



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

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

Themenübersicht

Editorial

Trend 2011 – Analytische Datenbanken (Teil 1) -
[mehr](#) »

Wolfgang Martin Team auf Twitter

start listening - [mehr](#) »

White Paper

Hier die Re-Edition von Metasonic in Englisch -
[mehr](#) »

Technology Trends 2011

Wie in jedem Jahr so findet man auch zum
Jahreswechsel 2010/2011 viele Beiträge, die sich
mit den IT-Trends 2011 beschäftigen. - [mehr](#) »

Merger & Acquisitions

Teradata kauft Aprimo und - [mehr](#) »

Zahlen

Adobe, Oracle, Facebook - [mehr](#) »

Trends

Analytik, Komplexität, Microsoft als Underdog und -
[mehr](#) »

Kurzmeldungen

Neues von der Cloud und den Social Media - [mehr](#) »

Und zum Schluss...

- [mehr](#) »

Termine

Actuate Roadshow - [mehr](#) »

Editorial

Trend 2011 □ Analytische Datenbanken (Teil 1)

Es gibt sie schon seit über 15 Jahren: Neue Datenbanktechnologien, die darauf ausgelegt sind, riesige Datenbestände bei gleichzeitig hoher Anzahl von Abfragen durch viele bis sehr viele Nutzer in Sekundenschnelle zu analysieren. Aber erst heute finden sie Beachtung und eine stark zunehmende Nachfrage. Der Einsatz solcher analytischen Datenbanken, wie sie jetzt genannt werden, nimmt zu. Wir sehen hier als einen **Trend 2011** einen weiteren Anstieg der Nachfrage nach analytischen Datenbanken, nicht nur ganz allgemein in Business Intelligence, sondern auch ganz besonders im analytischen CRM, wenn es um den Kunden und das

Kundenwissen im analytischen CRM geht.

Der Treiber für analytische Datenbanken liegt auf der Hand. Das Datenvolumen steigt schneller als die Leistung von traditionellen Datenbanken. Man schafft es einfach nicht mehr, Daten im Detail zu analysieren, da es schlichtweg gesagt zu lange dauert. Gartner sagt in seinem Bericht zum Magic Quadrat for Data Warehouse Database Management Systems 2010: „Gartner-Klienten stehen bei der Abfrage von Data Warehouses immer häufiger vor erheblichen Performanceproblemen. Auf Grundlage dieser Informationen dürften rund 70 % aller Data Warehouses mit derartigen Problemen zu kämpfen haben.“

Was machen analytische Datenbanken anders als herkömmliche Datenbanken? Da gibt es in der Tat verschiedene Methoden, die sich auch miteinander kombinieren lassen. Beginnen wir mit spaltenorientierten Datenbanken. Herkömmliche relationale Datenbanken sind zeilenorientiert. Das schafft bei großen Datenmengen einige Probleme, die wir jetzt zuerst beleuchten und danach die Vorteile von spaltenorientierten Datenbanken herausarbeiten. Ein Datensatz, der beispielsweise einen Kunden beschreibt, hat vielleicht sagen wir 1.000 Attribute, aber wir haben so viele Sätze, wie wir Kunden haben, also durchaus Millionen Sätze und vielleicht sogar noch mehr. Wenn wir nun in einer herkömmlichen Datenbank nach gewissen Kunden mit bestimmten Merkmalen (definiert über die Attribute) suchen, dann muss man eben alle Datensätze lesen. Beim Lesen stößt man gleich an ein ganz allgemeines Problem von herkömmlichen Datenbanken. Die sind nämlich gar nicht zum Lesen vieler Datensätze gebaut, sondern vom Design her eher transaktions-orientiert. Sprich, eine Datenbank gibt mir über einen Index in Bruchteilen von Sekunden eine bestimmte Datenmenge zum Ändern, Löschen oder Neuanlegen .

