



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

**INHALT**

**Gasteditorial**

SaaS – Wunsch und Wirklichkeit

[mehr](#)

**Vitria**

Der Rezession entgegenwirken

[mehr](#)

**Merger & Acquisitions**

[mehr](#)

**Zahlen**

[mehr](#)

**Trends**

[mehr](#)

**Kurzmeldungen**

[mehr](#)

**Zum Schluß**

[mehr](#)

**Termine**

[mehr](#)

**Gasteditorial**

**SaaS – "Wunsch und Wirklichkeit – oder: Wieviel Prozessmanagement braucht CRM?"**

Mehrjährige Erfahrungen mit Projekten zur CRM-Einführung in B2B-Unternehmen des gehobenen Mittelstands zeigen, dass in diesen Unternehmen vielfach die Voraussetzungen für den Einsatz von SaaS und SOA fehlen und daher dort noch großer Handlungsbedarf besteht.

Die Praxis beim Start eines CRM-Projekts sieht oft so aus, dass Kundendaten in zig verschiedenen elektronischen Systemen verwaltet werden, die miteinander nicht synchron laufen, typische Insellösungen also. Kein Wunder, wenn in diesen Unternehmen die Linke nicht weiß, was die Rechte tut. Dreißig und mehr solche Insellösungen sind im gehobenen Mittelstand keine Seltenheit. Unstrukturierte Datenaufzeichnungen sind üblich und erschweren eine Datenübernahme. Dazu gehören Eigenentwicklungen ebenso wie Microsoft-Office mit Access, Outlook, Word, Excel, aber auch ACT! und auf der anderen Seite ein oder mehrere ERP-Systeme, je nach internationaler Ausrichtung. Und natürlich ist das Kundenwissen auch in Aktenordnern verpackt.

Die Ursachen liegen oft auf mehreren Ebenen. Hauptursache scheint aber das Fehlen einer mittelfristigen IT-Strategie im Anwenderunternehmen zu sein. Zwar wird die Einführung von CRM noch immer zu sehr von der Technologieseite her angegangen, jedoch bleiben die dafür vorgesehenen Budgets und Maßnahmen auf das Thema CRM beschränkt. Oft werden die Defizite dieser Handlungsweise erst Jahre nach dem ersten CRM-Rollout erkannt, wenn die erhofften Wettbewerbsvorteile ausgeblieben sind. Dann sind Korrekturmaßnahmen aber meist sehr aufwendig, wenn überhaupt möglich.

Ein weiteres Hindernis auf dem Weg zu unternehmensweitem und bereichsübergreifenden SOA- & SaaS-Konzepten ist die fehlende Organisation der Geschäftsprozesse nach einheitlichen Regeln. Das Business-Prozess-Management (BPM) steckt in vielen Anwenderunternehmen im B2B-Markt in den Kinderschuhen. In der Praxis findet Prozessmanagement auf Basis von intelligenten Modellierungstools wie beispielsweise Bonapart, Viflow, Process4.biz, Aris oder auch nur mit Visio aufgezeichneten Ablaufdiagrammen statt. Diese werden heute nachträglich in der CRM-Software mit eher bescheidenen Workflow-Tools der CRM-Anbieter abgebildet. Aber der grundlegende Wandel im Denken der Mitarbeiter unterbleibt und deshalb werden nur Teilerfolge erzielt.

Begünstigt wird diese Situation auch durch die Tatsache, dass die CRM-Hersteller die SOA- und /oder SaaS-Technologien derzeit noch zu wenig beherrschen und daher auch kaum anbieten. Vorherrschend ist hier nach wie vor eine mehrschichtige Client-Server-Technologie mit Schnittstellen zu ERP-Systemen und Microsoft-Office sowie Kommunikationssystemen. Angeboten wird bestenfalls ein Mietmodell der CRM-Software als "CRM on demand", aber ohne unternehmensweite Prozess-Steuerung. Punktuelle Lösungen, wie wir sie von typischen CRM-Projekten kennen, bringen nur Teilergebnisse, wenn nicht alle Prozesse von der Software unterstützt werden. Die Kundenzufriedenheit endet nicht beim Auftragseingang, sondern erfordert eine systematische Steuerung in der Auftragsabwicklung und Logistik bis hin zu den Zahlungsvorgängen, ggf. müssen auch noch Informationen aus den Bestellvorgängen abgeglichen werden. Die Steuerung der Geschäftsprozesse muss also einheitlich und bereichsübergreifend

funktionieren und darf weder an Abteilungs- noch an Softwaregrenzen hängen bleiben.

