



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

Marktumfrage:

Trends im Kundendatenmanagement - [mehr](#) »

Advertisal

Modern Budgeting: Die Zukunft im Visier - [mehr](#) »

Roadshow

cobra: Business Intelligence, Big Data und CRM -
[mehr](#) »

Neue White Paper / Research Notes

Version 10.1 „Performance Management und
Analytik“ ist erschienen - [mehr](#) »

Merger & Acquisitions

Facebook treibt die Preise - [mehr](#) »

Zahlen

HP: Licht am Ende des Tunnels? - [mehr](#) »

Trends

Rohe Sitten im Online-Handel - [mehr](#) »

Kurzmeldungen:

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

Und zum Schluss...

wie man 20 Technologiemarken richtig ausspricht -
[mehr](#) »

Termine

9. IIR Forum Stammdaten-Management und
Executive Briefing zu Projekt & Portfolio
Management - [mehr](#) »

Marktumfrage:

Trends im Kundendatenmanagement

Ihre Meinung zählt!

Wie sind Sie in Sachen Kundendatenmanagement aufgestellt? Das wollen wir in einer Kurz-Befragung herausfinden. Wir stellen Ihnen die 13 Top-Fragen, und bitten Sie um Ihre Meinung und Erfahrung. Die Ergebnisse werden wir im Juni-Newsletter vorstellen und diskutieren.

Hier geht es zum [Fragebogen](#)

Vielen Dank! Die Befragung erfolgt anonym. Wenn gewünscht, kann jeder, der mitmacht, die Ergebnisse zugestellt bekommen.

Mit den besten Grüßen aus Annecy / Haute Savoie

Dr. Wolfgang Martin

PS: Als kleines Dankeschön verlosen wir sechs Huawei E5220 Mobiler Wifi WLAN-Router (deutsche Version, bis zu 10 WLAN-Zugänge, 5s Boot-Zeit, HSPA+) weiß im Werte von je EUR 50,00 unter den Teilnehmern/innen!



Folgen Sie uns auf [@wmartinteam](#)

Advertisal

Modern Budgeting: Die Zukunft im Visier

von Christiane Wiegmann, IDL GmbH Mitte

Einfach, flexibel und integriert: So postuliert der Internationale Controller Verein (ICV) die Kernprinzipien moderner Planungswelten, in denen das Budget stets im Einklang mit der Unternehmensstrategie steht. Wie muss eine Software aussehen, mit der visionäre Konzepte dieser Art auch tatsächlich in der Praxis funktionieren?

Ein Gremium aus Unternehmen, Beratungshäusern und Universitäten hat ein Konzept mit Potenzial zum Paradigmenwechsel in der Planungslandschaft entwickelt: Das „Modern Budgeting“ räumt mit starren Prozessen auf und setzt den Rahmen für modernere Planungsformen, die sich stärker an Unternehmensstrategie und Gesamtziel orientieren und die organisatorischen Gegebenheiten bis in die Geschäftsbereiche hinein abbilden. Hinter der formulierten Forderung nach Einfachheit, Flexibilität und Integration steht der Wunsch nach einer mit weniger Aufwand zu realisierenden variableren Planung, die einen höheren Nutzwert erzielt. Daraus ergeben sich entsprechende Anforderungen an Planungslösungen.

Das Budget muss stets im Einklang mit der Strategie stehen, steuerungsrelevante Bereiche werden individuell und

detailliert geplant, der Rest vereinheitlicht auf einer höheren Aggregationsebene. Die Forderung nach planerischer Integration verbindet dabei die strategische und operative Sichtweise, die bis auf die stets anpassbare Projektebene heruntergebrochen wird. Professionelle Planungslösungen unterstützen die Abbildung dieser Anforderungen und vereinen die strategische Maßnahmenplanung des Konzerns oder Unternehmens über die operative Planung auf Fachabteilungsebene bis hin zur Finanzplanung. Die Anwender arbeiten dabei durchgängig mit ein und derselben Produktfamilie auf einer einheitlichen Datenbasis und mit durchgängiger Logik.

