



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

Datenvisualisierung - [mehr](#) »

Erratum

Der Fehlerteufel hat zugeschlagen. - [mehr](#) »

Merger & Acquisitions

Google verstärkt sich in Robotik - [mehr](#) »

Zahlen

Oracle besser als erwartet, und SAP HANA
enttäuscht. - [mehr](#) »

Trends

Big Data-Projekte scheitern, und Big Data erkennt
nicht Vertrauensfaktoren. - [mehr](#) »

Kurzmeldungen

Trends 2014 und Neues zu Big Data, Social
Business, IT und dem Internet der Dinge - [mehr](#) »

Und zum Schluss...

Vorhersagen gehen auch schon mal daneben oder
sogar - [mehr](#) »

Termine

Top Intelligence: Big Data & SAP HANA - [mehr](#) »

Editorial

Datenvisualisierung

The Age of Analytics: ...Data have become the raw material of production, a new source for immense economic and social value. Advances in data mining and analytics and the massive increase in computing power and data storage capacity have expanded by orders of magnitude the scope of information available for businesses and government...¹

Analytik schafft für Unternehmen zunehmend Wettbewerbsvorteile, eine höhere Prognosegenauigkeit und vollständige Transparenz. Mithilfe von Analytik wird eine optimierte geschäftliche Entscheidungsfindung gefördert. In diesem Sinne stellt Analytik den nächsten Schritt in Business Intelligence dar. Traditionelle **Business Intelligence**

(BI)-Werkzeuge (Berichtserstellungswerkzeuge, Dashboards, Ad-hoc-Anfragen, OLAP - Online Analytical Processing und auch Spreadsheets) können solche Einblicke und Vorteile letztlich nicht liefern. BI-Werkzeuge dienen lediglich der Zusammenfassung und Diagnose von Daten sowie der Beantwortung bekannter, zuvor festgelegter Fragen. Sie sind daher nicht geeignet für dynamische Umgebungen, in denen man fortlaufend neue Fragen stellen und beantworten muss.

Datenvisualisierung: das Auge als Detektor.

Neben mathematisch statistischen, kybernetischen und linguistischen Methoden der Analytik wie prädiktive Analytik, Data Mining, Text Mining, Textanalytik und maschinelles Lernen, um die wichtigsten zu nennen, etabliert sich mit **Datenvisualisierung** ein mehr und mehr genutzter Ansatz. Datenvisualisierung ist ein Ad-hoc-, interaktiver, problembezogener und durch menschliche Interaktion gestalteter Prozess. Sie stellt einen dynamischen, menschenbezogenen Analyseansatz dar, der das Erkennen von Muster durch das menschliche Auge unterstützt und gegebenenfalls analytische Algorithmen als Ergänzung nutzt. Dank kollaborativen Dienste ermöglicht Datenvisualisierung anspruchsvolle Entscheidungsverfahren auch im Team.

Datenvisualisierung für große Datenmengen, komplexe Datenstrukturen oder Echtzeit-Daten.

Datenvisualisierung eignet sich besonders, um große Datenmengen, komplexe Datenstrukturen oder Echtzeit-Daten zu analysieren. Große Datenmengen und komplexe Datenstrukturen werden durch Visualisierung übersichtlich. Mittels Visualisierung lassen sich beispielsweise Ausreißer leicht erkennen und strukturelle Änderungen gleichsam ablesen. Die Daten sollten dazu keineswegs aggregiert werden. Datenvisualisierung arbeitet auf detaillierten Rohdaten. Dank einer intuitiven visuellen Benutzeroberfläche sowie einer mächtigen Bibliothek unterschiedlicher Darstellungsformen wie Charts, Heat Maps und Tree Maps können Nutzer ihre eigenen Fragen stellen und beantworten, indem sie interne und externe Datenquellen - einschließlich Big Data-Quellen - zur Lösung ihrer Probleme nutzen. Das schafft Transparenz. (Abb. 1)

Echtzeitdaten werden entweder direkt visualisiert und/oder per Video-Recorder aufgezeichnet und als Animation zur Verfügung gestellt. Weiterhin kann mittels Regeln eine Benachrichtigungsmaschine aufgesetzt werden, die im Sinne von Ereignisverarbeitung automatisch Alarm geben kann, wenn Risiken im Datenstrom erkannt werden. Datenvisualisierung hilft so bei der Überwachung und Steuerung von Prozessen. Mit ihrer Hilfe können dann auch Prognosemodelle abgeleitet werden, die wiederum Prozesse anreichern, indem sie analytische Services in Geschäftsprozesse und Anwendungen integrieren. Das schafft intelligente Prozesse, die Probleme bereits vor Entstehung erkennen und lösen.

