschnitt Merger & Acquisitions in diesem Newsletter). (30. Jan.) Mehr dazu in der [Google-Pressemitteilung](#)

Amazon bleibt hinter Erwartungen zurück. Amazon hatte im Q4/2014 im operativen Geschäft einen Zuwachs von 26% zu vermelden und einen Gewinn von \$510m Millionen. Allerdings blieb man damit hinter den Erwartungen zurück: Der Umsatz stieg zwar insgesamt um 20% auf \$25,59 Milliarden, aber Analysten hatten mit knapp \$500 Millionen mehr gerechnet. Die Amazon-Aktien sackten nachbörslich um 10% ab. (30. Jan.) Mehr dazu in der [Amazon-Pressemitteilung](#)

Tableau Software weiter auf dem Wachstumspfad. Der Gesamtumsatz im Q4/2013 stieg um 95% gegenüber dem Vorjahresquartal auf \$81,5m. Der Lizenzumsatz stieg um 93% gegenüber dem Vorjahresquartal auf \$58,0m. Der GAAP-Gewinn betrug \$11,2m oder \$0,16 pro Aktie. Im Vorjahresquartal schrieb man noch einen Verlust von \$1,1m oder \$0,03 pro Aktie. (04. Feb.) Mehr dazu in der [Tableau-Pressemitteilung](#)

Twitter schreibt Riesenverlust. Zwar stieg der Umsatz im Q4/2014 um 116% auf nicht erwartete \$243m, aber man schrieb einen Verlust von \$511m(!). Dazu kommt, dass die Anzahl der Twitter-Nutzer gerade mal um 4% auf 241m anstieg. Das schickte den Aktienkurs auf Talfahrt, nachbörslich um 18%. Die Anleger fragen sich zudem immer wieder, wie Twitter in Zukunft nachhaltig Geld verdienen will. (05. Feb.) Mehr dazu in der [Twitter-Pressemitteilung](#)

Trends

Big Data und Social Business

50% der Unternehmen versuchen sich in Big Data, der CEO ist der Treiber. Big Data hat die Hype-Phase überwunden: 50% der Unternehmen implementieren oder planen eine Big Data-Initiative zu implementieren, sagt IDC

im „2014 IDC Enterprise Big Data“ Bericht. Man hatte mehr als 1.700 Entscheidungsträger aus IT- und Sicherheit befragt, um zu erfahren, was in Sachen Big Data gemacht oder geplant wird. Genauso wie in 2013 sollte auch in 2014 Big Data ein dominierendes Thema sein. Das bestätigt die IDC-Befragung: "The research demonstrates that Big Data initiatives continue to be a high/critical priority for 60% of enterprise organizations (with 1,000 or more employees) and 46% of small and medium (SMB) organizations (having less than 1,000 employees)." Nicht nur das Interesse an Big Data steigt, sondern auch das Datenvolumen. Die Befragten erklärten, dass im Schnitt die Datenmenge, die gesammelt und verarbeitet wird, um 76% gestiegen ist. Das bedeutet im statistischen Mittel 164,2TB bis 289TB pro Unternehmen. Die wichtigsten Quellen sind E-Mails, Kundendatenbanken und Word-Dokumente. "Big data as an enterprise initiative is beginning to gain momentum," sagt IDC. "12% have already deployed a big data project. These individuals estimate that their organization will spend an average of \$8m on big data initiatives over the next year." Der Bericht gibt auch Auskunft über die Treiber von Big Data. "Business management, particularly the CEO, is leading the charge on the need for big data strategies. Business leadership is looking to IT management to build the necessary strategies to utilize big data based on company goals. Once implemented, IT executives play a key role in capturing, searching/storing, sharing, analyzing and visualizing data." Weiter gibt uns der IDC-Bericht auch Auskunft über die Ziele von Big Data-Initiativen:

- 59% wollen eine Verbesserung im Treffen von Entscheidungen,
- 53% wollen Entscheidungen schneller treffen können,
- 47% wollen planen und vorhersagen auf Basis von Big Data-Einsichten,
- 47% wollen neue Produkte/Services und neue Umsatzströme entwickeln,
- 44% wollen neue Kunden gewinnen und Kunden an sich binden.

