



WOLFGANG MARTIN TEAM
powerful connections



NEWSLETTER

Ausgabe 24 – März 2007

Dr. Wolfgang Martin und Richard Nußdorfer berichten zu Business Integration und Business Intelligence

INHALT

Software

AG:

crossvision

[mehr](#)

Merger & Acquisitions

[mehr](#)

Trends und Termine aus dem Markt

[mehr](#)

Editorial

Trip-Report – IIR Catalog Days: Düsseldorf, Frankfurt, Stuttgart, München, 26. Feb. bis 01. März

Über 250 Teilnehmer waren zur Roadshow gekommen, um sich bei den IIR Catalog Days zum Thema CMS (Cross Media Publishing) und PIM (Product Information Management) über die neuesten Trends zu informieren. Thema in allen Beiträgen: die Prozessorientierung: **Das Geld steckt in den Prozessen**. Prozesse zu industrialisieren und flexibel zu machen, ist die heutige Herausforderung insbesondere auch im Marketing. Es ging um das **Rationalisieren der Marketing Prozesse**. Die Chancen und das Potential hier Umsatz, Profit und Qualität zu steigern und gleichzeitig die Kosten zu senken und Flexibilität zu gewinnen sind enorm. Wechselnde Kundenwünsche und marktdynamische Anforderungen werden so gemeistert. Man bringt so den Bedarf in Marketing und Vertrieb im Sinne von Kunden-Orientierung mit den Lösungen von Produkt Management und Produkt Marketing per PIM zusammen. Eine Aufgabe, die dabei zu lösen ist, ist die Kombination von Automation und Emotion. Ein Automationsgrad von 100% in der Katalogproduktion (sei es im Web oder im Print) ist machbar, doch bestimmt die Zielsetzung und die Zielgruppe des Katalogs als verkaufsförderndes Medium den optimalen Automatisierungsgrad, der beispielsweise im B2C bei 80% bis 90% (vorgestellt wurde der neue Sommerreisekatalog von Thomas Cook, der zum ersten Male mittels CMS Prozessen automatisiert produziert wurde) und im B2B bei 95% oder höher liegt. Die zweite Aufgabe, die es zu meistern gilt, ist das Zusammenbringen von Produktdaten mit Kundendaten und Finanzdaten. Hier heißt auch im Marketing das neue Schlagwort SOA (serviceorientierte Architektur) und kennzeichnet einen Trend weg von den Applikationsinseln hin zu applikationsübergreifenden Prozessen und hin zu Services. Die Grundidee hinter SOA kann vereinfacht mit „**software for change**“ umschrieben werden. Die Marktdynamik erfordert heutzutage eine schnelle Anpassung der Software, besonders eben auch in den Marketingprozessen.

Der Kunde verlangt Multikanal-Kommunikation, die Märkte erfordern Mehrsprachigkeit. Ob zu Hause, ob in der Zweigstelle, ob im Call Center oder ob im Web Shop: Der Kunde liebt die Vielfalt, will sich informieren. Der Kunde denkt Multikanal und will seine Sprache. Wir dachten in der Boomzeit des eCommerce, wir bräuchten nur einen Kanal durch eine Applikation zu unterstützen. Den Internetkanal haben wir als eCommerce verstanden und per Webshop durch eine abgeschottete Applikation aufgebaut. Die lief dann isoliert von der Applikation, die das Call Center unterstützt, und natürlich auch isoliert vom ERP System. Applikationen, die unsere Zweigstellen unterstützen, schauten traditionell nur auf die Zweigstelle als eine Insel. Wir alle dachten applikationszentrisch. Das aber war eine Illusion. Ein großer Mittelständler hat im Schnitt ca. 50 (Median) operative Online-Transaktions-Systeme mit den entsprechenden Redundanzen in der Datenhaltung, den Inkonsistenzen in der Terminologie und den Lücken in der Funktionalität. Hier wird dann spätestens auch klar, warum es so schwierig ist eine 360° Sicht auf die Produktdaten zu haben, sprich integrierte Produktdaten zu haben. Die Produktdaten befinden sich nicht nur in den traditionellen Redaktionssystemen der manuellen Katalogproduktion, sondern

sind auch noch quer über die operativen Datenbanken der verschiedenen Applikationsinseln verteilt und meist hoch redundant. Cross Media Publishing ohne integrierte und medienneutrale Produktdaten, also ohne PIM, ist nicht machbar.

