



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

INHALT

Editorial

Die CRM-Trends 2009 und was daraus geworden ist
[mehr](#)

Marktstudie

SOA-Check
[mehr](#)

Marktstudie

CRM Trends 2010
[mehr](#)

Merger & Acquisitions

[mehr](#)

Zahlen

[mehr](#)

Trends

[mehr](#)

Kurzmeldungen

[mehr](#)

Zum Schluß

[mehr](#)

Die CRM-Trends 2009 und was daraus geworden ist

Im Krisenjahr 2009 erweist sich CRM robust. Die im Januar im CRM-Beratungsbrief der CRM-Expert-Site (<http://www.crm-expert-site.de/>) diskutierten Trends haben sich manifestiert und werden sich in 2010 zum Teil weiter verstärken. CRM bietet eben auch in Krisenzeiten einen Wettbewerbsvorteil und wirkt in Richtung Kundenmanagement und Kundenbindung. Dabei hilft insbesondere Customer Intelligence, die Verbindung von Business Intelligence und CRM. So schafft man das Wissen über den Kunden. Kostenvorteile und Flexibilität im CRM erreichen mehr und mehr Unternehmen durch CRM und SaaS. Der Trend hier ist ungebrochen. Neu zeichnet sich als Trend die Verbindung von CRM mit sozialen Medien ab. Hier hat sich 2009 ein Trend gebildet, den wir auch über 2010 hinaus sehen werden.

Das Jahr 2009. Mit einem erwarteten Minus von 5% des Bruttoinlandsproduktes im Jahr 2009 verzeichnet die Bundesrepublik Deutschland den stärksten Wirtschaftseinbruch in ihrer 60 jährigen Geschichte. Die IT-Branche erwies sich anfangs noch resistent und war eine der letzten Branchen, die von der globalen Wirtschaftskrise getroffen wurde. Aber in den letzten 12 Monaten gab es hier die größten Verluste seit Bestehen der Branche. Beispielsweise berichtete Microsoft am 23. April den ersten Verlust in seiner 23 jährigen Geschichte. Stark betroffen ist auch die SAP, die im Q3 ein Minus von 31% im Softwarelizenzumsatz verzeichnen musste. Umsatzeinbußen gab es auch bei IBM und Oracle, den anderen „Großen“ im Softwaremarkt. Selbst ein kometenhafter Aufsteiger wie Google verzeichnete eine Wachstumsdelle in 2009. Das Umfeld für Kundenbeziehungsmanagement war also alles andere als rosig. In 2009 regierte der Rotstift in allen Bereichen. In allen Bereichen? Nein, bei CRM gibt es Ausnahmen.

CRM 2009. Im Januar (CRM-Beratungsbrief, Ausgabe 1/2009) hatten wir den CRM-Trend „Kundenorientierung ist zentraler Wettbewerbsfaktor“ diskutiert. Im nach hinein kann man nur sagen: Ja, so ist es, ganz besonders in Krisenzeiten. Das wird untermauert von mehreren Studien. So kommt die ExBa @ Sonderstudie „Exzellente Beziehungen“ (http://www.exba.de/index.php?article_id=123) zum Ergebnis: „Ein optimal aufgestelltes Beziehungsmanagement ist essenziell für den Unternehmenserfolg. Vor allem in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist es wichtig, sich auf stabile, belastbare Beziehungen zu seinen Kunden verlassen zu können.“ Diese Erkenntnis ist übrigens nicht neu. In der Ölkrise in den 70er Jahren hat man ähnlich gehandelt. Damals hieß besonders im Mittelstand die Divise: Kosten sparen **und** Intensivieren der Kundenkontakte. Den Begriff „CRM“ gab es damals ja noch nicht. Als Best-Practice galt, den Innendienst, der aufgrund weniger Bestellungen auch weniger zu tun hatte, in den Vertrieb zu schicken, um den Vertrieb zu verstärken. In die gleiche Richtung geht eine Studie des CRM-Beratungsunternehmens ec4u expert consulting: „Die Bedeutung des Kundenmanagements ist nach eigener Einschätzung der Unternehmen in der gegenwärtigen Wirtschaftskrise unverändert.“ (CRM-Beratungsbrief, Ausgabe 11/2009). Diese Bedeutung von CRM gerade in Krisenzeiten spiegelt sich auch in den Zahlen wieder. So erwartet IDC nach 7% Wachstum in 2008 für 2009 immerhin ein CRM-Wachstum von 3,7%. Dabei ist der Ausblick für 2010 sogar „sehr positiv“. Auch Gartner rechnet für 2009 mit einem Wachstum des CRM-Markts, sogar etwas höher als IDC, nämlich im mittleren einstelligen Bereich und das bei einem Gesamt-Volumen der weltweiten CRM-Softwareumsätze von \$9,15 Milliarden in 2008. Die ungebrochene Bedeutung von CRM im Krisenjahr 2009 wurde dann schließlich auch durch eine erfolgreiche crm expo 2009 unterstrichen: Von 154 Ausstellern in 2008 stieg die Anzahl auf 176 in diesem Jahr. Ein leichter Schwund von rund 6% bei den Fachbesuchern ist da verkraftbar. Die Gesamtrendenz in Sachen CRM ist also positiv, und das wird sich unserer Meinung nach in 2010 fortsetzen.