Im Mittelstand führt CRM on demand nach wie vor ein Mauerblümchendasein, von SOA oder SaaS ganz zu schweigen. Zu Recht, denn das derzeitige Angebot animiert kaum, sich damit intensiv zu beschäftigen. Die inzwischen in CRM-Systemen integrierten Workflow-Tools ermöglichen zwar die Abbildung einfacher logischer Ablaufschritte, sind aber von BPM noch weit entfernt. Schon deshalb, weil sie sich auf das CRM-System beschränken, dessen Teil sie sind.

Das heißt aber, dass CRM nicht unbedingt der ideale Ansatz ist, mit BPM anzufangen, wenn ein unternehmensweites Prozessmanagement erreicht werden soll. Fachleute sprechen von mehreren Jahren, die man für den Perspektivwechsel in Richtung BPM benötigt. Denn die Einführung eines Geschäftsprozessmanagement ist eine Frage der Unternehmensstrategie und ein Instrument der Unternehmensführung. Es erfordert auch einen Umdenkprozess bei den Mitarbeitern, Verantwortung für einzelne Geschäftsprozesse zu übernehmen und auf Veränderungen angemessen zu reagieren. Daher muß akzeptiert werden, dass die Bereitstellung und Schaffung einer BPM-Infrastruktur (Methoden, Training, Tools) als grundlegende Voraussetzung einen finanziellen und zeitlichen Zusatzaufwand erfordert, der meist in der Projektkalkulation von CRM-Projekten nicht enthalten ist. Dafür ist jedoch auch das Erfolgspotenzial deutlich größer.

Mit den besten Grüßen

Wolfgang Schwetz

*schwetz consulting*  
*customer relationship management* [www.schwetz.de](http://www.schwetz.de)  
Mitglied im CRM Expertenrat

***Gastbeiträge in diesem Newsletter sind freie Meinungsäußerungen der Gastkommentatoren und geben nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wieder.***

-----  
In diesem Sinne wünschen wir Ihnen in diesem Februar immer noch einen guten Start ins Neue Jahr: Auf ein erfolgreiches Neues Jahr 2009!

Dr. Wolfgang Martin  
-----

Anzeige



**Mit Sichtbarkeit und schneller Reaktion der Rezession entgegenwirken**

In der aktuellen Wirtschafts- und Finanzkrise benötigen Manager Sichtbarkeit über die Unternehmensprozesse. Sie müssen wissen, ob die Geschäftsziele erreicht werden und brauchen Instrumente, um die notwendigen Aktionen zur Korrektur durchzuführen.

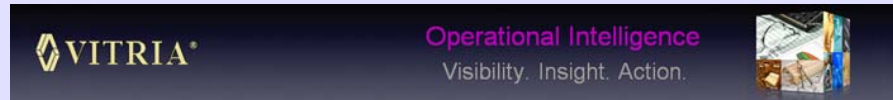
Mit Operational Intelligence erzielen sie die Sichtbarkeit und Einblicke in die Geschäftsabläufe, die ihnen helfen deren Erfolg zu überwachen, Abweichungen rechtzeitig zu erkennen, Ergebnisse auszuwerten und Reaktionen abzuleiten, um schnell auf neue Situationen zu reagieren oder Bedrohungen abzuwenden.

**Operational Intelligence** ist die logische Weiterentwicklung von Business Process Management auf die aktuelle Krise, da dabei die Technologien und Vorteile von Business Intelligence, Complex Event Processing und Business Activity Monitoring in einer integrierten Lösung zusammenfließen.

Der Hauptvorteil von Operational Intelligence ist die schnelle und interaktive Entscheidungsfindung. Verzögerungen werden beseitigt, Informationen werden transparenter und besser verwertbar und Aktionen werden durchgeführt, wenn sie

den größten Effekt aufweisen – nämlich während der Geschäftsprozess noch läuft. In diesem Webinar werden die Konzepte von Operational Intelligence vorgestellt und aufgezeigt, wie Unternehmen diese umsetzen können und schnell die Vorteile erzielen. Denn schnelle Reaktion ist in der Krise das Wichtigste!

Um mehr über **Operational Intelligence** zu erfahren und die Vitria M<sub>3</sub>O Lösung kennenzulernen, melden Sie sich gleich [hier](#) zum Webinar von **Dr. Wolfgang Martin** und **Vitria Technology** an!