Die meisten aktuellen und zukünftigen Big Data-Investitionen gehen in Speicher und Server. Als weitere Investitionsfelder sind Cloud-Infrastruktur, Analytik, Data Mining und Datenvisualisierung zu erwarten. Wie schon vielfach vermutet und gesagt, zeigt der Bericht die bekannten Blocker: Budget und geeignete Mitarbeiter zu haben. Die gute Nachricht: Die Budgets nehmen inzwischen zu und bei der Frage nach den geeigneten Mitarbeitern setzt man auf beides, interne Ausbildung und Einstellen neuer Mitarbeiter. Dabei geht es um die folgenden Rollen:

- Data Scientists (27% Nennungen)
- Datenarchitekten (24%)
- Datenanalysten (24%)
- Datenvisualisierer (23%)
- Research-Analysten (21%)
- Business-Analysten (21%)

Es sollte nochmal betont werden, dass die Schlüssel-Rollen von Big Data Experten eine Ausbildung in statistischer Analyse erfordern. Solche Mitarbeiter müssen nicht aus der IT kommen, und in der Mehrheit der Fälle werden sie es auch nicht. Mehr dazu im *IDC-Bericht*.

Social Media-Trends, die ihr Unternehmen betreffen. Unternehmen, die auf Social Media setzen, um ihre Marken zu stärken, sollten nicht vergessen, dass es auf die Inhalte ankommt. Nur das zieht in den Social Media. Kommunikation und Beziehungen sind natürlich auch wichtig. Social Media Today hat eine Liste der 11 wichtigsten Trends in Web Marketing und Social Media 2014 zusammengestellt:

1. Mobile Nutzung von Social Media setzt sich an die 1. Stelle.
2. Spezial-Seiten haben einen zunehmenden Einfluss (nicht immer nur Facebook!).
3. Blogging ist das beste Vehikel, um Neugeschäft zu generieren.
4. Was wie Spam aussieht, fliegt gnadenlos raus.
5. Google Plus wird stärker wachsen als jemals zuvor.
6. Getriggerte E-Mails steigern den Umsatz.
7. Botschafter und Meinungsmacher behalten ihren Einfluss und ihre Macht.
8. Image-zentrische Seiten sind auf dem Vormarsch.
9. Videos werden immer besser angenommen.
10. Die Weitergabe und –Verbreitung von Inhalten wächst weiter an.

11. Marketing hat die Aufgabe, Mehrwert zu erzeugen.
Mehr dazu bei [Social Media Today](#).

Kurzmeldungen:

Neues zu Big Data, Cloud, Social Business und dem Internet der Dinge

Big Data Analytik: Deskriptiv vs. prädiktiv vs. präskriptiv. Was sind die Unterscheidungsmerkmale dieser drei Typen von Analytik? Ein Data Scientist erklärt das in einem Beitrag in der [InformationWeek](#).

Big Data und prädiktive Analytik: Wann sind genug Daten genug? Dazu lesen Sie Stimmen von Praktikern zusammengestellt von Nicole Laskowski bei [Search CIO](#)

Top Big Data-Analytik-Plattformen. Datenanalyse ist im heutigen Markt für Unternehmen überlebenswichtig. Ein Who is who der Analytik-Anbieter von Hadoop-Upstarts bis zu traditionellen Anbietern hat die [InformationWeek](#) zusammengestellt.