Beispiel: Datenvisualisierung in Echtzeit kann auch zur Steuerung der Produktion erneuerbarer Energie eingesetzt werden. Auf Basis von Wetterdaten können über eine Datenvisualisierung geeignete Standorte von Windkraftanlagen ermittelt werden. Der Betrieb der Windparks braucht dann eine Netzwerksteuerung. Auf Basis von Wettervorsagen können erwartete Energiemengen vorhergesagt, die tatsächlichen Werte visuell überwacht und aufgezeichnet werden. Die Benachrichtigungsmaschine kann bei Überschreiten einer vorgegebenen Maximalmenge automatisch je nach Lage entweder eines oder mehrerer Windräder abschalten oder auch auf die Steuerung konventioneller Kraftwerke einwirken. (Abb. 2)

Das erlaubt schließlich das Kalkulieren eines ROI: Transparenz und proaktive Prozesssteuerung lassen sich monetär bewerten, so dass der Mehrwert von Datenvisualisierung erkennbar wird.

Datenvisualisierung, die Organisation.

Datenvisualisierung eignet sich für zwei unterschiedliche Nutzergruppen. Da sind zum einen die Data Scientists. Die Rolle von Data Scientists entspricht der Rolle von Daten-Analysten, wird aber um weitere Eigenschaften erweitert.

Dazu gehört insbesondere nicht nur Wissen über Daten und Analyse, sondern auch ein tiefes Fachwissen ebenso wie die Fähigkeit, Ergebnisse in der Fach- und Management-Sprache zu interpretieren und zu kommunizieren.² Data Scientists nutzen Datenvisualisierung, um faktenbasierte Entscheidungen vorzubereiten, die mit der Dynamik und der Schnelligkeit des Geschäftsfeldes korrespondieren und einen besseren Einblick in Märkte, Kundenverhalten und Risiken erlauben.

Beispiel: Viele Automobilhersteller wissen nicht, mit welchem Modell sie Gewinne und mit welchen Modellen sie Verluste machen. Dies liegt daran, dass herkömmliche BI-Systeme nur stark aggregierte Daten darstellen. Visual Data Discovery hingegen erlaubt den Blick auf unaggregierte Daten. Ein Data Scientist kann die Frage nach der Rentabilität einzelner Modelle schnell beantworten, indem er sich die notwendigen Daten zusammenstellt und beispielsweise mit Hilfe einer Tree Map Modell-Varianten, die Verluste einfahren, als rote Flecken erkennt.

Wenn ein Data Scientist eine solche Problemstellung gelöst hat, dann kann er einen Lösungsrahmen zusammenstellen, der aus der notwendigen Datenbeschaffung und Integration, sowie den geeigneten Visualisierungs-Formen besteht und dann den Nutzern zugeordnet wird, die in Zukunft die Überwachung und Steuerung des Szenarios übernehmen. Diese Nutzer sind dann reine „Verbraucher“ von Datenvisualisierung, die dann gemäß „Self-Service“-Prinzipien arbeiten können.

Datenvisualisierung mit Datawatch.

Bei Datenvisualisierung kommt es nicht nur auf eine umfangreiche Bibliothek mit unterschiedlichen Darstellungs-Formen³ und eine intuitive Benutzeroberfläche mit Self-Service-Nutzung an, sondern ganz besonders auch auf die Unterstützung der beiden unterschiedlichen Nutzerrollen, die Visualisierung von Echtzeitdaten und auf die Verarbeitung von sowohl strukturierten als auch unstrukturierten Daten. Im Markt gängige Lösungen adressieren in der Regel nur die Visualisierung von strukturierten und von Niedrig-Latenz-Daten. Mit einer Lösung wie der von Datawatch kann man mehr erreichen, nämlich zusätzlich sowohl die Visualisierung von strukturierten und unstrukturierten Echtzeitdaten als auch die Visualisierung von semi-strukturierten Hoch-Latenz-Daten. Gartner hat Datawatch als „cool vendor 2013“ bezeichnet, und SAPs Vishal Sikka nutzt Datawatch als Visualisierung-Werkzeug⁴, um die Vorzüge von SAP HANA zu präsentieren, das ist in der Tat „cool“.