Will man also Adhoc-Abfragen auf herkömmlichen relationalen Datenbanken durchführen, dann braucht man Indizes und Aggregate, um schnelle Antworten zu erzielen. Das bedeutet aber, dass die Abfragen schon vorher bekannt sein müssen und durch Datenbankspezialisten aus der IT vorbereitet werden müssen (Sie bauen die Indizes und Aggregate). Mit anderen Worten, das ist teuer, weil gut bezahlte Spezialisten notwendig sind. Das ist zudem langsam: Denn wenn man mit einer neuen Idee kommt, zu der es noch keine Indizes und Aggregate gibt, dann müssen die erst gebaut werden. Wenn man eine Abfrage ohne eine solche Vorbereitung startet, kann der ganze IT-Betrieb empfindlich gestört werden. Indizes und Aggregate haben noch eine weitere unangenehme Eigenschaft: Sie brauchen Platz und machen die Datenbank um einen meist zweistelligen Faktor grösser als notwendig. Damit wird sie dann immer langsamer. Das führt dazu, dass irgendwann der Augenblick kommt, ab dem man gar keine Abfragen an die Datenbank mehr stellt, weil die Antworten viel zu spät eintreffen. Der Nutzer ist frustriert, das Wissen liegt brach in der Datenbank. Information wird zu einem reinen Kostenfaktor. Wissen über Kunden, Markt, Mitbewerber und Risiken lässt sich nicht mehr anwenden. An dieser Stelle stehen heute viele Unternehmen.

Analytische Datenbanken schaffen hier Abhilfe durch ihre Spaltenorientierung. Bei einer spaltenorientierten Datenbank kann jede Spalte in einer eigenen Datei liegen, d.h. auf einen Wert eines Attributs eines Datensatzes folgt in Lese-Reihenfolge nicht das nächste Attribut des selben Datensatzes, sondern das gleiche Attribut des nächsten Datensatzes: Die Zeilen und Spalten der Tabelle werden miteinander vertauscht. Intuitiv funktioniert dies, da in der Analytik meistens wenige Attribute von sehr vielen Datensätzen benötigt werden. Aufgrund der Spaltenorientierung müssen die restlichen Attribute nicht gelesen werden. Mit anderen Worten: das Lesen wird drastisch reduziert, weil man durch das Vertauschen von Zeilen und Spalten nur noch höchstens so viele Datensätze wie Attribute hat. Da die Anzahl der Attribute in der Regel klein ist gegen die Anzahl der Datensätze, bringt das einen hohen Performance-Gewinn. Jedoch wird das Schreiben von Datensätzen dadurch jedoch sehr teuer, was man aber oft durch Differenzdateien zum Teil ausgleichen kann.

Aufgrund dieser Basiseigenschaft von spaltenorientierten Datenbanken erhält man einen weiteren Vorteil. Man braucht keine Indizes und Aggregate mehr. Das macht die Datenbank schlanker, was wiederum das Lesen beschleunigt. Zusätzlich lassen sich die Daten dann komprimieren. Dazu werden einfache Verfahren genutzt, die es erlauben, relationale Operationen auf den komprimierten Daten auszuführen. So können beispielsweise mehrfach vorkommende Werte durch Kürzel fixer oder variabler Länge ersetzt werden, die durch ein Wörterbuch bei Bedarf wieder in die ursprünglichen Werte übersetzt werden können. Folgen identische Werte direkt aufeinander, können diese Sequenzen lauffängencodiert abgelegt werden. Sortierte ganzzahlige Daten können durch Differenzbildung zum jeweiligen Vorgänger oder zu einem lokalen Minimum in wenigen Bits untergebracht werden. Ein solches Komprimieren bringt also Kostenvorteile, da die Datenbank „klein“ wird (Relativ zu einer zeilenorientierten Datenbank können die Daten bis zu 80% und je nach Anbieter auch mehr komprimiert werden.) Man erhält so weitere Performance-Vorteile.