CRM und SaaS. Wer CRM heute sagt, kommt an SaaS (Software as a Service, auch „CRM on Demand“ im Kontext von CRM genannt) nicht mehr vorbei. Bei allen Bedenken in Sachen SaaS und Security, bei allen Bedenken, vertrauliche Daten außer Haus zu geben, ist der SaaS-Trend im CRM im Jahr 2009 noch stärker geworden. Nach Gartner ist das CRM-Wachstum vor allem auf verstärkte Investitionen der Unternehmen in Kundenbindung („Kundenorientierung als Wettbewerbsfaktor“), Analyse („Customer Intelligence“) und On Demand-Lösungen zurückzuführen. Aus diesem Grund zählt besonders der CRM On Demand-Spezialist Salesforce.com zu den großen Gewinnern in 2009. Nach einem Umsatzwachstum von Salesforce.com in 2008 um 43% auf \$965 Millionen – damit liegt der Marktanteil bei 10,6% (2007: 8,3%) - ging es auch in 2009 (bisher) steil aufwärts. Im Q1 (30. April) betrug die Umsatzsteigerung immerhin noch 23% und im Q2 (31. Juli) 20%. Damit wächst Salesforce.com schneller als der Markt. Bereits 2008 betrug nach Gartner der Marktanteil von SaaS im CRM rund 20% nach 15% in 2007. Bei geschätzten 20% Wachstum bis 2012 sieht Gartner SaaS-CRM weiter auf dem Vormarsch. Wir auch.

Customer Intelligence. Neben SaaS ist Kundenanalytik ein weiterer CRM-Trend 2009. Es geht um: „CRM und Business Intelligence (BI) stärker miteinander verheiraten.“ Die Ergebnisse einer Studie von Avantgarde CRM Consulting GmbH unterstreicht Customer Intelligence als Wachstumstreiber von CRM. Ähnlich wie CRM läuft auch BI im Krisenjahr 2009, nämlich ziemlich robust und krisensicher. Die Wachstumszahlen der BI-Anbieter sind durchweg gut. So meldete MicroStrategy beispielsweise eine Produktlizenzsteigerung um 39% im Q3/2009. Das ist zwar ein (positiver) Ausreißer, aber gemäß dem „Lünendonk@-Trenddossier 2009: „Der Markt für Business-Intelligence-Standardsoftware in Deutschland“ erwarten die BI-Anbieter durchweg ein zweistelliges Umsatzwachstum in 2009. In diesem Markt werden sogar Impulse durch die Finanz- und Wirtschaftskrise erwartet. Ein Grund dafür ist Risiko-Management. Risiko-Management im CRM ist aber nichts anderes als Kundenbindung und proaktives Kundenhalten, also das Vermeiden von Abwanderungen. Wir sehen für 2010 eine Fortsetzung dieses Trends.

CRM und soziale Medien. Das ist ein relativ neuer Trend, der sich gerade in 2009 ausgebildet hat. Zwar hat schon ein Lebensmittelhersteller wie die Frosta AG um 2005/06 auf Blogging gesetzt und inzwischen ein ganzes Arsenal von Enterprise 2.0 Konzepten im CRM-Einsatz, aber die Frosta stand mit diesem Ansatz erst einmal recht allein im Markt. Inzwischen greifen mehr und mehr Unternehmen die Ideen des Web 2.0 auf und bringen sie in den Enterprise- und CRM-Kontext. Bei Werner & Mertz („Erdal“) setzt man auf Blog-Monitoring, um Kundenmeinungen zu tracken, der Klett-Verlag betreibt eine Wikipedia mit seinen Autoren, Fahrrad.de setzt in der Kundenkommunikation auf Blogging und Foren und Nordbike auf ein soziales Netz à la Facebook. Aber alles in allem ist man aber hier noch ganz am Anfang. Im deutschen Mittelstand setzen erst 9% der Unternehmen auf Web 2.0 Konzepte, gerade einmal weitere 5% planen es. Hier sehen wir aber für 2010 und danach einen stärker werdenden CRM-Trend. Inzwischen sind auch die Anbieter eingestiegen. So hat beispielsweise der CRM-Anbieter Rightnow Technologies im September mit HiveLive einen Social-Web-Anbieter übernommen.