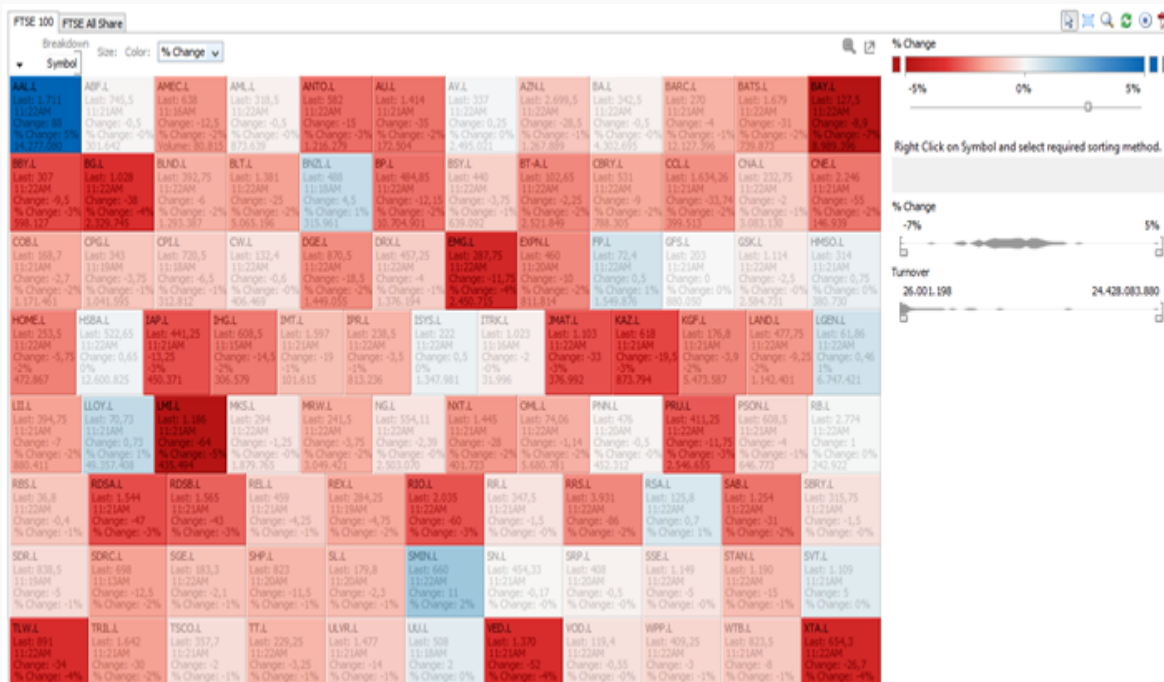


Abbildung 1: Beispiel für eine Heat Map. Datawatch Desktop visualisiert mit Hilfe einer Heatmap die prozentualen Veränderungen von Aktienkursen im Index FTSE 100 für einen definierten Zeitraum. Dunkelrot steht dabei für bis zu minus 5 Prozent, Dunkelblau für bis zu plus 5 Prozent Veränderung. So lassen sich auf einen Blick wichtige Entwicklungen erkennen.