Der Impact von Hadoop 2.0 auf Big Data und Big Data Technologien. Bei den Anfängen von Big Data war die Cloud die wichtigste Plattform für Hadoop-Pilotprojekte. Das ändert sich jetzt, so Merv Adrian von Gartner: Kunden fragen mehr und mehr nach On-Premise-Bereitstellungen von Hadoop. Mehr dazu von Nicole Laskowski bei [SearchCIO](#)

So was? Warum Meinungsanalysen Marketing oft in die Irre führen. Technologie kann helfen, den mächtigen Fluss von unstrukturierten Daten zu filtern. Das gilt besonders für Social Media-Daten. Aber heißt das schon, dass man auch wirklich versteht, was die Kunden sagen und meinen? "The pool is cool." Ein solcher Satz hat ja mindestens zwei Bedeutungen. Mehr dazu bei [CMSWire](#)

Lokalisierungsdaten: Die Neuerfindung von "Customer Experience" mit einem \$10 Milliarden Markt für digitale Marketing-Technologie. Der nächste Schritt im digitalen Marketing steht an: ortsbezogenes Marketing in Einkaufszentren, Bahnhöfen, Flughäfen etc. Die Idee ist es, internet-typische Kundeninteraktionen in die reale Welt zu übertragen. Dies wird zu einem schnell-wachsenden Segment, das in den USA allein auf über \$10 Milliarden jährlich bis 2018 geschätzt wird. Mehr dazu bei [CMSWire](#)

Auffinden erfolgreicher Data Scientists. Data Scientists gehören zu den am meisten gesuchten Mitarbeitern in 2014. Dabei ist ein reines Bewertungen der Expertise von internen oder externen Kandidaten nicht ausreichend, sagt Mike Kennedy, Analytik Evangelist (ja, das ist sein Titel) bei Talent Analytics, Corp, in Cambridge, MA. Talent Analytics ist ein Unternehmen, das sich auf das Finden von Kandidaten mit datenanalytischen Talent spezialisiert hat. In dem Leitfaden "Four Functional Clusters of Analytics Professionals." hat man die wichtigsten Tipps zusammengestellt. Mehr dazu bei [FierceCIO](#).

Die acht wichtigsten Aufgaben eines Chief Digital Officer (CDO). CDO? und was soll der sein und tun? Eine Job-Beschreibung finden Sie bei [ZDNet](#).

Schatten-IT zwischen Bedrohung und Gelegenheit. Das Beratungsunternehmen CEB sieht CIOs im Dunklen tappen, wenn es um von der IT unkontrollierte Technologie-Ausgaben geht. CEB glaubt aber auch, dass CIOs eine solche Schatten-IT nicht als Bedrohung sehen sollten, sondern als Gelegenheit. Mehr dazu bei [InformationAge](#).

Nochmal Schatten-IT: Eine Umfrage zeigt, dass die IT mit zu den größten Sündern zählt. In der IT werden so ziemlich die meisten nicht-autorisierten SaaS-Applikationen genutzt. Das ist das Ergebnis einer kürzlich durchgeführten Umfrage. Mehr dazu bei [NetworkComputing](#)

Schutz auf öffentlichen Wolken – fünf Dinge, auf die es ankommt. Cloud Computing ist allgegenwärtig, aber auf Schutz und Sicherheit kommt es ganz besonders und immer wieder an. Hier gibt es noch zu viele Grauzonen. Bei [CloudTweaks](#) finden Sie fünf wichtige Tipps dazu

CIOs glauben, dass Social-Werkzeuge maßlos überschätzt werden. Bei einem CIO Summit befragte Sierra Ventures vor kurzem, was die am meisten unter- und überschätzten Technologien sind. Mehr dazu von Arik Hesseldahl in [allThingsD](#)

Bosch sagt: Die Zukunft ist das Internet der Dinge. Bosch hat fast unbemerkt eine starke Position in Sachen Internet der Dinge aufgebaut. Man hat ein eigenes Unternehmen zu diesem Zweck gegründet, die Bosch Connected Devices and Solutions. Mehr dazu bei [NetWorkWorld](#)

Das zweite Maschinenzeitalter. Ein hoch interessantes und mehr als lesenswertes Buch von Erik Brynjolfsson und Andrew McAfee argumentiert, dass auf der einen Seite ein Roboter zukünftig unseren Job nimmt, dabei aber die Wirtschaft florieren wird. Glauben Sie nicht? Dann schauen Sie mal in diesen Beitrag in der [InformationWeek](#).

