



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

Self-Service Business Intelligence - [mehr](#) »

### BISTRO®©

The BI App Store - [mehr](#) »

### Merger & Acquisitions

Google und IBM auf Shopping-Tour - [mehr](#) »

### Zahlen

Oracle: nach einem kurzen Hoch sieht man das nächste Tief kommen - [mehr](#) »

### Trends

Von Data Scientists und „merkwürdigen“ Führungsmethoden - [mehr](#) »

### Kurzmeldungen

Neues zu BI, Big Data, Mobile, Cloud und IT - [mehr](#) »

### Und zum Schluss

Cartoons zu Big Data, Analytik und BI - [mehr](#) »

### Termine

Best in Cloud - [mehr](#) »

## Editorial

### Self-Service Business Intelligence

Der Anspruch des Konzeptes Business Intelligence ist, Entscheidungen auf Fakten zu stellen und bessere Entscheidungen zu treffen. In den Anfangszeiten von Business Intelligence hat man dabei eine Frage vernachlässigt: Welche Fähigkeiten und Unterstützung braucht man, um erfolgreich, effektiv und effizient mit Business Intelligence-Konzepten und Werkzeugen arbeiten zu können?

Hier setzt sich die Erkenntnis durch, dass man einen kombinierten Ansatz aus **organisatorischen Maßnahmen und technischen Möglichkeiten** einsetzen muss, um mit Business Intelligence erfolgreich zu sein. Man setzt von diesen beiden Seiten aus an. Früher und zum Teil heute immer noch stand und steht in vielen Unternehmen die Technologie ganz vorne. BI-Lösungen wurden in der Regel von der IT ausgesucht. Nur die technologischen

Aspekte und Konzepte zählten. Der Mensch als Nutzer von BI-Technologie wurde typischerweise vernachlässigt. Die Bedienbarkeit von Werkzeugen war ja – so glaubte man – in Schulungen erlernbar. Das war aber ein Irrtum und stets auch ein Grund, der viele BI-Projekte zum Scheitern brachte, denn traditionelle Business Intelligence-Werkzeuge fanden trotz intensiver Schulungen bei weitem nicht immer die notwendige Akzeptanz. Besondere Business-Analysten oder Poweruser bildeten sich heraus, die BI-Aufgaben in den Abteilungen übernahmen. Information wurde zum Luxusgut, das nicht allen Mitarbeitern zur Verfügung stand.

Um aus dieser Sackgasse herauszukommen, stellten konsequenterweise viele BI-Berater und Unternehmen jetzt den organisatorischen Ansatz ganz nach vorne und die Technologie hinten an. Das aber ist auch nicht der Weisheit letzter Schluss: Richtig ist, dass es ohne organisatorische Maßnahmen nicht geht, aber umgekehrt greifen organisatorische Maßnahmen nur dann, wenn die Mitarbeiter mitziehen. Dazu ist Akzeptanz notwendig, aber eine **Begeisterung der Mitarbeiter** noch besser. Zur Begeisterung der Mitarbeiter kann und sollte Technologie beitragen. Daher ist auch die Technologie ein kritischer Erfolgsfaktor von Business Intelligence, besonders auch um den wahren Wert und Nutzen von Information zu erfahren. Organisatorische und technische Aspekte von Business Intelligence müssen daher ausgewogen werden, auf beide kommt es an.