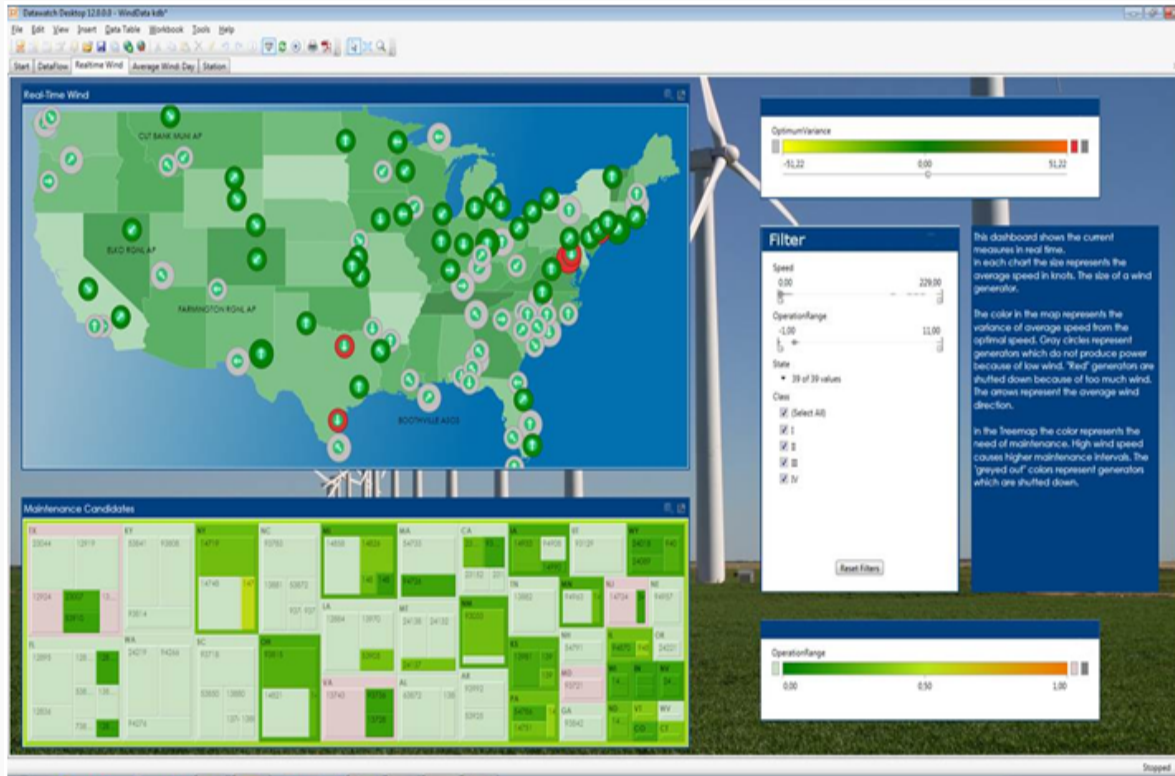


Abbildung 2: Vorausschauende Wartung (Predictive Maintenance) mit Datawatch Desktop: Echtzeit-Visualisierungen von Daten aus Windenergieanlagen in den USA. In der Treemap sind alle Windkraftanlagen farblich markiert, die vorsorglich gewartet werden sollten, weil sie aufgrund höherer Windgeschwindigkeiten höheren Belastungen ausgesetzt waren.

Zum Schluss sei noch angemerkt, dass der Markt zu Datenvisualisierung zum am stärksten wachsenden Sektor des BI-Marktes gehört (Siehe dazu den entsprechenden Beitrag im Abschnitt „Zahlen“ in diesem Newsletter).

Mit den besten Grüßen aus Anney / Haute Savoie

Dr. Wolfgang Martin



Folgen Sie uns auf [@wmartinteam](https://twitter.com/wmartinteam)

¹ Omer Tene and Jules Polonetsky, Big Data for All: Privacy and User Control in the Age of Analytics, 11 Nw. J. Tech. & Intell. Prop. 239 (2013), Zugriff am 13. Dez. 2013 <http://scholarlycommons.law.northwestern.edu/njtip/vol11/iss5/1>

² siehe auch Gil Press "Data Scientists: The Definition of Sexy" in Forbes, Zugriff am 13. Dez. 2013 <http://www.forbes.com/sites/gilpress/2012/09/27/data-scientists-the-definition-of-sexy/>

³ siehe beispielsweise die Bibliothek von Datawatch <http://demo.panopticon.com/pex/>, Zugriff am 13. Dez. 2013.

⁴ siehe Video auf YouTube <http://panopticon.com/SAP-Demonstrates-Panopticon>, Zugriff am 13. Dez. 2013

Erratum

Der Fehlerteufel hat zugeschlagen.

Erratum. In den November-Newsletter (Ausgabe 98) hatte sich der Fehlerteufel eingeschlichen. In der Archiv-Version wurde das Advertisal zu Clueda falsch gespeichert. Wir bitten das Versehen zu entschuldigen. Inzwischen ist der Fehler behoben. Die korrekte Version des Advertisals zu „Clueda und die Baader Bank AG gewinnen“ finden Sie [hier](#).