Mit flexiblen Planungstools moderne Budgetierung umsetzen

Die Detaillierung der Planung sowie Ablauf und Aufbau des Budgetierungssystems als auch die interne Leistungsverrechnung werden vereinfacht, die operative Planung effizient unterstützt und nachvollziehbar erstellt. Geplant wird wahlweise auf Konten-, Positions- und Verdichtungsebene sowie auf Basis von Kostenstellen oder Kostenstellenkonten. Ein Set an betriebswirtschaftlichen Instrumenten wie Deckungsbeitragsrechnung, GuV, Bilanz oder Finanzplan steht für die Umsetzung der operativen Planung zur Verfügung.

Das Erfassen von Plandaten erfolgt einfach und geführt über Formulare. Diese können mit Werten oder Validierungen vorbelegt werden. Die Eingabeoberfläche ist anwenderorientiert und lässt sich ebenso über Web und mobile Endgeräte bedienen. Forecasts lassen sich kontinuierlich auf Basis der bisherigen Ist-Werte und der ursprünglichen Planung durchführen. Aus Umfeld-Entwicklungen entstehende Einflussfaktoren werden strukturiert berücksichtigt. Durch die Möglichkeit, relative Ziele ergänzend einzusetzen, können verschiedene Planversionen oder Szenarien berücksichtigt werden.

Dynamisch rollierende Planungszeiträume sind abbildbar, individuelle Ergänzungen mit Line-Item-Details sowie Top-down und Bottom-up frei wählbar und die Möglichkeit für Struktursimulationen ist gegeben.

Planerische Integration verbindet strategische und organisatorische Sichtweise

Strategische Erkenntnisse fließen in die operative Planung ein, der Erfüllungsstand wird im Zuge einer Soll-Ist-Rückkopplung zurückgespielt. Zielvereinbarungssystemen oder auch Projektplanungen können eingebunden, strukturierte und unstrukturierte Daten miteinander kombiniert sowie Planungsvorsysteme über Datenbankanbindungen angebunden und damit die Anforderungen aus der Konzernplanung erfüllt werden.

IDL bietet eine komplett integrierte Lösung zur Unternehmensplanung gemäß dieser Anforderungen, von der strategischen Maßnahmenplanung des Konzerns oder Unternehmens über die operative Planung (auch auf Fachabteilungsebene) bis zur Finanzplanung. In der operativen Detailplanung geht es dabei beispielsweise um Themen wie Vertriebs-, Produktions-, Personal- oder Gemeinkostenplanung bis hin zur Deckungsbeitragsrechnung/Erfolgsrechnung. Diese werden integrativ in die finanzwirtschaftliche Sicht überführt, die eine GuV-, Bilanz- und Liquiditätsplanung umfasst. Hinzu kommen Intercompany-Verrechnungen und Konsolidierungen für Konzerne, aufbauende Soll/Ist-Betrachtungen sowie das Simulieren und Durchspielen von Szenarien.

Planung als wirkungsvoller Stellhebel im Wettbewerb

Auch der gerade erschienene BARC Planning Survey 14 stellt eindeutig fest: **Planung ist wichtiger Differenziator im Wettbewerb und 2014 Top-Thema bei den Unternehmen**. Die Modernisierung und der Ausbau von Planung lohnen sich. Die konsequente Umsetzung der integrierten Unternehmensplanung sowie der Einsatz professioneller Planungstools statt der immer noch weit verbreiteten Excel-Planung bringen dabei umfassenden Nutzen.

Mehr Informationen zum Thema Planung und den Ergebnissen des BARC Planning Surveys 14.

=====

Hintergrundinformationen zu IDL

Mit Gesellschaften in Deutschland, Österreich, der Schweiz sowie Frankreich hat sich die IDL-Unternehmensgruppe auf moderne Lösungen für Finanzwesen und Controlling spezialisiert und den Fokus auf ganzheitliches Business Performance Management zu den Themen Planung, Reporting, Konsolidierung und Business Intelligence gelegt. IDL bündelt betriebswirtschaftliches Know-how, leistungsstarke Software und kundenorientierte Services.