### **Merger & Acquisitions**

**Europäischer IT-Dienstleister Devoteam expandiert nach Deutschland und übernimmt die Danet.** Die Danet Group, ein IT-Consulting- und Dienstleistungsunternehmen, wird Teil von Devoteam, einem der am schnellsten wachsenden IT Consulting Unternehmen in Europa. Devoteam hat seinen Sitz in Paris und hat die Anteile von den bisherigen Danet-Gesellschaftern SAIC und Deutsche Telekom AG übernommen. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Danet soll eine tragende Rolle bei der Umsetzung der internationalen Wachstumsstrategie von Devoteam spielen. Bislang war Deutschland ein weißer Fleck auf der Landkarte von Devoteam, das bereits in 20 Ländern in Europa, dem Nahen Osten und Nordafrika präsent ist. Devoteam sieht einen der größten ICT-Märkte Europas als wichtigen Wachstumsmarkt. Mit der Übernahme von Danet hat das Unternehmen von Anfang an ein starkes Standbein im deutschen IT-Services-Markt. Darüber hinaus will Devoteam auch das Segment Telekommunikation ausbauen. Im Telco-Markt erwirtschaftet der französische IT-Service-Anbieter bereits ein Drittel seines Gesamtumsatzes. Danet wird als deutsche Niederlassung von Devoteam künftig weitgehend selbständig agieren. Das Weiterstadter IT-Dienstleistungsunternehmen wird weiterhin Beratung, Systemintegration, Managed und On-Demand Services von komplexen IT-Anwendungen für Unternehmen in den Branchen Telekommunikation, Finanzdienstleistung, Automobilindustrie sowie Transport und Logistik anbieten. Das Leistungsangebot und die Branchenausrichtung soll sukzessive ausgebaut werden. Die Geschäfte werden auch zukünftig von den bisherigen Danet-Geschäftsführern Jürgen Hatzipantelis und Dr. Burkhard Austerstuhl geführt. Auch das erweiterte Management und die Organisation bleiben durch die Übernahme unverändert. (20. Jan.)

**Autonomy kauft Interwoven für \$775m.** Damit entsteht ein neuer Großanbieter für Web Content Management und E-Mail-Archivierung mit über 20 000 Kunden. Autonomy bietet den Aktionären des Web-Content-Management-Anbieters Interwoven \$16,20 pro Aktie, ein Aufschlag von über 36% pro Anteil. (22. Jan.) Mehr Details zu diesem Deal bei [InformationAge](#)

**Genesys übernimmt mit Conseros und SDE GmbH zwei Lösungslieferanten für Kundenservice.** Genesys Telecommunications Laboratories, ein Tochterunternehmen von Alcatel-Lucent (Euronext Paris und NYSE: ALU) und Anbieter von Customer-Service-Software, hat seine Produktpalette durch die Akquisition der Unternehmen Conseros und SDE erweitert. Conseros liefert eine Anwendung, mit der Unternehmen große Mengen von Geschäftsvorfällen im Kundenservice innerhalb ihrer gesamten Organisation verteilen und verwalten können. Die Conseros Software ist eine spezielle Komponente für die intelligente Workload Distribution von Genesys und sorgt dafür, dass sich die Verteilung der Geschäftsvorfälle im gesamten Unternehmen dynamisch priorisieren lässt. Die Conseros-Software wird künftig in die umfassendere Genesys-Lösung mit der Bezeichnung *Genesys intelligent Workload Distribution (iWD)* integriert. Die finanziellen Bedingungen der Bartransaktion werden nicht veröffentlicht und haben keinen finanziellen Einfluss auf Alcatel-Lucent. Alle Mitarbeiter von Conseros werden von Genesys und der Application Software Group übernommen. Mit der Akquisition der SDE GmbH erwirbt Genesys das Produkt Genesys Customer Interaction Portal (GCIP), alle damit verbundenen Urheberrechte und die gesamte SDE-Entwicklungsabteilung. Die deutsche GmbH befindet sich im Privatbesitz und

war zuvor Teil der VoicInt Telecommunications GmbH, einem Softwarehersteller für Unified Contact Center Solutions, der sich auf den Einsatz von Genesys CTI Umgebungen spezialisiert hat. Die finanziellen Bedingungen der Bartransaktion werden nicht veröffentlicht und haben keinen Einfluss auf Alcatel-Lucent. (09. Feb.)