Merger & Acquisitions

Google verstärkt sich in Robotik

Kauf von Boston Dynamics: Google schluckt Militärroboter-Hersteller. Google hat mit Boston Dynamics einen der innovativsten Roboter-Hersteller der Welt gekauft. Die Transaktion soll einen Wert von knapp \$1,2 Milliarden haben. (14. Dez.) Mehr dazu bei [Spiegel Online](#)

Facebook übernimmt SportStream. Mit dieser Übernahme verschafft sich Facebook Zugang zu Analyse, Filterung und Aggregieren von Sportdaten in sozialen Netzen und versucht so ein weiteres Mal, Twitter als Kanal für Nachrichten zu entthronen. (18. Dez.) Mehr dazu bei [FastCompany](#)

IBM übernimmt Aspera. Die in Emeryville (Kalifornien) ansässige Aspera ist ein Spezialist im sicheren und schnelleren Transfer massiver Dateien rund um die Welt. Die Lösung wird an Kunden und Partner sowohl als on-premise wie auch als Cloud-Lösung vertrieben. Übertragungszeiten können bis zu 99,9% reduziert werden. (19. Dez.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

Oracle kauft Responsys. Oracle zahlt \$27,00 pro Aktie in bar, was einem Kaufpreis von rund \$1,5 Milliarden entspricht. Responsys wird von den Top-B2C-Markenanbietern eingesetzt, um Marketing-Interaktionen zwischen E-Mail, mobil, sozial und dem Internet zu orchestrieren. Oracle will Responsys in die Oracle Customer Experience Cloud eingliedern, die bereits eCommerce, Vertrieb, Service, Social und die Oracle Marketing Cloud umfasst. (20. Dez.) Mehr dazu in der [Oracle-Pressemitteilung](#)

Verint kauft KANA Software. Verint will die KANA Kunden-Service-Lösung in seine Actionable Intelligence®-Strategie integrieren. Verint zahlt für die Übernahme von KANA Software \$514m in einem Mix von Bar und Anleihen. (6. Jan.) Mehr dazu in der [Verint-Pressemitteilung](#) und eine Analyse zur Transaktion im Blog von [Esteban Kolsky](#)

Microsoft kauft Parature. Parature, ein Anbieter cloudbasierter Kundendienst-Software, erweitert ab sofort das CRM-Portfolio von Microsoft. Mit der Übernahme des Customer-Service-Spezialisten gewinnt Microsoft Dynamics CRM neue Self-Service-Funktionalitäten, auf deren Grundlage Unternehmen ihre Knowledge Base ausbauen und den Dialog mit Kunden Channel-übergreifend optimieren können. (8. Jan.) Mehr dazu in der [Microsoft-Pressemitteilung](#)

Apigee übernimmt InsightsOne. API-Management Spezialist Apigee übernimmt mit InsightsOne einen prädiktiven Analytik-Anbieter und setzt so einen Fuß in den Big Data-Markt. Finanzielle Details wurden nicht bekannt. (8. Jan.) Mehr dazu in der [Apigee-Pressemitteilung](#)

Zahlen

Oracle besser als erwartet, und SAP HANA enttäuscht.

Business Intelligence 2013: Der Markt ist zweigeteilt. Die BI-Giganten IBM, Microsoft, Oracle und SAP verzeichneten 2013 kaum Wachstum, aber der Sektor Datenvisualisierung (siehe dazu auch das Editorial in diesem Newsletter) mit den Marktführern Tableau, TIBCO Spotfire und QlikTech rockte. Warum? Das erklärt Cindy Howson in ihrem Beitrag in der [InformationWeek](#)

Umstellung auf Creative-Cloud-Abos belastet Adobes Jahresergebnis. Der Umstieg vom Lizenz- auf das cloud-basierte Abo-Modell verläuft offenbar besser als erwartet. Zum Ende des Q4/2013, das am 29. November endete, hatte Adobe 1,439 Millionen Creative-Cloud-Abonnenten und damit 402.000 mehr als im Vorquartal. Der Umsatz im Q4 lag mit \$1,04 Milliarden im Rahmen der Erwartungen. Der GAAP-Gewinn betrug \$64,32m oder \$0,13 je Aktie. Diese Punktlandung ließ nachbörslich den Aktienkurs um fast 8% steigen. Im gesamten Geschäftsjahr brachte die Neuausrichtung auf die Abos allerdings Umsatz- und Gewinneinbußen. Der Jahresumsatz ging gegenüber 2012 von \$4,4 auf \$4,05 Milliarden zurück, der Gewinn von \$832,78m oder \$1,66 pro Aktie auf \$290m oder \$0,56 Dollar pro Aktie. (12. Dez.) Mehr dazu in der [Adobe-Pressemitteilung](#)