Noch mehr Beschleunigung bringen neue Methoden, um auf komprimierten Spalten zu operieren. Die Benutzerschnittstelle bleibt zwar weiterhin SQL, aber die dahinter liegenden Zugriffsmethoden und -Algorithmen ändern sich. Das wollen wir hier nicht im Einzelnen diskutieren. Als Beispiele seien hier nur das parallele Scannen mehrerer Spalten und das von Google patentierte „MapReduce“-Verfahren genannt.

Eine weitere Beschleunigung lässt sich durch Parallelisieren der Verarbeitung auf Clustern und durch In-Memory-Verarbeitung erreichen. Das gilt sowohl für zeilen- wie auch spalten-orientierte Datenbanken. Daten werden dabei automatisch und gleichmäßig über alle Server eines Clusters verteilt, so dass für Abfragen alle Hardware-Ressourcen optimal ausgenutzt werden. Die Software ist so konzipiert, dass jeglicher Tuningaufwand entfällt, wie er in konventionellen Systemen üblich ist. Die Datenbanklösung legt Indizes automatisch an, analysiert und komprimiert die Daten selbständig und verteilt sie optimal über die Knoten. Intelligente Algorithmen fangen Server-Ausfälle auf und sorgen dafür, dass das System für Nutzer innerhalb weniger Sekunden ohne dessen Zutun wieder zur Verfügung steht. *(wird fortgesetzt im Februar-Newsletter)*

Mit den besten Grüßen

Dr. Wolfgang Martin

Wolfgang Martin Team auf Twitter

start listening



Seit Dezember 2010 sind wir auch auf Twitter, folgen Sie uns auf [@wmartinteam](https://twitter.com/wmartinteam)
twitter.com/wmartinteam

White Paper

Hier die Re-Edition von Metasonic in Englisch

Metasonic – White Paper – Active Compliance Management with subject-oriented Business Process Management (S-BPM) – On the way to service-oriented Business. Companies seeking fast, flexible solutions for the implementation of all their business-critical processes, that can still be managed even at high rates of change, and which, above all, are incorporating compliance directly into their processes should consider and examine subject-oriented business process management (S-BPM) from Metasonic.

Hier geht es zum [Download](#)

Technology Trends 2011

Wie in jedem Jahr so findet man auch zum Jahreswechsel 2010/2011 viele Beiträge, die sich mit den IT-Trends 2011 beschäftigen.

Wir haben in diesem Newsletter davon einige für Sie zusammengestellt.

Was ist „in“ und „out“ für den CIO in 2011. Das wurde von Forrester analysiert. Die sehen die Frage der Kostenreduktion nun in den Hintergrund treten, während Portfolio- und Projekt-Management stärker in den Vordergrund kommen. Dazu gehört dann auch eine konsistente Bereitstellung von Prozessen und Services. Das kommentiert Thomas Wailgum in seinem Artikel bei [CIO](#)

Die jährliche Gartner-Vorhersage. Die Mehrheit der Global-2000-CIOs wird in 2015 am Umsatz gemessen werden, den die IT für ihre Unternehmen generiert. Konsequenterweise fokussiert Gartner seine Kristallkugel in diesem Jahr auf die Beziehungen zwischen IT-Entscheidungen und ökonomischen und gesellschaftlichen Ergebnissen. Auf der dunklen Seite seiner Vorhersagen sieht Gartner die wachsende Gefahr von Online-Attacken auf die kritischen Infrastrukturen einer der G20-Nationen. Weiter sieht Gartner eine steigende Industrialisierung der IT mit mehr Selbstbedienung und Automation. Und schließlich wird die IT die Digitalisierung des Unternehmens durch Apps, Mobile Computing und Smartphones perfektionieren. Mehr dazu im [Gartner-Newsroom](#)

Die 2011's Top Technologie-Trends von Eric Lundquist. Er bringt einige Sachen gut auf den Punkt, beispielsweise:

- IT Services: Das App-Store-Konzept wird die Anwendungsentwicklung neu definieren.
- Der Social Network Impact: Verbraucher-Technologien wie Facebook werden im Business Einzug halten und es grundlegend verändern.
- Big Blue versus Big Red: Der richtige Wettkampf wird zwischen IBM und Oracle ausgetragen. Die anderen B2B-Anbieter müssen in diesem Spannungsfeld ihre Position neu erfinden.
- Erinnern Sie sich noch an PCs? Hier werden die Karten komplett neu gemischt. Apple ist wieder eine Enterprise-Company, Google möchte seinen Android-Erfolg in der Tablet- und Laptop-Welt wiederholen und der Nachholbedarf im Business wird Microsoft auch 2011 erhebliche Windows 7 Verkaufszahlen bescheren.

Mehr dazu in Eric Lundquist's Slideshow bei [CIOInsight](#)

Technologie-Trends 2011 – wie man sie bei O'Reilly Media sieht. Trends wie Cloud Computing und Business Intelligence liegen jedem recht klar vor Augen. Was aber steht noch auf der Agenda 2011? Hier die Vorhersagen von Jonathan Reichental, CIO bei O'Reilly Media: Er sieht außerdem ganz vorne Social Media, Zeitarbeit in der IT und eine konservative IT-Ausgabenpolitik. Mehr dazu in Jonathan Reichental's Post auf dem [O'Reilly Radar](#)

Enterprise Software 2011. Der TEC Research Analyst Roundtable diskutiert die Trends 2011 in ERP, BI, PLM, SaaS, HR, Cloud Computing, mobilen Applikationen und social CRM. Mehr dazu im [TEC-Blog](#)

Computer Security 2011. PC Magazine's Larry Seltzer hat die Trendmeldungen der Security-Anbieter zusammengestellt und kommentiert. Demnach werden wir in 2011 in zunehmendem Maße mobile Malware sehen, weil ganz einfach die Anzahl der Nutzer von Smartphones und Tablets stark ansteigen wird. Spam wird global, da immer mehr Nutzer in den sich entwickelnden Ländern Zugang zum Internet bekommen werden. Cyber-Betrügereien mit den URL-Abkürzung-Services seien auch zu erwarten. Dazu komme dann noch eine neue Form von Malware, die nicht nur Tastatureingaben protokollieren kann, sondern auch Sprache und Webcams. Mittels des Abfangens solcher privaten und vertraulichen Information lassen sich völlig neuartige Betrügereien vornehmen: Willkommen im Jahr 2011! Mehr dazu im [PC Magazine](#)

Rückblick 2010: Waren integrierte Hardware/Software-Appliances der Nummer 1 Technologie-Trend? InformationWeek's Bob Evans antwortet hier mit einem klaren „ja“: "IBM hat sie erfunden, Larry Ellison hat sie hochstilisiert, SAP hat sie revolutioniert, HP hat sie versprochen und jeder andere IT-Anbieter versucht, seinen Teil vom Kuchen abzuschneiden. Mehr dazu in Bob Evans Artikel bei [InformationWeek](#)

Merger & Acquisitions

Teradata kauft Aprimo und

Accenture kauft CAS Kaiserslautern. Die CAS Computer Anwendungs- und Systemberatung AG aus Kaiserslautern, Anbieter von CRM- und Mobility-Software für die Konsumgüterindustrie, wird von Accenture übernommen. Damit wird aus Accenture auch ein Softwareanbieter. Man erhofft sich so, eine bessere Position in der Konsumgüterindustrie zu verschaffen. CAS soll als Produktname weiter geführt werden. CAS wird in Kaiserslautern weiterhin Software-Lösungen für die Konsumgüterbranche entwickeln. CAS besitzt weitere Niederlassungen in Großbritannien, in den USA und in Australien. Die Akquisition unterliegt der Erfüllung den üblichen Bedingungen und soll voraussichtlich innerhalb von 60 Tagen abgeschlossen sein. (19. Nov.) Mehr dazu in der [CAS-Pressemitteilung](#)