### Zahlen

**Adaptive Planning erzielt Rekordergebnisse in 2008 und sieht sich auf die Krise gut vorbereitet.** Die Ergebnisse 2008 waren die besten in der Firmengeschichte. Die Zahlen von 2007 wurden mehr als verdoppelt. Es wurden insgesamt 267 Neukunden in 2008 gewonnen. Insgesamt hat Adaptive Planning jetzt weltweit über 420 Kunden und Tausende nutzen die OpenSource-Version. Das Wachstum international wird auch als gut bewertet. 15% der Kunden sind internationale Kunden. Insbesondere konnte die Kundenbasis in UK verdreifacht werden. (12. Jan.) Hier die vollständige Mitteilung: [Adaptive Planning Announces Record 2008 Results and Strong Company Momentum in the Face of Economic Downturn](#)

**Lawson Software hat Umsatzeinbußen, steigert aber Nettogewinn im Q2/2009 um 13%.** Das Unternehmen weist nach US-GAAP für das Q2, das am 30. Nov. 2008 endete, einen Umsatz von \$206,4m aus, was einen Rückgang um 6% gegenüber dem Umsatz von \$218,6m im Q2 des Vorjahres bedeutet. Durch Währungsschwankungen verschlechterten sich die Umsätze, unabhängig von der Bilanzierungsart, um 5%, da in diesem Quartal Fremdwährungen gegenüber dem US-\$ deutlich schwächer wurden. Die Umsätze aus Lizenzgebühren gingen um 9% bzw. währungsbereinigt um 4% zurück, was auf einen niedrigeren Software-Verkaufsumsatz aufgrund der Weltwirtschaftslage zurückzuführen ist. Die Umsätze aus Beratungsleistungen sanken um 15% bzw. währungsbereinigt um 10%, da sich insbesondere in EMEA die Anzahl der Berater verringert hat. Dem Umsatzrückgang bei Lizenzgebühren und Beratungsleistungen standen 6% bzw. währungsbereinigt 10% Zuwachs beim Wartungsumsatz gegenüber, der aus durchschnittlich höheren Preisen bei Vertragsverlängerungen resultiert. Der Nettogewinn nach US-GAAP im Q2 betrug \$4,2m bzw. \$0,03 pro Aktie, verglichen mit einem Nettogewinn von \$3,7m bzw. \$0,02 pro Aktie, einschließlich aller Abschwächungseffekte, im Vorjahresquartal. Insgesamt wurden 256 Verträge abgeschlossen, verglichen mit 331 im Vorjahresquartal des Geschäftsjahres 2008. Der Durchschnittswert aller Verträge belief sich auf \$96.000 im Vergleich zu \$107.000 im Vorjahr. Lawson Software schloss 240 Verträge mit bestehenden Kunden ab, gegenüber 294 im Vorjahresquartal. Der Durchschnittswert dieser Verträge stieg von \$72.000 im Vorjahr auf \$83.000. Es wurden 16 Verträge mit Neukunden geschlossen, gegenüber 37 im Vorjahresquartal. Der Durchschnittswert der Neukundenverträge sank von \$373.000 im Vorjahr auf \$292.000. Nord- und Südamerika trug 56% zu den Gesamterträgen bei, Europa, der Nahe Osten und Afrika 40% und Asien-Pazifik/Australien-Neuseeland 4%. (13. Jan.)

**Lixto erzielt 60 Prozent Umsatzwachstum im Jahr 2008 und startet 2009 mit neuem Management-Team.** Der Web Intelligence Softwareanbieter Lixto hat im Jahr 2008 zehn neue Kunden in den Marktsegmenten Automobilindustrie, Tourismus sowie Consumer Electronics gewonnen und konnte damit sein Umsatzwachstum um 60% gegenüber dem Jahr 2007 steigern. Unter anderem startete Lixto 2008 erfolgreich auf dem Markt in UK und hat im Segment Online Competitive Intelligence mit zwei neuen Kunden langfristige SaaS-Verträge für seine Lösungen abgeschlossen. Wie das Unternehmen außerdem bekanntgab, hat Lixto Christian Koestler als neuen Geschäftsführer berufen. Koestler übernimmt die Leitung der Bereiche Sales & Marketing sowie Professional Services und bildet damit mit Geschäftsführer Marcus Herzog das neue Management-Team von Lixto. Herzog, einer der Gründer von Lixto, leitet weiterhin die Bereiche Forschung und Entwicklung, Produktmanagement und -marketing sowie IT. Zu den von Lixto gewonnenen neuen Kunden im Jahr 2008 zählen unter anderem Fujitsu Siemens und der Automobilzulieferer Kautex. (13. Jan.)

**Acorn Systems meldet 31% Umsatzsteigerung in 2008.** Wenn man selber Anbieter von Kosten- und Profitabilität-Management ist, sollte man die Krise nicht fürchten, sondern davon sogar profitieren. So macht es Acorn Systems vor: 31%

Umsatzsteigerung von 2007 zu 2008, das beste Ergebnis in der 12 jährigen Firmengeschichte. Acorn machte in 2008 Neugeschäft mit Morgan Stanley, Wachovia, Cemex, Coca Cola, ING, AMER Sports, Fortis, Constellation Energy Group und Central Garden & Pet und anderen. Das Wachstum in 2008 begründet sich auch auf den Erfolg von Acorn International, die in Amsterdam sitzen und sich auf Beratungspartner wie Avisen, B&M Consulting, Batuman Consulting, Intelligent Management Solutions, Ikan Consulting, SYNERGY Group und WesleyQuest stützen. Acorn International betreut inzwischen UK, EMEA, Asia-Pacific und Latein-Amerika. (21. Jan.)