Meta- und Stammdaten-Management: Die Basis für PIM. PIM bedeutet also Produktdaten-, Produktstammdaten- und Produktmetadaten-Integration sowie Datenqualität. Datenintegration schafft die 360° Sicht auf die Produkte: Daten, Stammdaten und Meta Daten geben das komplette Bild des Produktes und erlauben automatisierte Prozesse im Cross Media Publishing. Integrierte und medienneutrale Produktdaten erlauben schnelle Änderungen bei garantierter Konsistenz. Um dieses Ziel zu erreichen, geht es zuerst um die Datenmigration aus den Altsystemen ins PIM und dann um das kontinuierliche Synchronisieren und Historisieren der Produktdaten. Insbesondere für die Datenmigration wünscht man sich natürlich gute Werkzeuge, die aus Produktdaten in Altsystemen mit möglichst hohem Automatisierungsgrad strukturierte XML Dokumente für das PIM schaffen wie es beispielsweise die eggheads bieten. PIM setzt also auf Stammdatenmanagement (MDM = master data management) auf. Hier drängen jetzt die großen Softwareanbieter (IBM, Oracle, SAP) mit ihren SOA und MDM Produkten in den PIM und auch CMS Markt vor. Das stellt die kleinen Spezialanbieter vor die Aufgabe, gegenüber den PIM Lösungen der Großen offen zu sein. Vorteil der Spezialanbieter wie CMS, ContentServ, crossbase, eggheads, e-pro, hybris, ITB, Kraft.AllMedia, SDZeCOM, Stibo Catalog etc.: ein Marktvorsprung von 2 bis 3 Jahren. Das Thema Datenqualität wurde nicht vergessen: Mit einem Total Quality Management (TQM) Ansatz stellt man sicher, dass die Daten nicht nur qualitativ à jour sind, sondern auch kontinuierlich à jour sind. Die Historie der Daten und Datenänderungen ergibt die Basis für ein Produktlebenszyklus-Management, eine der Kernaufgaben im PIM.

Mit besten Grüßen,

Ihr

Dr. Wolfgang Martin

Anzeige



Crossvision – die SOA-Suite der Software AG

Crossvision ist die SOA-Suite, mit der Sie schnell und kosteneffizient neue Geschäftsprozesse entwickeln, verwalten und steuern können. Crossvision unterstützt Ihre vorhandenen und künftigen IT-Systeme auf Grundlage offener Standards, damit Sie Ihre gesamte IT-Landschaft optimal nutzen können.

Sechs Hauptkomponenten von Crossvision sorgen dafür, dass Sie Ihre Unternehmensziele umsetzen, Ihre Transaktionskosten auf ein Minimum senken und Ihre Geschäftsprozesse optimal steuern können. Crossvision ermöglicht die umfassende Implementierung einer SOA mit Integration von Legacy Systemen. Die SOA-Suite beinhaltet auch einem Enterprise Service Bus, Business Process Management und Tools zur Erstellung neuer Composite Applications und für Information Integration sowie ein leistungsfähiges Repository für SOA-Governance. Die Komponenten Crossvision Master Data Manager sorgt für konsistente Stammdaten in verteilten operativen Systemen.

Mehr Informationen erhalten Sie unter:

<http://www.softwareag.com/de/products/cv/default.asp>

Merger & Acquisitions

Cognos übernimmt Celequest – Mit der Übernahme baut Cognos sein Portfolio im Bereich operativer Echtzeit-Dashboards aus Cognos (NASDAQ: COGN; TSX: CSN) hat die in Privatbesitz befindliche Celequest Corporation mit Sitz in Redwood City, Kalifornien, übernommen. Celequest bietet operative Business Intelligence (BI)-Lösungen. Der Kauf des BI-Unternehmens wurde am 16. Januar 2007 abgeschlossen. Dies eröffnet Cognos einen neuen Nutzerkreis von Entscheidungsträgern, die auf eine kontinuierliche Überwachung von Schlüsselindikatoren angewiesen sind, um im Tagesgeschäft faktenbasierte Entscheidungen in Echtzeit zu treffen. Die Lösung von Celequest arbeitet nahtlos mit Cognos 8 BI zusammen. Die Celequest Lösung ist derzeit das einzige Dashboard, das nicht nur als Anwendung, sondern auch als Software zur Miete (Software as a Service – SaaS) angeboten wird. Die Celequest Software erlaubt – mit einer zum Patent angemeldeten „In-Memory-Streaming“-Technologie – Informationen aus Transaktions-Systemen in Echtzeit zu überwachen. Celequest ist zudem für AppExchange zertifiziert und unterstützt die Überwachung von Daten aus Salesforce.com. (18. Jan)

SAP übernimmt kalifornische Pilot Software. SAP hat die Übernahme von Pilot Software bekannt gegeben, einem kalifornischen Hersteller von Anwendungen zum Corporate Performance Management. Die Lösungen von Pilot Software liefern dem Management alle Instrumente, um die Leistung eines Unternehmens umfassend zu messen, zu bewerten und durchgängig zu steuern. Die Software wird von 150 Kunden weltweit eingesetzt, unter anderem aus den Branchen Handel, Finanzdienstleistungen und öffentlicher Sektor. Finanzielle Details der Übernahme, die am 14. Februar 2007 wirksam wurde, gab SAP nicht bekannt. Mit PilotWorks können die drei zentralen Bereiche des Performance-Management – betriebswirtschaftliche Kennzahlen, geschäftliche Initiativen und unternehmerische Ziele – gesteuert und kontinuierlich evaluiert werden. PilotWorks wird auf der SAP-NetWeaver-Plattform aufsetzen und ist so mit zentralen SAP-Anwendungen wie beispielsweise Enterprise Resource Planning (ERP), Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship Management/CRM) und Logistik (Supply Chain Management/SCM) integriert. Die im kalifornischen Mountain View ansässige Pilot Software ist ein 2002 gegründetes Unternehmen in Privatbesitz, mit Niederlassungen in den Vereinigten Staaten, Lateinamerika und Europa. SAP plant, die einzelnen Niederlassungen zu erhalten und die Mitarbeiter organisatorisch an das weltweite Netz der SAP Labs anzubinden. (20. Feb)

Oracle übernimmt Hyperion. Hyperion (Nasdaq Global Select: HYSL) hat der Übernahme durch die Oracle Corporation zugestimmt. Oracle zahlt 52 US-Dollar in bar für jede Hyperion-Aktie. Der Kaufpreis beträgt damit insgesamt rund 3,3 Milliarden US-Dollar. Die Akquisition unterliegt den handelsüblichen Bedingungen, einschließlich der Zustimmungen durch die Kontrollbehörden. Der Abschluss der Übernahme wird für April 2007 erwartet. Weltweit 12.000 Kunden nutzen die Softwarelösungen von Hyperion, davon 91 der weltweit 100 größten Unternehmen. „Mit der Übernahme von Hyperion steigt Oracle zum Branchenprimus im stark wachsenden Markt für EPM-Lösungen auf“, sagt Larry Ellison, CEO bei Oracle. „Die Performance-Management-Softwarelösungen von Hyperion und die Business-Intelligence-Tools sowie Analyse-Applikationen von Oracle bilden zusammen ein ‚end-to end‘ Performance-Management-System, das sowohl Planung, Budgetierung, Konsolidierung und operative Analysen als auch Compliance Reporting umfasst.“ Die Übernahme von Hyperion ist der jüngste Schritt, mit dem Oracle die Angebote für SAP-Kunden erweitert. Tausende von SAP-Kunden verlassen sich auf Hyperion als ihr Finanzkonsolidierungs-, Analyse- und

Reportingsystem. Oracle hat bereits PeopleSoft HR, Siebel CRM, G-Log, Demantra, i-flex, Oracle Retail und Oracle Fusion Middleware bei den größten ERP-Kunden von SAP im Einsatz. Die Hyperion-Software von Oracle kann damit zum Brennglas werden, durch das SAP's wichtigste Kunden ihre SAP ERP-Daten betrachten und analysieren. **Wer hat schon mal was vom Trojanischen Pferd gehört?** (1. März)

Trends

Salesforce.com berichtet Rekordergebnisse für das Q4 und das Geschäftsjahr 2007.