Seit über 20 Jahren vertrauen Konzerne und Unternehmen aller Branchen auf diese Kompetenz und arbeiten weltweit mit Lösungen von IDL. Darüber hinaus setzen viele Kommunen auf IDL im Bereich des kommunalen Finanzmanagements und des kommunalen Gesamtabchlusses.

IDL ist Microsoft Gold Partner. Die Plattformen von Microsoft und IBM sowie der reibungsfreie Zugriff auf SAP sind im IDL-Portfolio fest verankert und zahlreiche ERP-Anbieter haben IDL-Software in ihr Angebot integriert.



Weitere Information zu IDL finden Sie auf <http://www.idl.eu>

Roadshow

cobra: Business Intelligence, Big Data und CRM

18.03. Stuttgart | 19.03. Frankfurt | 20.03. Düsseldorf | 08.04. München | 09.04. Berlin | 10.04. Hamburg



Business Intelligence, Big Data und CRM

Management-Forum für Sales, Service & Marketing

Was brauchen Unternehmen heute, um ihren Customer und Company Value zu steigern? Das Management-Forum des CRM Lösungsanbieters cobra aus Konstanz liefert Antworten. Hochkarätige Redner informieren an insgesamt 6 Terminen in verschiedenen Städten über Möglichkeiten, Nutzen und Potenziale von Business Intelligence, Big Data und CRM. Neben aktuellen Trends und Zusammenhängen, bietet das Forum praktische Tipps für die Integration in bestehende Unternehmensstrukturen und Prozesse.

[Anmeldung und Details hier...](#)

Neue White Paper / Research Notes

Version 10.1 Performance Management und Analytik ist erschienen

Performance Management und Analytik – Business Intelligence trifft Business Process Management und Big Data. Deutsch – März 2014 – Die neue Version 10.1 ist eine weitgehende Überarbeitung und Erweiterung der Version 10.0 vom August 2013. Auf 187 Seiten beschreibt sie sowohl den Nutzen und die verschiedenen Einsatzgebiete als auch Business-Architekturen und technische Architekturen von Performance Management und Analytik. Neu sind in dieser Version 10.1 das Kapitel 3.5 zu „Rollen in der Big Data-Analytik“ und das Kapitel 5.3 zu „Datenvisualisierung“. Ergänzt wurden die Themen „Bedeutung von Information im New Normal“ (Kap. 2.2), „Mobile BI“ (Kap. 2.7), „Data Discovery“ (Kap. 5.2), „Aufgaben von Information Management“ (Kap. 6.1), „Vom Data Warehouse zu Datenintegration“ (Kap. 6.2), „Informations-Services“ (Kap. 6.3) und „NoSQL-Datenbank- und Datenhaltungssysteme“ (Kap. 7.3). Wie immer wurden die Kapitel 10.3 bis 10.5 (Anbieterverzeichnis) und 12 (Glossar) auf den neuesten Stand gebracht. Im Kapitel 10.5 wurde zudem als neue Kategorie „Stammdaten-Management“ eingeführt. Schließlich wurden im Kapitel 10.6 noch die neuesten Zahlen von Wikibon zum Big Data-Markt eingearbeitet. Als neuen Sponsor begrüßen wir [Datawatch](#). Hier geht es zum [Download](#)

Merger & Acquisitions

Facebook treibt die Preise

Facebook kauft WhatsApp für \$19 Milliarden. Nicht die Übernahme überrascht - seit zwei Jahren hatte es immer wieder Gespräche zwischen den beiden Unternehmen gegeben - was überrascht ist der Preis! Immerhin: WhatsApp hat 450 Millionen Nutzer und verdient Geld. Täglich kommt fast eine Million neue Nutzer hinzu, aber \$19 Milliarden? (19. Feb) Mehr dazu in der [Facebook-Pressemitteilung](#)

IBM übernimmt Cloudant, einen Datenbank-as-a-service (DBaaS)-Anbieter, der Entwicklern erlaubt, innovative mobile und Web-Apps zu erstellen. Cloudant, ist ein in Privatbesitz befindliches in Boston ansässiges Unternehmen mit Niederlassungen in Seattle, Washington und Bristol, UK. Cloudant soll IBMs Big Data und Analytik, Cloud Computing und Mobil-Angebote erweitern. (24. Feb.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