**Während die Kleinen im Markt (noch) im Erfolg schwimmen, sind die Großen krisenanfällig: Bei Microsoft bricht der Gewinn weg, die Stellen auch.** Weil die Wirtschaftskrise dem weltgrößten Softwarekonzern zugesetzt, streicht Microsoft bis zu 5.000 Arbeitsplätze (rund 5% aller Stellen) weltweit. Es ist das erste Mal in der Geschichte des Unternehmens, dass konzernweit Mitarbeiter gehen müssen. Im abgelaufenen Quartal gab es einen Gewinneinbruch von 11% auf \$4,17 Milliarden. Die Zahlen fielen schlechter aus als von Analysten zuvor geschätzt. Die Microsoft-Aktie verlor zum Handelsstart in New York rund 7% auf etwa \$18. Microsoft-Chef Steve Ballmer räumte ein, der Konzern sei nicht immun gegen die Konjunkturalfahrt. Microsoft werde aber aus der Krise als noch stärkerer Branchenführer hervorgehen. In dem am 31.12. abgeschlossenen Q2 wuchs der Konzernumsatz lediglich um 2% auf \$16,63 Milliarden. Im Kernbereich mit dem Betriebssystem Windows sanken die Erlöse als Folge des schwachen PC-Marktes um 8%. Durch gute Verkäufe von Softwarelizenzen für Unternehmen stiegen die Umsätze dagegen im Server-Bereich. Die Erlöse der Entertainment- Sparte mit der Spielekonsole Xbox legten leicht zu. (22. Jan.) Mehr dazu bei der [Computerwoche](#)

**Alles bestens bei der Software AG: ein gutes Jahr 2008.** Die Software AG (Frankfurt TecDAX: SOW) ist im Geschäftsjahr 2008 weiter gewachsen: Es war das erfolgreichste Jahr in der Unternehmensgeschichte. Der Konzernumsatz (IFRS ungeprüft) belief sich auf 720,6m Euro (Vj. 621,3m Euro). Dies entspricht einem Wachstum von 16%. Der Produktumsatz wuchs um 19% auf 539,1m Euro (Vj. 454,2m Euro). Das operative Ergebnis (EBIT) steigt um 32% auf 180,5m Euro (Vj. 136,8m Euro). Der Jahresüberschuss konnte vom Unternehmen ebenfalls um 31% von 88,4m Euro auf 115,9m Euro gesteigert werden. Die positive Entwicklung basiert auch auf dem erfolgreichen Markteintritt in Brasilien, der erfolgreichen Integration von webMethods sowie dem weiteren organischen Wachstum des neuen Geschäftsbereichs webMethods. Der Geschäftsbereich ETS, das Datenmanagement mit den Produkten Adabas und Natural, ist vor allem durch die Markterweiterung in Brasilien weiter gewachsen. ETS erzielte einen Konzernumsatz von 404,9m Euro und damit eine Steigerung von 6% gegenüber dem Vorjahr (383,1m Euro). Der Umsatz des Geschäftsbereichs webMethods konnte um 33% auf 315,7m Euro (Vj. 238,1m Euro) gesteigert werden. Dies ist auf organisches Wachstum sowie auf die Akquisition von webMethods, Inc. zurückzuführen, deren Umsätze ab dem 25. Mai 2007 konsolidiert wurden. Der neue Geschäftsbereich webMethods trug in 2008 bereits mit 44% zum Gesamtumsatz bei, einer deutlichen Steigerung im Vergleich zu 38% in 2007. Dies bestätigt die Unternehmensstrategie, mit webMethods den Wachstumsmarkt Integrationssoftware (SOA/BPM) zu erschließen und somit neben ETS einen zweiten Geschäftsbereich aufzubauen, der ein langfristiges Wachstum des Unternehmens ermöglicht. Die Software AG will ihr profitables Wachstum auch im Geschäftsjahr 2009 fortsetzen. Auf Grund der nach wie vor unsicheren weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist die Prognose jedoch schwieriger und zurückhaltender als im Vorjahr. „Aus heutiger Sicht erwarten wir für den Konzernumsatz eine Steigerung um währungsbereinigt 4% bis 8%“, sagt Karl-Heinz Streibich. Die EBIT-Marge soll sich im kommenden Jahr auf 24,5% bis 25,5% belaufen. Operative Schwerpunkte liegen im laufenden Geschäftsjahr 2009 auf der weiteren Markterschließung in Brasilien und Japan sowie auf dem Ausbau des Beratungs- und Produktgeschäfts im wachstumsstarken Neugeschäft webMethods. (27. Jan.)