Bei Salesforce.com (NYSE: CRM) endete das Q4 und das Geschäftsjahr am 31. Jan. 2007. Der Q4 Umsatz betrug \$144,2 m, eine Steigerung um 58% zum Vorjahres Q4 und um 11% zum Vorquartal. Die Subskriptions- und Support-Umsätze beliefen sich auf \$132,1 m, eine Steigerung um 60% zum Vorjahres Q4 und um 12% zum Vorquartal. Die Professional Services und sonstige Umsätze betrugen \$12.2 m, eine Steigerung um 41% zum Vorjahres Q4 und um 5% zum Vorquartal. Für das Geschäftsjahr wurde ein Gesamtumsatz von rund \$497,1 m erreicht, eine Steigerung um 60% zum Vorjahr. Dabei betrugen die Subskriptions- und Support-Umsätze \$451,6 m, eine Steigerung von 61%, während die Professional Services-Umsätze um 56% auf \$45.4 m anstiegen. Die Anzahl der zahlenden Kunden stieg um rund 2.700 im Q4 auf rund 29.800, eine Steigerung um 45% zum Vorjahres Q4 und um 10% zum Vorquartal. Die Anzahl der Subskribenten stieg um rund 90.000 während des Q4. Damit liegt die Gesamtzahl der Subskribenten jetzt bei rund 646.000. (21. Feb)

SOA – ein Treiber oder ein Blocker für eine bessere Business/IT-Zusammenarbeit? Eigentlich sollte eine SOA hier als Treiber wirken. Das hängt aber in einem großen Maße von der Unternehmenskultur und dem Managementstil ab. Eine SOA kann beispielsweise sehr gut aufgenommen werden in straff und zentral geführten Unternehmen, da durch eine SOA einheitliche Methoden und standardisiertes Vorgehen gefördert werden. Dezentral arbeitende Unternehmen können aber ebenso von einer SOA profitieren, da zentrale Services den dezentralen Einheiten angeboten werden können, aber andererseits die dezentralen Einheiten auf Grund des Prinzips der losen Koppelung und Serviceorientierung ihre Prozesse abhängig vom spezifischen Bedarf individuell gestalten können. Die Vorteile einer SOA sollte man also in den Kontext der eigenen Unternehmenskultur stellen. Mehr dazu im [RedmondDeveloper](#)

Auf dem langen Weg zum Enterprise 2.0. Ja, schon wieder ein neues Buzzwort, „Enterprise 2.0“. Darunter versteht man das Nutzen von kollaborativen, soziale Netzwerke unterstützende Softwareplattformen im oder zwischen Unternehmen und ihren Partnern und Kunden. Klingt gut, aber der Weg dahin ist nicht einfach. Im Endeffekt muss die Unternehmenskultur radikal geändert werden. Selbst in den experimentierfreudigen USA glaubt man an einen Erfolg solcher Initiativen nicht vor 2009. Dazu gibt es einen Blog bei [FASTforward](#)

Ohne Datenmanagement geht es nicht. Wer nicht hinreichend viel Zeit, Aufwand und Ressourcen in ein unternehmensweites Datenmanagement steckt, der riskiert ein höheres Risiko und einen geringeren Wettbewerbsvorteil, besonders wenn man im Finanzwesen agiert. Ohne effektives Datenmanagement schafft man Daten Redundanz, Inkonsistenz und Qualitätsmängel. Das schafft Ärger mit den Compliance Anforderungen und birgt operationelles und finanzielles Risiko. Eine Investition in ein effektives Management und Technologie zahlt sich aus. Mehr dazu in [Wall Street & Technology](#)

„Und zum Schluss“

Wenn der CIO zur Nummer 2 im Unternehmen wird. Eine Studie des CIO Institutes zeigt, dass die CIOs in der Unternehmenshierarchie auf dem Vormarsch sind. Die Studie belegt, dass CIOs dabei sind, den CFO zu überrunden und schon in verschiedenen Unternehmen zur Nummer 2 hinter dem CEO geworden sind. Mehr dazu bei [SC Magazine](#)