Cloud Computing als Treiber: Dell kauft Compellent. Dell bietet \$27,75 je Aktie, das ergibt einen Übernahmepreis von insgesamt \$960m. Die Compellent-Anteilseigner müssen dem Geschäft, das möglichst Anfang 2011 abgeschlossen werden soll, noch zustimmen. Compellent bietet eine virtualisierte Speicher-Plattform für Unternehmen an. Compellent machte in 2009 einen Umsatz von \$125.3m, was eine 38%-Steigerung gegenüber 2008 bedeutete. (13. Dez.) Mehr dazu in der [Dell-Pressemitteilung](#)

SAP übernimmt Lösungen für Disclosure Management (Softwareunterstützung für Jahresabschlussprozess) von cundus. SAP plant, die Lösungen für das Management von Pflichtveröffentlichungen (Disclosure Management) des Duisburger Unternehmens cundus AG zu kaufen. Dies umfasst die Softwarelösungen cundus Financial Statement Factory und cundus Information Collector. Darüber hinaus wird SAP geistiges Eigentum und Kundenverträge mit erwerben sowie bestimmte cundus-Mitarbeiter übernehmen. Mit der Akquisition wird SAP ihr Finanzlösungsportfolio durch ein kollaboratives Angebot erweitern, das einen zeitnahen, genauen und kosteneffektiven Jahresabschlussprozess ermöglicht. (16. Dez.) Mehr dazu in der [SAP-Pressemitteilung](#)

PSI veräußert den Bereich Telekommunikation. Die PSI AG, Berlin, veräußert den Bereich Telekommunikation, der bislang in der Konzerntochter PSI Transcom GmbH angesiedelt war, an die Unternehmensberatung SEVEN PRINCIPLES AG. Der Bereich Telekommunikation der PSI Transcom ist ein IT-Dienstleister mit rund 35 Mitarbeitern im Netz- und Servicemanagement für Telekommunikationsanbieter. PSI setzt mit diesem Schritt die thematische Fokussierung auf Softwareprodukte für Energieversorger, Schwerindustrie und Verkehrsinfrastrukturen fort. (21. Dez.)

Teradata kauft Aprimo für \$525m. Teradata kann nun seine analytische Technologie (siehe auch Editorial in diesem Newsletter) mit den cloud-basierten, umfassenden Marketing-Lösungen von Aprimo verbinden. Aprimo deckt alles vom Marken- und Kampagnen-Management bis zum E-Mail-Marketing und Leads und Performance-Analyse ab. Der Deal soll im Q1/2011 abgeschlossen werden. (22. Dez.) Mehr dazu in der [Aprimo-Pressemitteilung](#)

Zahlen

Adobe, Oracle, Facebook

Adobe schreibt sein erstes \$1 Milliarden-Quartal. Die Analysten waren zufrieden, da das Ergebnis höher als die Prognose ist und weil es auch Zuwächse außerhalb von Adobes Kerngeschäft zu verzeichnen gab: Adobe konnte im Q4/2010, das am 03. Dez. endete, zum ersten Mal in der Unternehmensgeschichte mehr als eine Milliarde US-Dollar in einem Quartal als Umsatz ausweisen. Mit \$1,008 Milliarden stieg der Umsatz um 33% gegenüber dem Vorjahresquartal. Der Nettogewinn betrug im Q4 \$268,9m, im Vorjahresquartal gab es noch einen Verlust von \$32m. Im gesamten Geschäftsjahr 2010 machte Adobe einen Gewinn von \$774,7m (Vorjahr: \$386,5m) bei einem Umsatz von \$3,8 Milliarden (Vorjahr: \$2,946 Milliarden). (21. Dez.) Mehr dazu in der [Adobe-Pressemitteilung](#)