Zur Begeisterung der Mitarbeiter gehört eine technologisch perfekte Unterstützung der organisatorischen Maßnahmen. Im Zeitalter von sozialen Netzen, Smartphones und Tablet-Rechnern muss die Bedienbarkeit aller Werkzeuge der Business Intelligence einfach stimmen. Da die Informationsbedürfnisse im Rahmen der BI-Governance über die jeweilige Rolle der Mitarbeiter bestimmt wird, müssen hier Organisation und Technologie Hand in Hand gehen. Die Werkzeuge müssen also nicht nur die notwendige Ergonomie bieten, sondern auch den Rollen entsprechend eingerichtet werden können. So wird eine BI-Governance nicht als einengendes Regelwerk empfunden, sondern von allen Mitarbeitern auch gelebt. Mit einem einfachen, intuitiven und visuellen Bedienen der Werkzeuge entsprechend seiner Rolle schwinden Berührungsängste, werden Barrieren abgebaut und die notwendige Begeisterung aufgebaut. Das schafft Motivation: So erreicht man das Ziel von Governance, ein regelkonformes Management und Verhalten aller Mitarbeiter in Business Intelligence.

Eine geeignete Technologie schafft neben guter Bedienbarkeit und Automation von Arbeitsschritten auch eine Autonomie von der IT: Man kann im Rahmen der Business Intelligence-Governance aufgrund der Ergonomie der Werkzeuge viele Aufgaben in der Fachabteilung selbständig lösen. Hier spricht man heute von **Selbstbedienungs-BI** (Self-Service BI), ein Ansatz, der Technologie mit Organisation zusammenbringt.

**Definition Self-Service BI.** 2011 definierten Claudia Imhoff und Colin White Self-Service BI als “the facilities within the BI environment that enable BI users to become more self-reliant and less dependent on the IT organization”<sup>1</sup>.

Gemäß Imhoff/White sollte Self-Service BI vier Zielsetzungen verfolgen: leichter Zugang zu Daten zur Berichterstellung und Analyse, benutzerfreundliche BI- und Analyse-Werkzeuge, einfache und anpassbare Oberflächen der Werkzeuge und Data Warehouse-Technologien, die schnell bereitgestellt werden können wie Appliances und Cloud-basierte Systeme.

Aber Self-Service BI ist nicht unbedingt ein Selbstläufer. Als erstes wird man feststellen, dass man den Trainingsaufwand völlig unterschätzt hat, denn gute Werkzeuge und leichter Zugang zu Daten ist nicht alles: Self-Service BI beginnt in den Köpfen der Mitarbeiter. Wenn das nicht der Fall ist, dann landet man in einem Berichts-Chaos, erreicht eine totale Verwirrung unter den Nutzern und hat dann möglicherweise einen höheren Supportaufwand als in der traditionellen BI, wenn die IT Berichte baut und Daten analysiert.

Die Einführung von Self-Service BI sollte deshalb als ein Programm aufgesetzt werden. Als erstes gilt es festzustellen, was die unterschiedlichen Anforderungen an Self-Service BI im Unternehmen sind: Wer sind die Nutzer und welche Art von Selbstbedienung wollen sie wirklich haben? Beispielsweise werden Technologie-affine Nutzer die Konzepte von Self-Service BI schnell verstehen und umsetzen können, während gelegentliche Nutzer schon zufrieden sind, wenn sie per Selbstbedienung Parameter in einem Bericht ändern können, um alternative Sichten auf Daten zu erhalten.

Ein kritischer Erfolgsfaktor ist, wie schon gesagt, die Governance, auch wenn die IT teilweise die Kontrolle über die Datenanalyseprozesse abgibt. Aber genau deshalb erfordert Self-Service BI eine enge Zusammenarbeit von Fachabteilungen und IT. Die Daten-Definitionen für die wichtigsten Performance Metriken müssen kommuniziert werden, so dass Berichte und Analysen konsistent bleiben. IT- und Fachabteilungs-Manager sollten im Rahmen der Governance die Nutzung von Self-Service Software kontinuierlich aufzeichnen, um eventuelle Konflikte mit Compliance zu entdecken und zu korrigieren oder um Abfragen rechtzeitig zu stoppen, die das ganze BI-System lahm legen könnten.