Das hat uns schon immer interessiert: **Ist Open Source wirklich besser?**
Das erfahren wir ja vielleicht bei [tuxmachines.org](http://www.tuxmachines.org)
<http://www.tuxmachines.org/node/13567>

Termine

15.-21. März, Hannover, CeBIT

Forum BI-EII – Halle 3 – <http://www.forum-bi-eii.de/>

CRM Arena – Halle 4 – <http://www.crm-arena.com/>

SOA World – Halle 4 – <http://www.soaworld.de/>



23.-26. April, Rheingoldhalle Mainz

Business Integration Forum - Dynamische und event-orientierte End-to-End Geschäftsprozesse durch SOA, EAI, BPM, EDA und BAM
Die seit 9 Jahren führende Informationsplattform für die Integration von Daten, Informationen, Applikationen und Prozessen -

Vom 23. bis 26. April 2007 veranstaltet die IIR Deutschland GmbH in Frankfurt am Main das Business Integration Forum (ehemals EAI-Forum) sowie die parallel dazu stattfindende große Business Integration Fachmesse. Zum neunten Mal berichten renommierte IT-Experten in gut 40 Vorträgen und Workshops über Ihre Erfahrungen in verschiedenen Integrationsprojekten. Aktuelle Trends wie Service-orientierte Architekturen (SOA), Business Process Management (BPM) und Complex Event Processing (CEP) stehen dabei im Vordergrund. Als Top-Keynote Speaker werden dieses Jahr Dion Hinchcliffe, Autor des „Web 2.0 Blog“ mit über 1 Mio. Lesern, Jesse James Garrett, Begründer von AJAX und Dr. Eberhard Kurz, CIO im Vorstandsressort Personenverkehr der Deutschen Bahn AG erwartet. Unternehmen, die Business Integration Projekte umgesetzt haben, können sich bis zum 19. März 2007 um den Business Integration Award bewerben. Der Kongressveranstalter IIR Deutschland schreibt diesen Preis zum vierten Mal aus. Neben dem Award für „Das beste Business Integration Projekt“ wird in 2007 auch wieder „Das beste Business Integration Projekt / Mittelstand“ ausgezeichnet.

Weitere Informationen unter www.business-integration-forum.de oder bei Anja Lange, Projektleiterin, anja.lange@iir.de



CUSTOMER 2007 – 2. Fachforum: Kundenfindung und Kundenbindung in B2C-Unternehmen.

Vom **10.-11. Mai** treffen sich Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Kundenbetreuung, Vertrieb und IT in Düsseldorf, um sich über die neusten

Trends und Strategien für erfolgreiches Kundenmanagement auszutauschen. Lassen Sie sich die Chance auf einen echten Austausch unter Experten nicht entgehen! Profitieren Sie von spannenden Vorträgen folgender Firmen: BMW, Lufthansa, MLP, Quelle, simyo, VfB Stuttgart u.v.m. Nutzen Sie die **Praxisberichte Ihrer Wettbewerber** und bringen Sie in Ihrem Unternehmen den Kunden nach vorn! www.iir.de/customer

Weitere Information stehen im Internet zur Verfügung:
Wolfgang Martin Team <http://www.wolfgang-martin-team.net>
SOA Forum <http://www.soa-forum.net>

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/F: +33-4-50099244
Internet: www.wolfgang-martin-team.net

Inhalt, Zusammenstellung, Anzeigen, Sponsorship:
Dr. Wolfgang Martin und Richard Nußdorfer

Wenn Sie den Newsletter abbestellen möchten, senden Sie diese Email einfach mit dem Betreff „unsubscribe“ zurück.

Conformément à la loi 78-17 Informatique et Libertés du 6 janvier 1978,
vous disposez à tout moment d'un droit d'accès et de rectification aux données et informations vous concernant.

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

Désinscription par retour de ce courrier en mentionnant « désinscription »

Tous droits réservés. Alle Rechte vorbehalten.
Copyright © 2006 S.A.R.L. Martin

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