**Sun's Q2/2009 Ergebnisse.** Dank der Solaris-basierten Chip-Multithreading (CMT) Systeme, der Software, dem x64-Server-Vertrieb und dem Open-Storage-Business, waren die Q2-Ergebnisse des Geschäftsjahrs 2009 besser als erwartet. Sun berichtete zweistelliges Wachstum in all diesen Sparten und die Produktmargen stiegen um 4% gegenüber dem Vorquartal. Sun Software legte gegenüber dem Vorjahresquartal um 21% zu. Java Software stieg sogar um 47%, MySQL und Infrastruktur-Software um 55%. Solaris, Management und

Virtualisierungssoftware verzeichneten allerdings einen Rückgang um 29%. Das alles aber reichte nicht, um einen Verlust von \$209m zu vermeiden (\$0,28 pro Aktie). Auch sank der Umsatz im Q2 um 10,9% auf \$3.220 Milliarden. (27. Jan.) Hier die [Pressemeldung von Sun](#).

**SAP berichtet zweistelliges Wachstum bei den software- und softwarebezogenen Serviceerlösen im Jahr 2008 und wird rund 3.000 Stellen abbauen.** Das Betriebsergebnis (Non-GAAP) stieg währungsbereinigt um 24%. Die Operative Marge (Non-GAAP) erhöhte sich währungsbereinigt um 1,1 Prozentpunkte. Das Ergebnis je Aktie (Non-GAAP) stieg um 16 %. „2008 war ein Jahr mit zwei völlig unterschiedlichen Hälften. Nach einem erfolgreichen ersten Halbjahr begann am Ende des dritten Quartals die schlimmste Finanz- und Wirtschaftskrise der letzten Jahrzehnte. Trotz des schwierigen Umfelds war 2008 insgesamt ein erfolgreiches Jahr für die SAP. „Wir erzielten zweistellige Wachstumsraten bei den software- und softwarebezogenen Serviceerlösen und erhöhten unseren Marktanteil gegenüber anderen Anbietern von Core Enterprise Applications“, sagte Henning Kagermann, Vorstandssprecher der SAP. „Als die Krise uns traf, haben wir sehr schnell reagiert und die notwendigen Kostensenkungsmaßnahmen eingeleitet. Daher haben wir auch unsere Profitabilitätsziele übertreffen können.“ SAP erwartet, dass die Marktbedingungen im Jahr 2009 schwierig bleiben. Zudem entfallen 2009 auch die positiven Effekte aus der Akquisition von Business Objects. Darüber hinaus werden die Ergebnisse des ersten Halbjahres 2009 mit den entsprechenden Vorjahresergebnissen nur schwer vergleichbar sein, da im ersten Halbjahr 2008 noch vor Beginn der Wirtschaftskrise sehr starke Ergebnisse erwirtschaftet wurden. SAP wird das im Oktober 2008 initiierte Programm zur Kostensenkung fortführen und weitere Kosten reduzierende Maßnahmen ergreifen. Die Entwicklung aller variablen Kosten einschließlich der Ausgaben für externe Dienstleistungen und Investitionen wird weiterhin konsequent überwacht. Um die Leistungsfähigkeit der SAP an das aktuelle Marktumfeld und die Auswirkungen der globalen Rezession anzupassen, beabsichtigt SAP zudem, die weltweite Anzahl der Stellen zum Jahresende 2009 unter konsequenter Ausnutzung der natürlichen Fluktuation auf 48.500 zu reduzieren. (Weitere Informationen wird die SAP auf ihrer Internetseite unter [www.sap.com](http://www.sap.com) zur Verfügung stellen.) Das Unternehmen erwartet durch diese Reduzierung ab dem Jahr 2010 jährliche Einsparungen in Höhe von etwa 300 bis 350m €. (28. Jan) Die Details finden Sie [hier](#)

**CA Q3/2009 Ergebnisse: Gewinn rauf, Umsatz runter.** Der Gewinn gemäß GAAP stieg im Q3/2009, das am 31. Dez. 2008 endete, um 29% auf \$0.40 pro Aktie. Der Umsatz allerdings sank um 5% auf \$1,042 Milliarden (währungsbereinigt war der Umsatz gleichbleibend). Der Auftragseingang sank um 2% auf \$1.248 Milliarden (währungsbereinigt ein Anstieg um 3%). Die CA-Pressemittelung vom 29. Jan. finden Sie [hier](#)