Ein weiterer kritischer Erfolgsfaktor sind wiederverwendbare Bausteine in der Self-Service-BI-Umgebung. So sollten BI-Entwickler vordefinierte, nicht änderbare Performance-Metriken programmieren. BI-Manager sollten Start-Bibliotheken mit Berichts-Mustern und Standard-Analyseroutinen schaffen, so dass die Self-Service BI-Nutzer nur noch auswählen und kombinieren müssen. Die IT sollte bei der Einführung von Self-Service BI hier nicht zu wenig investieren: Das schafft die notwendige Standardisierung und macht alles erheblich leichter.

Schließlich ist Kollaboration in den BI-Teams ein weiterer kritischer Erfolgsfaktor. Das sollte durch kollaborative Werkzeuge in den Self-Service BI-Systemen unterstützt werden. Dazu gehören die Möglichkeiten Annotationen und Kommentare zu Berichten und Analyseergebnissen einzugeben, Berichte und Dashboards zu bewerten, mittels Chat-Funktionalität Berichte und andere Ergebnisse anzupreisen, um mit Kollegen gemeinsam zu nutzen und andere.

So kann Business Intelligence zu einer Selbstverständlichkeit im Tagesgeschäft werden. So steigt die Effizienz der Mitarbeiter. Sie können sich wieder voll auf ihre fachlichen Tätigkeiten konzentrieren, da die Technologie sie geeignet unterstützt und nicht mehr Selbstzweck ist. Umgekehrt wird durch die höhere Autonomie der Fachabteilung in Sachen Business Intelligence auch die IT von Routineaufgaben entlastet. Die Governance gibt hier eine bessere und klar definierte Arbeitsteilung zwischen IT und Fachabteilung vor, die sich aufgrund der nutzerfreundlichen Eigenschaften der Werkzeuge auch so umsetzen lassen. So entspannt sich in vielen Fällen das Verhältnis zwischen IT und Fachabteilungen.

mit den besten Grüßen aus Annecy / Haute Savoie

Dr. Wolfgang Martin

<sup>1</sup> siehe InformationAge „Self-Service Business Intelligence“, Juni 2013

<http://www.information-age.com/technology/information-management/123457131/self-service-business-intelligence>

---



Folgen Sie uns auf [@wmartinteam](#)

---

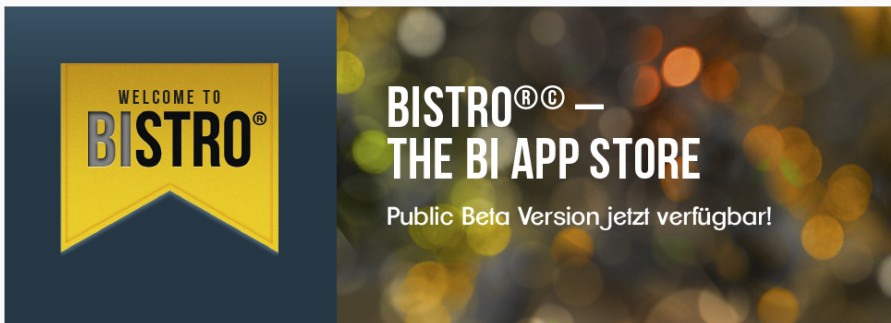
## BISTRO®©

The BI App Store

Die zentrale Plattform für maßgeschneiderte und bewährte BI-Anwendungen, -Werkzeuge und komplette Branchen-Lösungen.

Ihr Projekt – Ihre Lösung!

>> [Finden Sie Ihre BI-Lösung](#)



---

## Merger & Acquisitions

Google und IBM auf Shopping-Tour

**Google kauft Daten-Austausch-App "Bump"**. Die kalifornische Bump hat zwei Apps im Angebot. "Bump" ermöglicht es Smartphone-Nutzern (iOS und Android), Dateien auszutauschen, sowohl von Mobilgerät zu Mobilgerät, als auch mit einem Computer. Bei den Smartphones reicht es, dass sich beide Geräte kurz berühren. Plattformübergreifend wurde die App bereits über 100 Millionen Mal heruntergeladen. Bump hatte von Investoren rund \$20m erhalten. Der Kaufpreis wird auf \$35m bis \$40m geschätzt. (16. Sept.) Mehr dazu bei [TechCrunch](#)