Oracles Q2 ist besser als erwartet: Hardware stabilisiert sich. Umsatz und Gewinn lagen im Q2/2014, das am 30. November endete, über den Erwartungen. Die Konzern Erlöse stiegen um 2% auf \$9,3 Milliarden. Analysten hatten im Schnitt \$9,2 Milliarden erwartet. Der Nettogewinn fiel zwar um 1% auf \$2,6 Milliarden, aber das Ergebnis pro Aktie lag vor Sondereffekten bei \$0,69 und damit über den erwarteten \$0,67. Bemerkenswert ist noch die Stabilisierung des Hardware-Geschäftes. Oracle President Mark Hurd sagte: "Our hardware business, including support, grew 2% in constant currency this quarter driven by double-digit revenue growth in Exadata, Exalogic and Exalytics. The SPARC SuperCluster and Big Data Appliance were even better, with triple-digit growth and we expect hardware products will show growth next quarter." Einen Einfluss auf die Oracle-Aktien gab es aber nicht: Die notierten nachbörslich wenig verändert. (18. Dez.) Mehr dazu in der [Oracle-Pressemitteilung](#) und bei [ZDNet](#).

SAP Q4/2013: nur zufriedenstellend, HANA enttäuschend. Die SAP hat am Freitag (10. Jan.) nach einer ersten Durchsicht der Ergebnisse für das Q4/2013 die vorläufigen Ergebnisse für das Quartal sowie das Gesamtjahr 2013 veröffentlicht. Der Software-Lizenz-Umsatz ist zwar 3,5% gestiegen, aber das konnte die SAP schon besser. Sehr erfreulich war das SAP-Cloud-Geschäft. Die auf das Jahr hochgerechneten Erlöse im Cloud-Bereich übertreffen nun 1,06 Mrd. € (Annual Cloud Revenue Run Rate). Zudem übertraf das Unternehmen sein Ziel, währungsbereinigt 750 Mio. € (2012: 343 Mio. €) mit Cloud-Subskriptionen und -Supporterlösen (Non-IFRS) im Gesamtjahr 2013 zu erzielen. Die Entwicklung von HANA ist dagegen enttäuschend, was aber sicher auch an den überzogenen Erwartungen liegt. Der HANA-Umsatz stieg zwar in 2013 um 61 % auf 633m €, blieb damit aber unter dem avisierten Ausblick von 650m

€ bis 700m €. Die Zukunftsperspektiven für SAP schätze ich aber als relativ gut ein, weil "Cloud" und "Big Data" weiterhin wichtige Themen sind, bei denen die SAP gut aufgestellt ist. (10. Jan.) Mehr dazu in der [SAP-Pressemitteilung](#)

Trends

Big Data-Projekte scheitern, und Big Data erkennt nicht Vertrauensfaktoren.

Unternehmen scheitern mit Big Data-Projekten, weil sie nicht wissen, wie man auf die gewonnenen Einsichten reagieren soll. Joshua Greenbaum, IEEE Computer Society Mitglied und anerkannter „Big Data-Rock Star“ berichtet, dass viele Unternehmen deshalb mit Big Data-Projekten scheitern, weil sie nicht die Mittel oder die Ideen haben, um zu reagieren, wenn man Einsichten gewonnen hat: "The number of companies that walk away from taking action is unbelievable. It happens everyday." Eins seiner Beispiele handelt von einem Hersteller, der Big Data nutzte, um herauszufinden, wer seine Produkte oder Teile fälschte. Nachdem er eine Liste mit solchen Unternehmen aufgestellt hatte, gab es nur ein Achselzucken, und keiner unternahm etwas. Das verblüfft doch sehr, da Hersteller Verluste in Höhe von Milliarden Dollar durch Fälscher erleiden. Warum ermittelt man solche Fälscher, wenn man nicht weiß, wie man ihnen das Handwerk legen kann. Eine solche Lücke zwischen gewonnener Einsicht und dem Nichtwissen, was man tun kann oder sollte, ist fast häufig anzutreffen. Die Gründe reichen von Mangel an Ressourcen zur Umsetzung, zu „nicht-mein-Job“-Mentalitäten und jeder Art von Entschuldigung dazwischen. "Missed opportunities are everywhere mostly because of problems in the company culture and not because of problems with the technology," sagt Greenbaum. Manchmal scheinen Unternehmen die unlogischsten Wesen auf diesem Planet zu sein. Mehr Information dazu bei [FierceBigData](#)