Oracle Q2/2011-Zahlen konnten Erwartungen übertreffen. Die Quartalszahlen haben die Erwartungen des Marktes deutlich übertreffen können. Insbesondere scheint die Integration von Sun Microsystems schneller und erfolgreicher zu verlaufen als gedacht. Die Zunahme bei den Softwarelizenzen ist positiv für die weitere Entwicklung. Unter Bewertungsgesichtspunkten ist aber die Luft bei den Aktienkursen raus. So stufen beispielsweise die Analysten der Hamburger Sparkasse die Oracle-Aktie von „kaufen“ auf „halten“ zurück. (21. Dez.) Die Zahlen finden Sie in der [Oracle-Pressemitteilung](#)

Ist Facebook wirklich \$50 Milliarden wert? Der Investor Digital Sky Technologies erhöhte seinen bereits vorhandenen Anteil an Facebook um weitere \$50m und Goldman Sachs investiert \$450m. Außerdem hat sich Goldman Sachs verpflichtet, zusätzliche \$1,5 Milliarden Wagniskapital zu beschaffen. Damit beträgt der Wert von Facebook gemessen an den Eigentumsverhältnissen rund \$50 Milliarden! (04. Jan.) Mehr dazu im Deal Journal Blog im [Wall Street Journal](#) und auch bei [stern.de](#)

Trends

Analytik, Komplexität, Microsoft als Underdog und

Enterprise Intelligence 2010 – Nachtrag. In der Online-Umfrage „Enterprise Intelligence: bessere

Entscheidungen treffen“ zum Symposium Enterprise Intelligence am 23. November in München ging es um Erfahrungen mit Vorgehensweisen, Methoden und Best Practices in Unternehmen, die bereits Business Intelligence einsetzen und dabei sind, Business Intelligence auf das gesamte Unternehmen, Lieferanten, Händler und Partner auszuweiten. Ein etwas überraschendes Ergebnis war: Die IT ist in Sachen Business Intelligence immer noch tonangebend. Weiterhin unterstreichen die Ergebnisse der Befragung recht gut einige der Prinzipien und kritischen Erfolgsfaktoren von Enterprise Intelligence:

- Enterprise Intelligence ist Chefsache.
- Enterprise Intelligence ist ein Thema für die Fachabteilungen und das Management. Die IT sollte hier das Programm unterstützen, aber nicht federführend sein (was noch nicht immer der Fall ist.)
- Ein Competence Center stellt eine Best Practice bei der Organisation von Enterprise Intelligence dar.
- Ein weiterer kritischer Erfolgsfaktor ist der Zustand der Daten. Hier liegen die Grenzen von Enterprise Intelligence.

Die Befragung zeigte aber auch, dass die Zielerreichung der Projekte noch nicht wirklich zufriedenstellend ist. Den Ergebnisbericht finden Sie bei [it daily](#)

Soll Marketing eine eigene IT haben? (Fortsetzung aus Newsletter 65, Dez. 2010) Scott Brinker und Caron Carlson sind inzwischen in einer lebhaften Diskussion. Als erstes stellt Scott die Frage, ob ein Team "wirklichen Einfluss auf und Governance über Projekte haben kann, ohne die komplette Management-Kontrolle über alle Dinge und Details zu haben.“ Er meint ja und fügt hinzu, dass das eine gute Rolle sei, die Marketing so in der Zusammenarbeit mit der IT spielen könne. Es sei insbesondere eine gute Vorgehensweise, IT-Entscheidungen durch effektive Kommunikation der Anforderungen und Strategien zu beeinflussen. Das sei im Übrigen sowieso eine der Best Practices in der Zusammenarbeit IT/Fachabteilung (sic!). Hier finden Sie Scott Brinker's Antwort „[Governance versus Management in Marketing-Technologie](#)“ und Caron's Diskussion bei [FierceCIO](#) Darauf folgt sodann Scott Brinker's erneute Antwort „[IT-Diktatoren im Zeitalter von Marketing-Demokratie](#)“