Mit den besten Grüßen

Ihr

Dr. Wolfgang Martin

SOA Check 2010 – Status Quo im deutschsprachigen Markt – 4. Marktbefragung

Wie sieht es bei Ihnen in Sachen SOA aus?

Dazu führen Dr. Nicolas Repp und Julian Eckert vom Fachgebiet KOM der TU Darmstadt und Dr. Wolfgang Martin die 4. Marktumfrage zum Status SOA in den Unternehmen durch. Damit können wir auch die Veränderungen und den Fortschritt des Themas service-orientierte Architekturen von 2007 an messen und dokumentieren. Die Befragung findet statt in Zusammenarbeit mit der SOA/BPM World (offizielles SOA/BPM Forum der Deutschen Messe AG zur CeBIT 2010), der

IIR Technology, der Competence Site, den nomina Informations- und Marketing-Services und der Computerwoche als Medienpartner sowie dem IT Verlag für Informationstechnik als Verleger.

Hauptsponsoren sind IBM und SAP, Co-Sponsoren jCOM1 und T-Systems.



Sie wollen mitmachen? [Hier geht es los](#)

Vielen Dank! Jeder der mitmacht bekommt, wenn gewünscht, die Ergebnisse zugestellt. Präsentieren werden wir die Ergebnisse auf der SOA/BPM World auf der CeBIT 2010.



CRM Trends 2010:

Was wird wichtiger - Neukundengewinnung oder Kundenbindung?

Wie hat sich die Kultur der Kundenorientierung in der Krise bewährt? Nehmen Sie sich 15 Minuten Zeit und machen Sie bei der Marktumfrage über CRM-Erfolge und neue Trends sowie geplante Entwicklungen mit.

Die Schwetz Consulting hat dazu einen Online-Fragenbogen entwickelt, der bis 28. Dezember 2009 [hier zur Verfügung steht](#).

Die Ergebnisse werden im Vergleich mit den Erhebungen aus den Vorjahren vom CRM-Expertenrat analysiert und mit den Veränderungen und Trends im Jahresbericht über den CRM-Markt 2010 kommentiert. Die Veröffentlichung erfolgt im Januar 2010.

Unter den Teilnehmern wird ein Wochenende in Wien für zwei Personen inkl. Flug und Hotel im Frühjahr 2010 verlost. Der Termin kann dazu individuell gewählt werden.

Für weitergehende Informationen:

Wolfgang Schwetz
schwetz consulting
customer relationship management
D-76137 Karlsruhe, Karlstraße 128
Tel +49 (0)721 / 940 420, Fax +49 (0)721 / 940 4212,
Mobil +49 (0)176 - 64 11 40 18
email wolfgang@schwetz.de

Merger & Acquisitions

Google kauft admob für \$750m. Das ist Google's größter Einkauf seit der Übernahme von DoubleClick für \$3,1 Milliarden im März 2008. Damit baut Google sein Werbegeschäft weiter aus. AdMob wurde 2006 gegründet und bietet Werbeflächen auf Webseiten und Anwendungen, die vor allem über Apples Iphone angezeigt werden. Zu den Kunden zählen Unternehmen wie Coca Cola und Ford. (09. Nov.) Mehr zu den Hintergründen bei [TechCrunch](#)

Schon wieder ein Mega-Deal: Hewlett-Packard kauft Netzausrüster 3Com für \$2,7 Milliarden. Der weltgrößte PC-Hersteller Hewlett-Packard (HP) greift mit der Übernahme von 3Com den Branchenführer Cisco an und steigt zur Nummer 2 in diesem Markt auf. 3Com hat einen Jahresumsatz von \$1.6 Milliarden bei einer operativen Marge von 2.3%. HP sagt, dass die 3Com-Produkte in das HP ProCurve Netzausrüstungsangebot integriert werden sollen. Der Deal ist mehr als „nur grösser ist besser“. HP hat so seine Position im Cloud Computing und in der Virtualisierung entscheidend verbessert. Das sollte sich sehr positiv auf die zukünftige Geschäftsentwicklung auswirken. (11. Nov.)