**TIBCO will Mobile BI-Anbieter Extended Results übernehmen.** Extended Results ist ein Anbieter von PUSHBI, mit dem man BI-Berichte, Dashboards und Echtzeitdaten auf mobilen Geräten publizieren kann. Extended Results soll auch eine BI-App für Google Glass entwickelt haben. TIBCO sagt, dass Extended Results jetzt mit Spotfire integriert werden soll. (18. Sept.) Mehr dazu in der [TIBCO-Pressemitteilung](#)

**IBM übernimmt Daeja Image Systems Ltd.** Daeja Software ermöglicht Fachabteilungen und IT große Dokumente und Bilder anzuzeigen. Daeja, ansässig in Milton Keynes (UK) ist ein sich in Privatbesitz befindender Anbieter und wird jetzt in IBMs Enterprise Content Management eingegliedert. Finanzielle Details wurden nicht bekannt gegeben. (19. Sept.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

**IBM will The Now Factory übernehmen.** The Now Factory, ansässig in Dublin (Irland), ist ein sich in Privatbesitz befindender Anbieter analytischer Software, die Communications Service Providers (CSPs) bessere Kundenerfahrungen geben und so neue Umsatzpotenziale erschließen soll. Die Übernahme erweitert IBMs Big Data und Analytik-Plattform. Finanzielle Details wurden nicht bekannt gegeben. (01. Okt.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

**IBM übernimmt Xtify,** einen Anbieter cloud-basierter mobiler Messaging-Werkzeuge, die Unternehmen helfen können, Verkäufe über mobile Kanäle zu steigern und Kunden mit personalisierten Angeboten anzusprechen. Finanzielle Details der Transaktion wurden nicht bekannt gegeben. (03. Okt.) Mehr dazu in der [IBM-Pressemitteilung](#)

**Google übernimmt Flutter.** Das in San Francisco ansässige Unternehmen ist seit drei Jahren tätig und bietet eine App an, über die man via Webcam unter anderem iTunes per Handbewegung steuern kann. Im Markt wird nun vermutet, dass in Zukunft auch Google-Dienste, insbesondere Google Glass, auf Gestensteuerung reagieren können. Finanzielle Details der Transaktion wurden nicht bekannt gegeben. Flutter verspricht seinen Nutzern, auch in Zukunft die Apps zu unterstützen und kündigt bereits weitere Updates an. (03. Okt.) Mehr dazu bei [Flutter](#)

---

## Zahlen

Oracle: nach einem kurzen Hoch sieht man das nächste Tief kommen

**Oracle übertrifft im Q1 die Erwartungen, gibt aber einen trüben Ausblick.** Oracle konnte in seinem fiskalen Q1/2014 den Umsatz um 2% gegenüber dem Vorjahresquartal auf \$8,37 Mrd. steigern. Sorgenkind bleibt die Hardware: Oracle machte nur einen Umsatz von \$669m statt der erwarteten \$700m. Der Ertrag je Aktie lag bei \$0,59 gegenüber \$0,53 im Vorjahreszeitraum. Trüb war aber der Ausblick auf das Q2, in dem man die Erwartungen der Analysten wohl nicht erfüllen kann: Die Umsatzerwartung fürs Q2 liegt zwischen -1% und +2%. Da ging die Aktie nach einem anfänglichen Gewinn von 2% dann 4% in den Keller. (18. Sept.) Mehr dazu in der

## Trends

Von Data Scientists und merkwürdigen Führungsmethoden

**5 Big Data-Vorurteile oder was ist eigentlich Data Science?** Pam Baker, Editorin von *FierceBigData*, interviewte Tim Phillipp, Global Managing Partner von Deloitte Analytics, zu den wesentlichen bestehenden Big Data-Vorurteilen.