Oracle will BlueKai übernehmen. Oracle kauft ein Marketingunternehmen nach dem anderen! Finanzielle Details dieser Transaktion wurden zwar nicht bekannt gegeben, aber man schätzt den Wert auf \$350m bis \$400m. Blue Kai ist einer der größten Anbieter von Kundendaten und ein Spezialist für Individualisierung von Marketingprogrammen und Customer Experience. BlueKai habe eine Datenbank mit rund 700m Kundenprofiles, und man habe mehr als 300 Kunden quer über verschiedene Branchen. (24. Feb.) Mehr dazu in der [Oracle-Pressemitteilung](#)

Zahlen

HP: Licht am Ende des Tunnels?

Sopra übertrifft die 2013 Ziele. Das in Annecy ansässige Software- und Service-Unternehmen erreicht 2013 einen operativen Gewinn von 108,9m € bei einer Marge von 8,1%. Der Umsatz stieg in 2013 organisch um 4,3%, insgesamt um 10,9% auf 1 349,0m €. Davon wurden 828m € in Frankreich erzielt und 247,6m € im restlichen Europa. Zum 31. Dezember 2013 hatte Sopra 16.290 Mitarbeiter. (18. Feb.) Mehr dazu (en français) in der [Sopra-Pressemitteilung](#).

SAP-Kunden investieren in Analytics und Mobile. Die SAP-Budgets wandern in Deutschland, Österreich und der Schweiz wie im Vorjahr vornehmlich in SAP-ERP. Zu den weiteren Schwerpunkten zählen Analytics-Lösungen wie Business Intelligence und SAP Business Warehouse. Mobile Anwendungen der SAP kommen auf 34%. (19. Feb.) Mehr dazu im [isreport](#).

Intershop steigert Lizenzerlöse im Geschäftsjahr 2013 um 20 %. Im Q4/2013 konnten die Lizenzerlöse sogar um 105 % gesteigert werden. Insgesamt wächst der Nettoumsatz um 3 % auf 53,6m €. Hohe Investitionen in Marketing und Vertrieb bescheren aber ein negatives EBIT von (3,2m €). (19. Feb.) Mehr dazu in der [Intershop-Pressemitteilung](#).

Der Umbau von HP kommt voran. Im Q1/2014 ist der Umsatz nur noch um 1% auf \$28,2 Milliarden zurückgegangen. Das übertrifft die Erwartungen der Analysten um rund \$1 Milliarde. Der Gewinn stieg um 16% auf \$1,4 Milliarden. Die Aktien legten daraufhin um fast 5% zu. (20. Feb.) Mehr dazu in der [HP-Pressemitteilung](#).

Qlik weiter auf Wachstumskurs. Zum Ende Januar 2014 hat sich QlikTech für eine Umfirmierung entschieden und heißt ab sofort Qlik. Bei der Bezeichnung der Software bleibt es bei QlikView. Im Q4/2013 steigerte Qlik den Umsatz um 18% auf \$161,8m gegenüber \$137,5m im Vorjahresquartal. Der Lizenzumsatz stieg um 10% von \$93,5m im Vorjahresquartal auf \$103,1m. Der GAAP-Nettogewinn sank allerdings von \$13,3m (\$0,15 pro Aktie) im Vorjahresquartal auf \$8,3m (\$0,09 pro Aktie). (20. Feb.) Mehr dazu in der [Qlik-Pressemitteilung](#).

Pegasystems legt 2013 um 10% zu. Der Umsatz 2013 stieg im Vergleich zum Vorjahr um 10% auf rund \$509m. Der Netto-Gewinn nach GAAP für das gesamte Geschäftsjahr belief sich auf rund \$38m; dies entspricht einem Zuwachs von 74% gegenüber dem Vorjahr. (28. Feb.) Mehr dazu in der [Pegasystems-Pressemitteilung](#).