Zahlen

„Truffle 100 Europe“: Die Software-Branche ist auch in der Krise stark. Die vierte Ausgabe des Truffle 100 Europe“, die am 3. November 2009 vorgestellt und von Viviane Reding, der europäischen Kommissarin für Informationsgesellschaft und Medien, unterstützt wurde, ist die führende Bewertungsliste der 100 größten Softwareunternehmen Europas. Das aktuelle Ranking zeigt, dass die Softwarebranche im Jahr 2008 trotz Wirtschaftskrise stärker wuchs als die übrigen europäischen Wirtschaftszweige. Während der europäische Produktionssektor unter dem Einbruch der Exportnachfrage litt, gelang es der Softwarebranche, den schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu trotzen. Der Gesamtumsatz der „Truffle 100“-Unternehmen erhöhte sich im Jahr 2008 auf 25 Mrd. Euro gegenüber 24,5 Mrd. Euro im Vorjahr. Die Gewinne stiegen von 3,2 Mrd. Euro im Jahr 2007 auf 3,6 Mrd. Euro. Die Beschäftigung wuchs um mehr als 9% auf 212.000 Mitarbeiter, im Bereich Forschung und Entwicklung sogar um 25% auf 52.000 Beschäftigte. Über 75% der Anbieter betrachten Steuererleichterungen bei Investitionen in Forschung und Entwicklung als entscheidende Maßnahme für mehr Wachstum in der Branche. Bei der Veröffentlichung des Berichts forderte die europäische Kommissarin Viviane Reding ([Video-Interview](#)), eine neue Strategie für IT-Forschung und -Innovation in Europa sowie Unterstützung für weitreichende IT-Forschungsprojekte zur Entwicklung einer modernen, europaweiten Service-Infrastruktur. (aus: Pressemitteilung der Software AG) Hier der [Truffle 100 Europe](#)

Intershop-Ergebnis durch Quelle-Insolvenz belastet, Bruttomarge dennoch von 37% auf 43% gesteigert. Die Intershop Communications AG berichtet die Geschäftsergebnisse für die ersten neun Monate 2009: Das Unternehmen hat im Berichtszeitraum einen Nettoumsatz von 20,6m EUR erzielt und liegt damit 1% unter dem Vergleichswert der Vorjahresperiode (20,8m EUR). Trotz Investitionszurückhaltung in Folge der Wirtschaftskrise hat das Unternehmen wichtige Kundenabschlüsse verbucht und Umsatzausfälle beim Großkunden Quelle kompensiert. Gleichzeitig verbesserte sich die Umsatzqualität, was durch die Steigerung der Bruttomarge von 37% auf 43% deutlich wird. Auf der Ertragsseite führten die Insolvenz der Quelle-Gruppe sowie die angekündigte Einstellung des Geschäftsbetriebs von Quelle Deutschland zu Belastungen im Intershop-Zahlenwerk. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum Wertberichtigungen auf Forderungen gegenüber dem Versandhändler in Höhe von 824 TEUR vorgenommen, wovon 268 TEUR bereits im Q2 abgeschlossen worden waren. Nach Quartalsabschluss hat Quelle einen Teil dieser wertberichtigten Forderungen bezahlt, so dass im Q4 ein Ertrag von rund 400 TEUR gebucht werden kann. In den ersten neun Monaten

erreichte Intershop ein Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) von 584 TEUR nach 1,8m EUR in den ersten neun Monaten 2008. Das operative Ergebnis (EBIT) ging von 1,5m EUR auf -628 TEUR zurück, das Nettoergebnis reduzierte sich von 1,1m EUR auf -469 TEUR. Neben Quelle waren höhere Abschreibungen auf Software sowie Vorlaufkosten bei der 2009 erworbenen Tochtergesellschaft „The Bakery“ für den Rückgang des Ergebnisses verantwortlich. Das Unternehmen blickt positiv in die Zukunft, da die Neukundenpipeline gut gefüllt ist. (09. Nov.)