**Vorurteil #1**--Data Science braucht man nur im Big Data. Im Markt wird häufig Data Science mit Big Data in Beziehung gesetzt. Richtig ist, dass Data Scientists oft mit extrem großen und komplexen Datenmengen arbeiten. Aber da ist mehr. Data Science nutzt wissenschaftliche Methoden zum Entwerfen von Experimenten, um mit denen Hypothesen basierend auf den vorhandenen Daten zu testen. Dieses Konzept gilt für kleine Datenmengen wie auch für große.

**Vorurteil #2**--Data Science ist nichts anderes als der Versuch, Business Intelligence wieder aufzupeppen. Richtig ist, dass sich Data Science und Business Intelligence deutlich voneinander unterscheiden. Business Intelligence ist typischerweise rückwärts gerichtet, um einen eingetretenen Zustand im Sinne von „Das passierte in der Vergangenheit!“ zu berichten und zu analysieren. Data Science dagegen versucht mit seinem Experiment-orientierten Ansatz vorwärts zu blicken und die Frage „Was könnte in der Zukunft passieren?“ zu beantworten.

**Vorurteil #3**--Man kann Software kaufen, die die harte Arbeit leisten wird. Richtig ist, dass es auf die beteiligten Menschen ankommt. Dazu braucht man Profis, die in der Sprache der Fachabteilungen sprechen können wie auch in der Sprache der Daten. Data Scientists brauchen weiterhin kritisches Denken, wissenschaftliche Urteilskraft, Kreativität, Pragmatismus und einen gesunden Menschenverstand. Das lässt sich heute noch nicht durch Software ersetzen.

**Vorurteil #4**--Data Science ist zu komplex für 'normale' Mitarbeiter aus den Fachabteilungen. Data Science ist nur dann erfolgreich, wenn die entdeckten Einsichten den Nicht-Spezialisten und Entscheidungsträgern kommuniziert werden können. Dieses Element von Analytik--Deloitte Analytics Institute nennt es 'data artistry'—erfordert ganz besondere Fähigkeiten und gehört mit zu den ausschlaggebenden Aspekten von Data Science.

**Vorurteil #5**--Data Scientists arbeiten am besten alleine und auf sich gestellt. Ja, es gibt einige wenige Profis, die alles alleine können, aber die sind rar und teuer. Besser geht es im Team. Dazu braucht man im Team nicht nur Scientists, sondern auch Kommunikatoren und weitere analytische Profis, insbesondere solche, die das Fachwissen haben. Mit einer solchen Teamzusammensetzung erreicht man echte und wertschöpfende Einsichten für das Unternehmen.

Schließlich vergesse man nicht, dass Big Data auch nur Daten darstellt. Natürlich haben wir jetzt viel mehr Daten als jemals zuvor und neue Werkzeuge, die man erst erlernen muss, aber im Endeffekt kommt es darauf an, was man mit der gewonnenen Information tut und sie in monetäre Vorteile umsetzt. Das macht den Unterschied. Dazu braucht man Kreativität, kritisches Denken, Logik und die richtigen Mitarbeiter. (Quelle: *FierceBigData*)

**Mitch Davis, CIO am Bowdoin College, macht es jedem ungemütlich – und es funktioniert!** Sie wollen Wandel in Ihrer Organisation herbeiführen? David Carrs Profil von Mitch Davis, CIO am Bowdoin College, enthält viele Ideen und Anregungen dazu. Aber die Umsetzung dieser Ideen wird eine Menge Reibereien erzeugen. "People are freaking pattern engines. If I can take them out of an element where they're used to injecting patterns, I can get them thinking," sagt Mitch im Interview "What I try to do is make work a little uncomfortable every day, for everybody." Mitch Davis Nummer eins Methode dazu besteht im grundsätzlich nicht Einverstanden sein mit jedem und allem. Weitere Methoden sind:

- **Meetings im Gehen.** Mitch Davis macht Meetings nicht nur in Konferenzräumen, sondern auch im Gehen, beispielsweise bei einem vier Meilen Rundgang auf dem Unternehmensgelände. Die Zielsetzung ist hier nicht nur eine Verbesserung der physischen Kondition der Teammitglieder, sondern auch das Unterstützen von neuem Denken durch eine komplette Änderung der gewohnten Umgebung.
- **"Marketing by deprivation."** Mitch Davis glaubt wie viele andere auch, dass eine übertriebene Kommunikation am Start eines Projektes ein "Buy-in" erzeugt. Aber er geht noch einen Schritt weiter. Er initiiert Besprechung nach Besprechung in einem Ausmaß, dass die Teammitglieder Besprechungen satt haben und endlich an die Arbeit wollen.
- **Trainieren von IT-Mitarbeitern im Halten von Präsentationen und in Kommunikation ohne Fach-Chinesisch.** Ein formales Training dieser Art ist für das Bowdoin Technologie-Team Voraussetzung, um im Namen des Teams sprechen zu dürfen.

Das klingt alles ziemlich esoterisch, aber es funktioniert. Dazu hat David Carr die Kollegen von Mitch Davis befragt, die übereinstimmend von den Erfolgen dieser Methoden berichteten. Ausprobieren! Mehr dazu in David Carrs Beitrag in der [InformationWeek](#)

---

## Kurzmeldungen

Neues zu BI, Big Data, Mobile, Cloud und IT

**Analytische Modellierungssprachen.** R steht auf Platz Nummer 1. Das Ergebnis dieser KD Nuggets-Umfrage finden Sie auf der [KD Nuggets-Webseite](#).

**Harte Zahlen: Der wirkliche ROI von Big Data-Investitionen.** Eine Untersuchung von Wikibon zeigt: 46% der Befragten sagen, dass der heute erreichte ROI bei \$0,55 pro eingesetztem \$1,00 liegt. Das hat Gründe und soll sich entsprechend ändern. Mehr dazu bei [Fierce Big Data](#)

**Gartner zu Big Data: Jeder tut es, aber keiner weiß warum.** Die Unternehmen, die am meisten verwirrt sind über Big Data, sind die Unternehmen, die Big Data-Projekte initiieren. Mehr dazu bei [ReadWrite](#)

**Einen Führer zu Big-Data-Analytik-Werkzeugen, Trends und Best Practices** finden Sie bei [Search Business Analytics](#).



**Big Data-Debatte: Wird HBase dominierend in NoSQL?** HBase bietet sowohl Skalierbarkeit als auch den Vorteil, die gleiche Infrastruktur wie Hadoop zu nutzen. Aber HBase ist noch keineswegs ausgereift. Mehr dazu in der [InformationWeek](#)

**Wem gehört Big Data?** Analytik wird mehr und mehr zur Grundlage der Entscheidungsfindung im Unternehmen. Daher gewinnt auch die Frage an Bedeutung, wie dieses neue Unternehmens-Anlagegut zu managen ist. Mehr dazu bei [Strategy Business](#)

**Big Data bedeutet "Big Challenges" im Lebenszyklus-Management.** Unabhängig von Volumen, Varietät oder Geschwindigkeit, Big Data muss genauso über seinen Lebenszyklus gemanagt werden wie traditionelle Unternehmensdaten auch. Das gilt sogar, wenn die Werkzeuge dazu noch nicht ausgereift sind. Mehr dazu bei [InfoWorld](#)

**Warum ein Mehr an Daten und einfache Algorithmen komplexe analytische Modelle übertreffen.** Wenn man identifiziert hat, welche Big Data-Probleme man in seinem Unternehmen zu lösen hat, dann ist der nächste Schritt das Verstehen der Vor- und Nachteile der verschiedenen Ansätze und Methoden. Eine Kernfrage dazu ist: Sammele ich mehr Daten oder nutze ich immer sophisticatedere Algorithmen? Eine Diskussion dazu finden Sie in [Data Informed](#)