Trends

Rohe Sitten im Online-Handel

Rohe Sitten im Online-Handel. CBS New York berichtet, dass immer mehr Online-Händler Kunden abstrafen, die gekaufte Ware zurücksenden – unabhängig ob es sich um die falsche Größe der bestellten Ware oder eine Rückgabe gegen Gutschrift handelt. Man wird zwar nicht sofort abgestraft, aber wenn der Händler aufgrund von Analysen herausbekommt, dass man zu häufig Rücksendungen macht, dann kommt man auf eine schwarze Liste. Dieses Verhalten kennen wir zunächst einmal im amerikanischen Markt, aber wir alle wissen, dass „Best Practices“ sich schnell verbreiten. "The days of using your living room as a fitting room are yes, going to be coming to a close," sagt die amerikanische Handelsexpertin Carol Spieckerman "For retailers, returns are an absolute nightmare." In der Tat werden die Verluste durch Rückgaben auf nahezu \$400 Milliarden geschätzt. Da macht eine entsprechende Kundensegmentierung natürlich viel Sinn. "We look at returns in relation to the profitability of a customer. So for example, if you return 50 items, that can be really terrible if you only keep one. But of course if you return 50 items and end up buying 200, that's fantastic," meint Dominique Levin von AgilOne im CBS Bericht. Das ist an sich nichts Neues, aber bisher war dieses Händlerverhalten vom Konzept "Gib den besten Kunden den besten Service" gesteuert. Das aber hat sich geändert. Heute steuert der Handel nach dem Prinzip "Gib den schlechten Kunden den schlechtesten Service". Larry Selden, ein Berater bei Best Buy und ehemaliger Professor an der Columbus Universität, hat hier den Begriff der "Dämon-Kunden" geprägt. Das sind insbesondere auch Kunden, die nur Ware kaufen, die sich im Sonderangebot befindet. Mit solchen Kunden verliert der Händler natürlich Geld. Der Händler

betrachtet jetzt solche Käufe als Missbrauch und sieht sich selbst nicht als gescheiterter Manipulator. Selden ist auch Koautor des Buches "Angel Customers & Demon Customers." "In his book, he said that while retailers 'probably can't hire a bouncer to stand at the door and identify the value destroyer,' they're not powerless," berichtet CBS. "Selden [also] worked as a consultant for Royal Bank of Canada, which at one time traced checks faster for its most profitable customers, while other customers waited up to five days, he wrote. While that's a bit out of date, the bank now has other ways of prioritizing customers." Kunden werden also nicht nur belohnt, sondern auch abgestraft entsprechend ihrer Profitabilität. "Most stores really would rather have you continue to do business with them rather than their competitors. However, what we do see is stores starting to find ways to perhaps spend less money on you or find ways to have you return less. The good news? You can improve your status with a store by starting to keep more items than you return because customer profiles are refreshed frequently." Heißt das also, man sollte als Kunde seinen Status verbessern, indem man Dinge behält, die nicht nutzbar sind, nicht passen oder schlechte Qualität haben und das bei mittelmäßigem Kundenservice? Wohl kaum! Sicher macht es Sinn, Kunden loszuwerden, die echten Missbrauch treiben, aber die Händler gehen hier zu weit, meint der Bericht. Händler sollten Bonus-/Malus-Systeme besser ausbalancieren. Mehr dazu im Beitrag bei [CBS New York](#).

Kurzmeldungen:

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

Eine Big Data-Sicht für die C-Suite. Die Unternehmensführung muss sich heute in Sachen Big Data 2 Fragen stellen: Was sind die Big Data-Einflüsse auf unser Unternehmen und wie können wir Wertschöpfung und Wettbewerbsvorteile erlangen? Mehr dazu bei [Forbes](#)

Ändert Big Data die Art und Weise, wie wir denken? Für die meisten Unternehmen umfasst der Begriff Big Data auch das Internet der Dinge (IoT). Nach Schätzungen sind im IoT heute rund 5 Milliarden Geräte verbunden, 2020 sollen es bereits 20 Milliarden sein. Das ist natürlich ein riesiges Potenzial, aber das IoT stellt auch eine riesige Herausforderung dar: Ein Tsunami von Daten erwartet uns. Mehr dazu bei [Computerweekly](#)

Warum Big Data meist nur ein Lippenbekenntnis ist. Hier sind 6 Gründe, warum Unternehmen einen falschen Ansatz zu Big Data wählen oder Big Data gar nicht nutzen. Mehr dazu in der [InformationWeek](#)