TDS steigert Umsatz und Ergebnis im ersten Halbjahr 2009/10. Die TDS-Gruppe hat im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2009/10 (1. April bis 30. September 2009) ihren Umsatz um 5,4% gesteigert. Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum erhöhten sich die Erlöse von 63,7m EUR auf 67,1m EUR. Ihr operatives Ergebnis auf EBITDA-Basis steigerte die TDS im Berichtszeitraum um 18,3% von 9,3m EUR auf 11,0m EUR. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) wuchs um 26,1% von 4,1m EUR auf 5,1m EUR. Die EBIT-Marge von 7,7% und die EBITDA-Marge in Höhe von 16,5% liegen im Rahmen der Erwartungen für das laufende Geschäftsjahr. Der Jahresüberschuss erreichte nach sechs Monaten 2,9m EUR. Im Vergleich zu 2,2m EUR aus dem Vorjahreszeitraum ist dies ein Plus von 29,9%. Das Ergebnis je Aktie verbesserte sich auf 0,10 EUR von 0,08 EUR im Vorjahr. Das Umsatzwachstum der TDS AG schlägt sich auch positiv in der Mitarbeiterzahl nieder. Zum 30. September 2009 zählte die TDS 1.198 Mitarbeiter (Vj. 1.043 Mitarbeiter). (12. Nov.)

SoftM reduziert Quartalsverlust deutlich. SoftM hat im Q3/2009 das im Juni beschlossene „DASD“-Programm weitgehend umgesetzt, das darauf zielt, den Auswirkungen der Wirtschaftskrise zu begegnen und die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu steigern. Im Zuge dieser Maßnahmen konnte das Quartalsergebnis gegenüber den Vorquartalen deutlich verbessert werden. In den ersten neun Monaten 2009 wurden insgesamt Erlöse in Höhe von 28,0m Euro (Vj. 39,7) erzielt. Das Konzernergebnis belief sich im dritten Quartal auf -0,6 Mio. Euro. Für das vierte Quartal wird ein deutlich verbessertes Ergebnis erwartet. (13. Nov.) Der vollständige Neunmonats-Bericht steht zum [Download](#) bereit:

Devoteam verzeichnet leichtes Umsatzwachstum im Q3/2009. Die Devoteam-Gruppe verzeichnete in den ersten neun Monaten des Jahres 2009 ein leichtes Umsatzwachstum auf 335m Euro und eine operative Marge von 5,6%. Zum Stichtag 30. September 2009 beschäftigte der Konzern 4.485 Mitarbeiter. Zum gleichen Datum des Vorjahres waren es 4.240 Mitarbeiter. Im Q3/2009 stieg der Umsatz um 1% auf 107m Euro. Der Beitrag der übernommenen Unternehmen Danet und Teligent Russland liegt bei 9% unter Berücksichtigung eines negativen Wechselkurseinflusses von 1%. Die operative Marge liegt mit 5,5% auf dem gleichen Niveau wie die Halbjahresergebnisse. Gründe für den Rückgang um 2 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahreszeitraum waren eine geringere Auslastung und Verwässerungseffekte durch die Akquisitionen. Der Umsatz außerhalb Frankreichs (56m Euro im Q3/2009) wuchs um 11%. Ohne Berücksichtigung der Übernahmen und der Wechselkurseffekte ging der Umsatz um 5% zurück. Die Geschäfte haben in den Niederlanden angezogen und sind in Dänemark, der Schweiz, Nordafrika und dem Nahen Osten unverändert stark geblieben. Der Umsatz in Frankreich ging um 9% auf 51m Euro zurück, bei einer weiterhin stabilen operativen Marge. (23. Nov.)

Trends

Enterprise Support: Die Dinge bewegen sich doch. Die Deutschsprachige SAP-Anwendergruppe (DSAG) e. V. begrüßt die von SAP angekündigte Aufschiebung der Preiserhöhung beim Enterprise Support. Der Verband geht davon aus, dass es im Jahr 2010 keine Preissteigerung geben wird. Gemeinsam mit anderen SAP-Anwendergruppen will die DSAG weiterhin das SUGEN-KPI-Benchmark-Programm innerhalb des SAP Usergroup Executive Network (SUGEN) unterstützen und drängt darauf, dem Programm mehr Aussagekraft zu verleihen. Und hier die [Pressemitteilung der SAP](#) dazu.