Big Data misst nicht den Vertrauensfaktor in den Bewertungen von Beeinflussern. Einer der Hauptnachteile von Big Data sind die fehlenden Verbindungen zu nicht messbarer Information wie Vertrauen, Respekt und Nuancen in menschlichen Beziehungen. Viele dieser schwierig zu erkennenden und nicht messbaren Details sind aber genau die Information, die wir brauchen, um Gespräche und menschliche Aktionen in einen Kontext zu stellen. Sie geben uns auch oft Hinweise, ob es sich um reine Korrelationen oder Ursache-Wirkungs-Ketten handelt. Adam Parker, CEO von Realwire, gibt gute Beispiele zu diesem ärgerlichen Problem beim Bestimmen von Social Media-Beeinflussern: "As much as there's a vast amount of data being created within social media, it's still a fraction of the information about peoples' relationships, desires and actions for all but the most digitally active. This may well change over time, but for now unless you're the NSA, the accessible social media data at these platforms' disposal is more limited than many consider." Obwohl Parker in seinem Beitrag ein Produkt promotet, ist sein Punkt zum darunterliegenden Problem absolut valide. So "big" Big Data auch ist, so wird doch Big Data nicht komplett sein, und so wird es auch noch Jahre bleiben – vor allen in Social Media. Mehr dazu im [The Holmes Report-Beitrag](#)

Kurzmeldungen

Trends 2014 und Neues zu Big Data, Social Business, IT und dem Internet der Dinge

Top-Technologie-Trends 2014. Zum Jahresanfang wird immer in die Kristallkugel geschaut. Beginnen wir mit einer

Trendzusammenstellung der IEEE Computer Society. Die finden Sie bei [Computer.Org](#)

Big Data in 2014. Eine Zusammenfassung von Big Data-Ausblicken von Herstellern wie Tableau, Tibco, Alteryx, BASHO und Gainsight lesen Sie bei [ZDNet](#)

2014: Die Cloud wird zur Selbstverständlichkeit im IT-Portfolio. 2013 wurde Cloud-Computing zur Wirklichkeit in Unternehmen. 2014 gehen wir einen Schritt weiter, und die Cloud wird ins IT-Portfolio integriert – ob die IT das gerne hat oder nicht! 10 Vorhersagen von Forrester zur Cloud finden Sie bei [ZDNet](#)

Schock: Ein Video zeigt, wie eine Pizza-Bestellung in 2020 aussehen könnte. Big Data diene dazu, den Kunden besser zu bedienen? Aufwachen, die Realität entwickelt sich ganz anders: Ein Video zeigt, wie Kundendienste 2020 am Beispiel einer Pizzabestellung aussehen könnten. Wenn Sie sich trauen, dann schauen Sie sich das an und fragen sich, ob das der „Kundendienst“ ist, den Sie haben möchten. Mehr dazu bei [FierceBigData](#)

Der am meisten strapazierte Begriff des Jahres: "Big Data". Quartz hat einen Bericht zur Nutzung des Begriffs "Big Data" in Unternehmen publiziert. Der zeigt, dass man in den Führungskreisen in Unternehmen häufig Big Data in die Runde wirft und meist in unkorrekter Art und Weise. Mehr dazu bei [QZ](#)

Auch kleine Unternehmen brauchen Big Data. Unternehmer und Geschäftsführer in kleinen und mittleren Unternehmen verlassen sich immer noch lieber auf ihre Erfahrung und ihr Bauchgefühl, wenn Entscheidungen zu treffen sind. Die Notwendigkeit in Datenanalysen zu investieren wird in der Regel nicht gesehen und erkannt. Eine Untersuchung an den Universitäten von Ulster und von Kent zeigen aber, welche Vorteile aus einer intensiven Nutzung von Daten zur Entscheidungsfindung entstehen können. Das lesen Sie auf dem [HBR Blog Network](#)

Das war abzusehen: Big Data-Pläne lösen sich ohne analytische Expertise in Luft auf. Unternehmen sind zum Teil immer noch weit davon entfernt, die Daten, die sie erzeugen, auch auswerten zu können. Der Grund ist hauptsächlich ein Mangel an Wissen und Können der Mitarbeiter. Mehr dazu in der [TechRepublic](#)

Land O' Lakes CIO wandelt "schmutzige Daten" in Kundenwissen. Big Data und Mobile BI im Einsatz in der US-Landwirtschaft, das finden Sie bei [SearchCIO](#)

Erfolgsgeschichten: Ja, Big Data kann auch echte Probleme lösen. Lesen Sie dazu den Beitrag bei [Forbes](#)

Lügen, nichts als Lügen und Big Data: Was Unternehmen mit Analytik alles falsch machen können...und wie es richtig geht. Lesen Sie dazu den Beitrag bei [ZDNet](#).