**Informatica meldet für 2008 Rekordumsatz von \$455,7m und wächst um 16%.** Informatica Corporation hat die Finanzzahlen für das Q4/2008 das Jahr 2008 veröffentlicht. Der Umsatz für das Q4/2008 betrug \$124,4m, ein Anstieg von 9% gegenüber den \$113,9m aus dem Q4/2007. Der Lizenzumsatz im Q4 lag bei \$57,2m, ein Plus von 4% gegenüber den \$54,9m im Q4/2007. Für das am 31. Dezember beendete Geschäftsjahr 2008 lag der Umsatz bei \$455,7m, ein Anstieg von 16% gegenüber den \$391,3m in 2007. Der Lizenzumsatz für das Jahr 2008 lag bei \$195,8m, ein Plus von 12% gegenüber den \$175,3m im Jahr 2007. Zu den seit Oktober 2008 erreichten Meilensteinen zählen:

- Gewinnung von 84 Neukunden und Folgegeschäft mit 279 Kunden
  - Marke von 50 OEM-Partnern erreicht
  - Abkommen mit der NEC Corporation: NEC wird PowerCenter künftig unter eigenem Markennamen als ‚Infotram Data Coordinator Solution Suite‘ in Japan vermarkten.
  - Erster On-Demand-Datensynchronisierungsservice für Cloud-Computing
- Die vollständige Pressemeldung (03. Feb.) finden Sie [hier](#).

**Auch ATG's 2008 Zahlen sind ordentlich.** Der Umsatz im Q4/2008 stieg um 16% auf \$45.4m und der Jahresumsatz 2008 stieg um 20% auf \$164.6m. Mit anderen Worten: In den USA wird auch in der Krise weiter in eCommerce investiert. Das zeigen insbesondere die guten Werte bei den Produktlizenzen. Nach GAAP stiegen die im Q4 um 59% auf \$15.1m und im Geschäftsjahr 2008 um 55% auf \$47.4m. Neu- und Altgeschäft machte ATG mit Kunden wie B&Q (eine Kingfisher-Company), Collective Brands, Corel, DirecTV, HEB Grocery, Lexmark, Shop Direct

Group und Sephora. Der Gewinn gemäss GAAP stieg im Q4 auf \$3.5m (\$0.03 pro Aktie) im Vergleich zu \$782T (\$0.01 pro Aktie) im Q4/2007. Der GAAP-Jahresgewinn 2008 stieg auf \$3.8m im Vergleich zum Verlust von \$4.2m in 2007. (05. Feb.) Weitere Details finden Sie [hier](#)

### Trends

**Lycos schließt die Tore in Europa.** Wer erinnert sich noch: In den späten 90er Jahren war Lycos eine führende Suchmaschine – lange bevor der Name „Google“ bekannt war. Der Rückzug aus Europa – in den USA bleibt Lycos noch am Markt – ist ein weiterer Meilenstein, der den Machtwechsel in diesem Markt anzeigt. Mehr dazu bei [eContent](#)

**Nun sieht auch Gartner mehr regulatorische Compliance kommen als Konsequenz der Finanzkrise.** Erinnern wir uns: Die Sarbanes-Oxley Auflagen waren eine direkte Folge des Enron-Skandals. Daher kann man jetzt mit weiteren Auflagen und Verschärfungen rechnen. Die Auswirkungen von Sarbanes-Oxley zwingen insbesondere viele Unternehmen in ECM (enterprise content management) zu investieren. ECM war seitdem eng verbunden mit regulatorischer Compliance. Erst mit dem Aufkommen von Web 2.0 hatte sich das gewandelt, und der Fokus im ECM schwenkte zu sozialen Netzwerken, Wissensmanagement und Kollaboration. Eine neue Regulationswelle könnte den ECM-Markt nochmals umgestalten, mindestens aber eine zusätzliche Stoßrichtung schaffen. Dazu kommt der neue, gerade verabschiedete CMIS Standard [CMIS content management standard](#), und dann haben wir einen Mix, der den ECM-Markt stark nach vorne treiben könnte. Hier steckt also Potential, erzeugt zum Teil durch die Krise: Eine ECM Renaissance steht uns bevor. Mehr dazu bei [ChannelWeb](#) und [NetworkWorld](#)