Und zum Schluss

das Internet der Dinge

...wie es Cartoonisten darstellen. Das sehen und lesen Sie in [Tom Fishburnes Marketoonist](#)

Termine

Top Intelligence und IIR Technology Forum Stammdaten-Management

17. Februar, München; 24. Februar, Mülheim/Ruhr

Top Intelligence: Big Data & SAP HANA - ein exklusiver Abendevent



pmOne

Zürich
03.02.2014



Hamburg
10.02.2014



Frankfurt
04.02.2014



München
17.02.2014

Mülheim/Ruhr
24.02.2014

Die Datenbankplattform SAP HANA ist wohl das aktuell am meisten diskutierte Thema, wenn es um die Analyse von Daten und um neuartige IT-Anwendungen in Unternehmen geht. pmOne lädt Entscheidungsträger aus Anwenderunternehmen ein, sich im kleinen Kreis darüber zu informieren, welche Wechselwirkungen sich zwischen den Möglichkeiten zur Verarbeitung großer Datenmengen auf der einen Seite sowie Unternehmenssteuerung und Geschäftserfolg auf der anderen Seite ergeben. Dr. Wolfgang Martin, seit 18 Jahren IT-Analyst und Experte für die Wechselwirkung technologischer Innovation auf das Business und damit auf die Organisation, erläutert, welchen Nutzen SAP HANA als Enterprise-Plattform in Unternehmen hat.

Außerdem erfahren Sie, was Sie schon immer über Big Data und In-Memory-Technologie wissen wollten, aber nicht zu fragen wagten. Gernot Molin, Leiter Data Warehouse Solutions bei pmOne, entlarvt einige Mythen rund um Big Data und In-Memory-Konzepte. Ein exklusives Abendessen begleitet die Referate.

Hier geht's zur [Anmeldung](#)

01./02. April, Köln

9. IIR Technology

IIR Technology

STAMMDATEN-MANAGEMENT

FORUM 2014

Strategien – Prozesse – Technologien

Dr. Wolfgang Martin leitet auch in diesem Jahr das *IIR Technology Forum Stammdaten-Management*

Das Forum ist seit Jahren DIE Plattform für Stammdaten-Verantwortliche und findet am 1. und 2. April in Köln bereits zum 9. Mal statt. Hochkarätige Best Practices – u.a. von BMW, F. Hoffmann-La Roche, ThyssenKrupp und IMMOFINANZ – bieten Stoff für viele und lange Diskussionen und Anregungen für das alltägliche Daten-Business. Nutzen Sie die Gelegenheit und bringen Ihre Fragestellungen in Round Tables und Kurz-Workshops ein.

Mike Ferguson wird in einer Internationalen Keynote über die Wichtigkeit von Stammdaten-Management und Datenqualität im Zeitalter von Big Data und anderen Trends sprechen.

Weitere Informationen finden Sie auf www.iir.de/stammdaten

Impressum

Sie haben Fragen und Anregungen? Dann schicken Sie uns eine [E-Mail](#).

Sie wollen den Newsletter abonnieren? Hier geht es zur [Anmeldung](#)

Sie wollen den Newsletter abbestellen? Dann schicken Sie uns eine [E-Mail](#).

Inhalt, Zusammenstellung, Anzeigen, Sponsorship: Dr. Wolfgang Martin

Wolfgang Martin Team

S.A.R.L. Martin

74000 Annecy – France

T: +33-4-50099244

Internet: www.wolfgang-martin-team.net

Weitere Informationen über den Absender dieses Newsletters finden Sie im [Impressum](#).

Tous renseignements par e-mail à: info@wolfgang-martin-team.net

Tous droits réservés. Alle Rechte vorbehalten. Copyright © 2014 S.A.R.L. Martin

Versand durch: HBI GmbH (PR-Agentur) www.HBI.de