CIOs tun sich schwer, Profit aus Big Data zu ziehen. Warum ist es so schwer, Erfolge mit Big Data zu erzielen? Dieser Frage ging KPMG Capital mit einer Marktuntersuchung nach. Mehr dazu bei [CIOInsight](#)

Big Data-Plattform-Vergleiche: 3 Dinge zum Beachten. Sie sind gerade dabei, eine Big Data-Plattform auszuwählen? Dann bitte nicht vergessen, dass SQL nicht die erste Wahl für Hadoop ist. Mehr dazu in der [InformationWeek](#)

In-Memory Datenbanken: Wer braucht eine solche Geschwindigkeit? IBM, Microsoft, Oracle und SAP stehen in scharfem Wettbewerb um die Marktanteile im Markt der superschnellen Datenbanken. Mehr dazu bei [InformationWeek](#)

Datenvisualisierung im Trend. Eine neue Generation von Datenvisualisierungs-Werkzeugen kommt gerade auf den Markt. Die Werkzeuge sehen sehr vielversprechend aus. Mehr dazu in der [Computerweekly](#)

Social Business ist kollaboratives Business. Klingt trivial und banal, aber bei der Einführung von Werkzeugen werden hier immer noch fundamentale Fehler gemacht. Mehr dazu in der [InformationWeek](#)

Gartner: Stammdatenmanagement muss Teil von CRM sein. Gartner sagt, dass CRM-Nutzer, die kein Stammdatenmanagement betreiben, fehlerhafte Ergebnisse ableiten, die Kunden verärgern können. Daraus folgt eine 25% Verringerung der potenziellen Umsatzsteigerungen. Mehr dazu bei [Information Management](#)

8 Fakten zu Google Glass. Im Laufe des Jahres soll Google Glass in den Verkauf kommen. Eine kleine Vorschau, was uns da erwartet, finden Sie bei [CloudTweaks](#)

Fünf Fragen zum Internet der Dinge. Das Internet der Dinge wird nicht nur Unternehmen zu einem Neudenken in vielen Dingen zwingen, sondern auch unser tägliches Leben beeinflussen. Hier einige Gedanken von [Saugatuck Technology](#) zum Thema

6 dunkle Seiten der IT-Industrie. IT-Mitarbeiter verraten einige der typischen Lügen und der dunklen Seiten des Technologie-Geschäftes. Das lesen Sie in der [InfoWorld](#)

“Big” ist das nächste “Big Thing”: 6 IT-Trends, die das digitale Business treiben. Die Definition von "digitalem Business" ist breiter als man typischerweise denkt, denn so sagt Michael J. Biltz aus der Geschäftsleitung von Accenture: "Every company is a technology company at its core and in the process of converting to a digital business." Mehr dazu bei [CMSWire](#)

Und zum Schluss

wie man 20 Technologiemarken richtig ausspricht

20 unaussprechliche Technologiemarken. Wie spricht man eigentlich Huawei richtig aus? Bei dieser Lektion in Aussprache gibt es schon Überraschungen, zum Beispiel sollen Amerikaner Nokia wie "NAW-kee-ya." aussprechen...Weitere Aussprachehilfen in Ton und Bild finden Sie auf [ITWorld](#)

Termine

9. IIR Forum Stammdaten-Management und Executive Briefing zu Projekt & Portfolio Management



01./02. April, Köln

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



08. April, Nyon im UEFA Headquarter

- Executive Business Briefing zum Thema Projekt & Portfolio Management (PPM) – hosted by UEFA (Nyon am Genfer See)
- Termin: 8.April 2014, 15-19 Uhr mit anschließendem Exec Dinner
- Vorträge von Dr. Wolfgang Martin, Nationale Suisse, UEFA und Planview
- Veranstaltung richtet sich an IT-Direktoren, Head of PMO, führende Positionen im PPM (e.g. Head of PPM) und ähnliche
- Kostenfreie Teilnahme – allerdings max. 15 Personen
- Anmeldung bzw. Anfragen an: Peter Bernard (EMEA Marketing Director, Planview) – pbernard@planview.com

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