Komplexität kostet. Die Komplexität eines IT-Systems ist direkt korreliert mit der Wahrscheinlichkeit seiner Erfolgslosigkeit, so Roger Sessions, CTO bei ObjectWatch. Ein System, das weniger als \$750,000 gekostet hat, wird vermutlich recht erfolgreich sein, während ein System, das mehr als \$2m verursacht hat, mit großer Wahrscheinlichkeit keinen Erfolg haben wird. Sessions ist ein Advokat kleiner Systeme, die allerdings auch neue Komplikationen schaffen können. Sein Unternehmen hat vor kurzem ein Patent auf eine Anti-Komplexität-Methode erhalten. Die basiert auf einfachen, iterativen Partitionen mit der Zielsetzung, Business- und IT-Systeme zu vereinfachen. Insbesondere sind die Geschäftsprozesse fachlich zu vereinfachen, bevor die IT sie umsetzen soll. Große Systeme in kleinere Systeme aufzubrechen reduziert Komplexität und verbessert die Erfolgchancen, aber gleichzeitig wird so neue Komplexität durch die größere Zahl von Abhängigkeiten zwischen Systemen geschaffen. Sessions Methodologie zielt darauf ab, hier eine optimale Balance zwischen diesen beiden Typen von Komplexitäten herzustellen. Mehr dazu in der [NetworkWorld](#)

From Toys to Tools: Potenziale von Analytik im Enterprise 2.0. Tony White von Ars Logica beschreibt in seinem Gastbeitrag auf [FierceCIO](#) den wachsenden Nutzen von Analytik bei der Bereitstellung von Content. Die Idee entspricht Ansätzen wie auf YouTube: Dokumente werden entsprechend des sozialen Fußabdrucks und des Verhaltens der Nutzer automatisiert vorgeschlagen. Das muss sich nicht auf die Bereitstellung von Dokumenten beschränken. Man könnte so auch den Einsatz des Mitarbeiters im Unternehmen auf Basis seiner Talente optimieren: Auch unbekannte Talente eines Mitarbeiter können so aufgespürt und nutzbringend eingesetzt werden. Denn wenn Mitarbeiter soziale Werkzeuge nutzen, dann findet man informelle Netzwerke und Kommunikation im Unternehmen (so der Betriebsrat einverstanden ist). Wenn man dann diese Information mit der

Organisationsstruktur zusammenbringt, dann gewinnt man eine wesentlich höhere Transparenz im Unternehmen als heute, so Chris Morace von [Jive Software](#)

Eine gute Fallstudie zum Thema ist die Einführung von Enterprise 2.0 bei Booz Allen im [FASTforwardblog](#)

Wie Microsoft zum „Underdog“ wurde. Die technologische Evolution verwandelte in weniger als einem Jahrzehnt Microsoft vom „Top Dog“ zum „Underdog“, so Bianca Bosker von Huffington Post in einem bemerkenswerten Beitrag. Anfang des Jahrs 2000 sah Microsoft unbesiegbar aus und stand auf dem Radar der Anti-Trust-Regulatoren in den USA und in Europa: Microsoft war auf dem Wege zum Monopolisten. Dann aber im letzten Jahrzehnt traten unerwartet Apple und Google mit atemberaubender Innovation in den Markt und das Kundenverhalten änderte sich. Gleichzeitig leistete sich Microsoft vielfache Fehler und enttäuschte (Vista, Kin und Zune beispielsweise). Mehr dazu in Bianca Boskers Beitrag in [The HuffingtonPost](#)

Kurzmeldungen

Neues von der Cloud und den Social Media

Eine neue Sicht auf Web-Analytik. Einen lesenswerten und umfassenden Beitrag dazu finden Sie bei [Internet Evolution](#).

Textanalytik, ein Top-Trend in den kommenden 3 Jahren, meint Forrester Research. Dem stimme ich voll zu. Wir hatten das Thema ja bereits im Editorial in den Ausgaben 60 und 61 (Juni und Juli/August 2010). Mehr dazu in den [Forrester Blogs](#)

Der "Leitfaden Cloud Computing: Recht, Datenschutz & Compliance" ist erschienen und kann über die [EuroCloud-Webseite](#) kostenfrei als pdf-Datei bestellt werden. Der Leitfaden vermittelt wichtige Grundlagen zu Datenschutzfragen, Vertragselementen sowie produkt- und branchenspezifischen Besonderheiten und richtet sich an Anbieter sowie Anwender.