Soziale Medien: Trends für 2010. 2009 war das Jahr der sozialen Medien. Die Zahlen sind geradezu explodiert. Twitter hatte beispielsweise nur im Februar und in den USA mehr als 7 Millionen Besucher. Wie wird es in 2010 weiter gehen? Laut David Armano, Mitgründer der Davis Group, einem Beratungsunternehmen für

soziale Business-Design-Services in Austin/Tx., bleiben soziale Medien in 2010 ein heißes Thema: Sie werden noch populärer, noch mobiler und noch exklusiver. Davids Vorhersagen für 2010 finden Sie in einem Blog auf *Harvard Business Publishing*:

- Soziale Medien werden weniger "sozial" aussehen. Die Strukturierung wird zunehmen, störendes Beiwerk wird verschwinden.
- Soziale Medien werden Teil von CRM und gewinnen so noch mehr Bedeutung, da man mit Hilfe sozialer Medien Kunden leichter und kostengünstiger erreichen kann.
- Soziale Netzwerke werden seriös. Unternehmen erkennen mehr und mehr die Wichtigkeit interner und externer Netzwerke.
- Unternehmen werden soziale Medien-Politiken ausgeben, in denen das Verhalten der Mitarbeiter geregelt wird.
- Mobil gewinnt an Bedeutung besonders für Mitarbeiter in Unternehmen, die die Nutzung sozialer Medien am Arbeitsplatz nicht zulassen.
- eMail wird an Bedeutung verlieren. Nutzer werden zur Zusammenarbeit soziale Medien nutzen und nicht mehr Informationen mittels eMail-Listen austauschen.

[Hier lesen Sie die Details.](#)

Die neue Geschäftsidee: virtuelle Produkte. Das ist die neueste Idee und Methode, um (aus Nichts) Geld zu machen. Schätzungen sagen, dass hier ein Millionenmarkt schlummert. In der Tat klingt es sehr verlockend, aus Produkten, die real nicht existieren, Geld zu machen. So hat beispielsweise ein Investor wie Lightspeed Venture Partners bereits \$10m in verschiedene Unternehmen gesteckt, die virtuelle Produkte erfinden. Der Trick: Die Kosten für Produkterstellung und Lieferung sind so gut wie „null“. Mit anderen Worten: Die Marge beträgt fast 100%. Wer kauft und wie verkauft man virtuelle Produkte? Das entscheidende Vehikel ist hier: soziale Medien! So könnten die Mitglieder eines Netzwerkes sich ja untereinander beispielsweise zum Geburtstag mit Bildern von Blumen und Torten beschenken. Krause Idee? Nicht unbedingt, Facebook macht das bereits. Im Facebook Geschenke-Shop stehen schon virtuelle Produkte wie Grußkarten von Geschäftspartnern. Ist das das Business der Zukunft? Auch nicht unbedingt, aber viele Web-Unternehmen haben immer noch nicht richtig verstanden, mit ihren Webseiten auch wirklich Geld zu machen. Hier zeigt sich nun eine mögliche Einnahmequelle. Und gemäß einem Artikel in der New York Times machen Unternehmen wie Zynga, Playfish und Playdom – Online-Spiele Start-Ups aus der Gegend von San Francisco – bereits signifikante Umsätze und Profits mit virtuellen Produkten. Laut Spark Capital, einem anderen Investor in Start-Ups mit virtuellen Produkten, geht es bei einem virtuellen Produkt nicht um das Produkt selbst, sondern um die menschliche Emotion und Begierde. Der Empfänger eines virtuellen Geschenks bekommt die Botschaft: Jemand hat sich für mich Zeit genommen, hat sich mit mir beschäftigt und hat für mich Geld ausgegeben. Mehr Details zur wachsenden virtuellen Welt bei [ChinaDaily](#)

IT-Infrastruktur: Die Top 10 Technologien in 2010. Wie in jedem Jahr publiziert Gartner seine Top 10 Technologien, die in den folgenden drei Jahren einen Impact auf den Unternehmensmarkt haben könnten. Gartners Kriterien zur Erstellung der List sind das Potenzial der Technologien, IT oder das Business neu zu erfinden, die schiere Notwendigkeit, große Summen in eine Technologie zu stecken, oder auch das Risiko für Unternehmen, mit einer Einsatz einer Technologie zu spät zu sein. In diesem Jahr befinden sich auf der Gartner-Liste:

- Cloud Computing.
- Umgestaltung des Rechenzentrums.
- Virtualisierung.
- Client Computing.
- Green IT.
- Mobile Applikationen.
- Analytik.
- Flash Memory.
- Soziale Medien.
- Monitoring von Aktivitäten im Kontext von Security.

Mehr Details dazu bei [eWeek.com](#)

Und noch mehr Trends: **Tyler Newton's (Leiter Research bei Catalyst Investors)** „10 Trends 2010“ finden Sie bei [Forbes.com](#)

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 © 2009 S.A.R.L. Martin

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