**Gamification trifft Big Data.** Bei Gamification geht es um viele Dinge, aber nicht um Spiele! Im Prinzip ist es eine innovative und interaktive Art und Weise, Kunden zu engagieren und ihr Verhalten zu beeinflussen. Deshalb ist Gamification im Handel so beliebt. Wenn man aber Gamification mit Big Data zusammenbringt, dann wird es richtig interessant. Mehr dazu im [CMO](#)

**Mobile BI-Werkzeuge.** Mehr zu Trends und Best Practices rund um mobile BI-Werkzeuge finden Sie bei [Search Business Analytics](#)

**Wenn IaaS nicht mehr ausreicht: Planung des Übergangs zu PaaS.** Cloud-Nutzer, die den Übergang von IaaS zu PaaS gemacht haben, berichten von Planung auf drei Ebenen: Betriebssystem- und Middleware-Kompatibilität, Implementierung und Integration sowie Betrieb und Management. Mehr dazu bei [Search Cloud Computing](#)

**Chief Digital Officer, ein neuer, heißer Technologie-Titel oder ein Flop?** Unternehmen fangen an, CDOs als neue Verantwortliche zu sehen, die aus der großen Menge digitaler Information Umsätze machen sollen. Aber was deren Verantwortung sein soll und wie sie mit der IT interagieren sollen, ist noch weitgehend ungeklärt. Lesen Sie dazu den Beitrag in der [Computerworld](#)

**Ratschläge für CIO und CMO: Es knirscht zwischen IT und Marketing.** Man erhält Informationen vor, man genießt keine Priorität. IT und Marketing arbeiten nicht gut zusammen. Accenture gibt fünf Tipps mit auf den Weg.



Mehr dazu bei [CIO](#)

**„Bullish on Digital“, Ergebnisse einer McKinsey-Studie.** CEOs und andere Führungskräfte sind mehr und mehr gefordert, wenn es um den Wandel zum digitalen Unternehmen geht. Mehr dazu bei [McKinsey & Co.](#)

**Wie man das Innovationspotenzial eines Unternehmens erschließt.** Nach dem bisherigen jahrelangen Fokus auf Kosteneinsparungen geht es heute in den Unternehmen um Innovation. Das macht man am besten, indem man seine Mitarbeiter einbezieht, motiviert und fördert. Mehr dazu bei [CIOInsight](#)

---

## Und zum Schluss

Cartoons zu Big Data, Analytik und BI

*Timo Elliots Sammlung von Cartoons zu Big Data, Analytik und BI* finden Sie in seinem [Blog](#).

---

## Termine

Best in Cloud

23./24. Oktober, Frankfurt/M.



### Best in Cloud

COMPUTERWOCHE prämiiert am 23./24. Oktober 2013 zum dritten Mal die besten **Cloud-Projekte**. Neben dem Award bietet die **COMPUTERWOCHE** den Besuchern ein **erstklassiges Konferenzprogramm**. Erfahren Sie von **ausgewiesenen Branchenexperten**, welche Möglichkeiten und Chancen die neuen Techniken rund um Cloud

Computing eröffnen. Lernen Sie, welche Vorteile Cloud Computing bietet, wie Sie Produkte und Services in ihre IT-Landschaft integrieren und welches Potenzial die Cloud bietet, Ihre Prozesse besser zu unterstützen und Ihr Geschäft profitabler zu machen. [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](http://www.wolfgang-martin-team.net)

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

Tous renseignements par e-mail à: [info@wolfgang-martin-team.net](mailto:info@wolfgang-martin-team.net)  
Tous droits réservés. Alle Rechte vorbehalten. Copyright © 2013 S.A.R.L. Martin  
Versand durch: HBI GmbH (PR-Agentur) [www.HBI.de](http://www.HBI.de)