Die Auswirkungen von Cloud Computing auf die IT-Aufbauorganisation. Dazu gibt es eine neue EMC-Auftragsstudie des Centre for Economics and Business Research (CEBR), die bei [InformationAge](#) vorgestellt wird.

Microsoft gibt Einbruch in die BPOS-Cloud zu. Soviel zum Thema Sicherheit von Daten im Cloud Computing, betroffen sind diesmal Kunden der Microsoft BPOS-Cloud. Mehr dazu in der [Computerworld](#)

Der Aufstieg des vernetzten Unternehmens: Zahltag beim Web 2.0. Eine neue McKinsey-Studie zeigt, dass eine elitäre Gruppe von Unternehmen ihre Marktanteile und ihre operative Profite durch den Einsatz von Web 2.0 steigern. Mehr dazu bei [McKinsey Quarterly](#)

Der strategische Wert der IT in M&A. Viele Merger halten nicht, was man sich davon verspricht: Sie stolpern über und scheitern an der Integration von Technologie und Operations. Hier kann eine wohl geplante Strategie zur IT-Integration sehr erfolgreich wirken. Mehr dazu bei [McKinsey Quarterly](#) (Um diesen Beitrag zu lesen müssen Sie sich bei McKinsey Quarterly registrieren.)

Und zum Schluss...

Zehn Dinge, die 2011 (fast) aussterben werden finden Sie bei [stern.de](#)

Die Geschichte der Vorhersagen, die nie eingetreten sind finden Sie bei [fastcompany](#)

Termine

Actuate Roadshow



22. Feb., Frankfurt; 24. Feb., München

Performance Management und Analytik im Zeitalter von Cloud Computing und mobilem Internet

- Industrialisierung, Agilität und Compliance: die Rolle von Performance Management und Analytik
- Cloud Computing: auf das Cloud-Modell kommt es an
- Mobiles Internet: Herausforderungen an Performance Management und Analytik

Anwendungen für Performance Management und Analyse im Unternehmen befinden sich ständiger, rasanter Veränderung – nicht nur die Daten selbst, sondern auch die Nutzer und deren Anforderungen an die Bereitstellung von Informationen. Die Herausforderungen sind dementsprechend breit gefächert:

- Immer anspruchsvollere Anforderungen der Anwender an “Self Service” beim Zugriff auf Informationen: intuitive Dashboards, Darstellung von KPIs, direkte Drill-Down-Funktionen, Einbindung von Google Gadgets etc.
- Unterstützung von mobilen Endgeräten und Tablet-Computern
- Zusammenführung und Analyse von unstrukturierten und strukturierten Daten
- Datenbereitstellung in privaten und öffentlichen Cloud-Architekturen

Wie man diesen Herausforderungen begegnen kann, zeigen wir anhand von praxisorientierten Lösungsansätzen mit BIRT und ActuateOne.

Agenda und Anmeldung

22. Februar in [Frankfurt](#)

24. Februar in [München](#)

Impressum

Sie haben Fragen und Anregungen? Sie wollen den Newsletter abonnieren? Dann schicken Sie uns eine E-Mail an:

info@wolfgang-martin-team.net

Wolfgang Martin Team

S.A.R.L. Martin
74000 Annecy – France
T: +33-4-50099244

Internet: www.wolfgang-martin-team.net

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

Weitere Informationen über den Absender dieses Newsletters finden Sie im Impressum.

Mit diesem Link können Sie sich von unserem Newsletter Mit diesem Link können Sie sich von unserem Newsletter [abmelden](#).

Inscription par e-mail à:

info@wolfgang-martin-team.net

Tous droits réservés. Alle Rechte vorbehalten. Copyright © 2011 S.A.R.L. Martin Versand durch: HBI GmbH (PR-Agentur) www.HBI.de