18 wichtige Hadoop-Werkzeuge. Wer mit Hadoop erfolgreich sein will, der muss ein sich ständig änderndes Ecosystem überblicken und beherrschen. Mehr dazu in der [InfoWorld](#)

Gartner beschreibt die Bausteine eines starken MDM-Programms. Vom Aufstellen des Business Case für Stammdaten-Management (master data management - MDM) bis zum Implementieren der notwendigen Data Governance-Prozesse gibt es vieles zu tun, bis ein MDM-Programm den Erwartungen entspricht. Mehr dazu bei [SearchDataManagement](#)

Die Top 10 Cloud Fiaskos. Wir wollen hier nicht denen, die mit der Einführung ihrer Cloud zögern, den Rücken stärken, aber man kann auch aus Bedenken lernen. Lesen Sie die Evolution der Cloud Disaster bei [InformationAge](#).

Social Media und Recht: Wo IT-Chefs bei Social Media der Schuh drückt. Jede dritte deutsche Firma nutzt Social Media für Unternehmenszwecke, hat IDC kürzlich festgestellt. Für die IT-Verantwortlichen wirft das eine Reihe von Fragen auf - und viele davon sind juristischer Natur. Lesen Sie dazu den Beitrag im [CIO](#)

Das Internet der Dinge setzt die Infrastruktur unter Druck. Für Netzwerk-Techniker stellt das Internet der Dinge eine langsam steigende Flut dar, die schließlich heutige BYOD-Diskussionen antiquiert aussehen lassen wird. Noch witzeln wir darüber, dass eines Tages die Kaffeemaschine mit dem Internet verbunden ist...aber dann wird inzwischen alles mit dem Internet verbunden sein! Mehr dazu auf [SearchNetworking](#)

Die Hälfte aller U.S. Jobs wird bald obsolet werden. Der Grund: Automation in den nächsten 2 Dekaden. Das zeigt eine Studie der Oxford University zu "Impacts of Future Technology". Mehr dazu bei [StaffingTalk](#)

Und zum Schluss ☐

Vorhersagen gehen auch schon mal daneben oder sogar

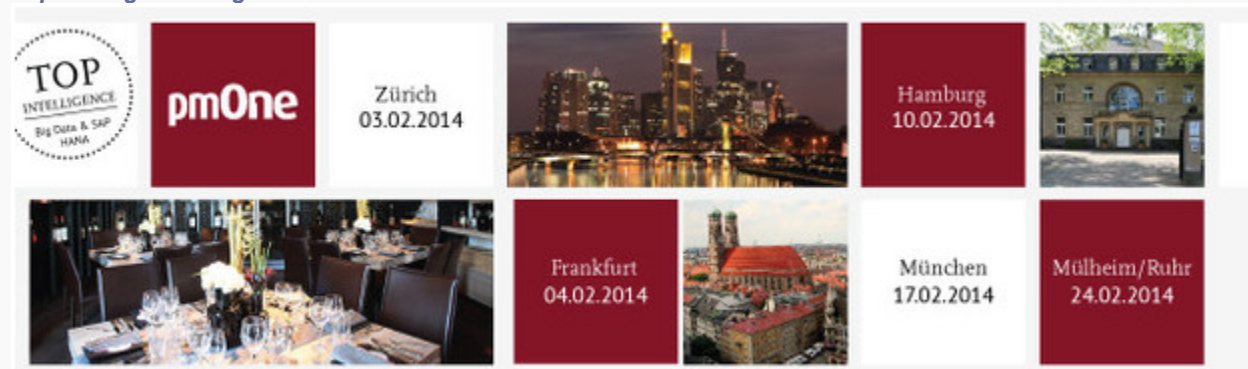
Voll daneben: Die Top 5 schlechtesten Technologievorhersagen. Bill Gates? Steve Jobs? Ja, die haben auch schon mal mit ihren Ausblicken voll danebengelegt. Das lesen Sie bei [Business2Community](#)

Termine

Top Intelligence: Big Data & SAP HANA

03. Februar, Zürich; 04. Februar, Frankfurt; 10. Februar, Hamburg; 17. Februar, München; 24. Februar, Mülheim/Ruhr

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



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](#)

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