**US-IT-Gehaltsspiegel: die Dot-Com-Blase war ein Spaziergang verglichen mit dem heutigen Job-Markt.** Janco Associates malen ein düsteres Bild der Aussichten für IT-Professionals: In all den 15 Jahren seitdem man den Gehaltsspiegel herausgibt, sei die Lage noch nie so schlecht gewesen. Man sieht ein massives Überangebot an IT-Talenten im US-Markt bedingt durch Unternehmensschliessungen, Stellenstreichungen, Kostensparprogrammen, Outsourcing und IT-Senioren, die wieder arbeiten wollen, wo hingegen nur wenige Unternehmen noch einstellen. Mehr dazu bei [TheRegister](#)

**Neue und alte Medien schließen sich nicht aus.** Bill Ives hat einen Beitrag auf dem *FastForward* Blog zu neuen versus alten Medien. Seine Meinung: die neuen Medien setzen auf den alten auf, ersetzen sie aber in der Regel nicht. Beispielsweise ist Twitter der Nachfolger des Bloggens, aber wird das Bloggen nicht ablösen. Denn Twitter ist zwar der neueste Hype des Web 2.0, aber eine Nachricht mit 140 Zeichen kann niemals wirklich tiefgehende Argumente diskutieren. Ein anderer Nachteil von Twitter besteht darin, dass Twitter nicht threaded ist, man also keine Konversationen aufbauen kann. So werden gewisse Blogs zu Twitter werden, aber eben nicht alle. Mehr dazu im [FASTforward Blog](#)

### Kurzmeldungen:

**Auswertung von Kundendaten schafft Wettbewerbsvorteile.** Lesen Sie in der [Computerwoche](#) einen Bericht zum Customer Intelligence Check 2008.

**Die Trends im SaaS Web Content Management** finden Sie bei [CMS Wire](#)

**Gartner streicht zwei Gross-Veranstaltungen wegen der Krise.** Die Hintergründe dazu bei der [Computerworld](#).

**...und die SAP sagt die Sapphire in Europa ab.** Mehr dazu bei [ChannelPartner](#)

**Und zum Schluss:**

**Universitäts-Professor findet heraus: Zwei Google-Searches generieren soviel CO2 wie das Kochen eines Kessels Wasser.** Die Fakten finden Sie bei der [TimesOnline](#).

**Termine**



17./18. Februar, München

**Business Mashups 2009 - Beyond SOA und BPM.** Im Rahmen von Business Mashups stellt die IT-Abteilung Komponenten und Services bereit, und die Fachbereiche bauen sich mit Hilfe der Service Delivery Plattform eigene Anwendungen. Dieser Wandel in der Zusammenarbeit zwischen Business und IT steht im Zentrum der Konferenz Business Mashups 2009, die vom 17. bis 18. Februar 2009 in München stattfindet. Dr. Wolfgang Martin und der it verlag freuen sich auf Ihr Kommen! Anmeldung und weitere Informationen auf [www.businessmashups.de](http://www.businessmashups.de)



19. Februar, Webinar

**Operational Intelligence:** Mit Sichtbarkeit und schneller Reaktion der Rezession entgegenwirken. Um mehr über **Operational Intelligence** zu erfahren und dabei die Vitria M<sub>3</sub>O Lösung kennenzulernen melden Sie sich gleich zum [Webinar](#) von **Dr. Wolfgang Martin** und **Vitria Technology** an!



03./08. März, Hannover

**CeBIT 2009.** Das BI/BPM-Forum und die CRM-Arena sind diesmal beide in der Halle 4. Mehr Informationen dazu finden Sie hier <http://www.forum-bi-bpm.com/>

Handelsblatt  
Veranstaltungen

24./25. März 2009, Düsseldorf

**CUSTOMER 2009:** Leistungsstarke Stammkunden beflügeln das Geschäft – Kundenloyalität zahlt sich aus! Themen im Fokus:

- Multi-Channel-Strategien als Königsweg zur langfristigen Kundenbindung nutzen
- Neukunden in gesättigten Märkten gewinnen
- Mit Kundenloyalität und effizienter Bestandskundenpflege Kosten senken
- Erfolgreiches Kundenmanagement im B2B-Bereich betreiben
- Mit neuen Tools wie Viralem Marketing, Social Blogging und Community Management den Kundenwert steigern und so Ab- und Umsatzsteigerungen erzielen
- Erfolgreiches Informationsmanagement und neue Konzepte im Bereich Database Marketing und Loyalitätsmessung anwenden

Weitere Informationen auf: <http://vhb.handelsblatt.com/customer>

02./03. April, Frankfurt am Main

**SOA für Prozessmanager, IT-Manager und IT-Architekten:** Alignment, Governance, Compliance, Technologie. Ein Seminar mit Prof. Dr. Matthias Goeken, Dr. Wolfgang Johannsen, Dr. Wolfgang Martin und Nicolas Repp. Lernziele, Programm und Anmeldung finden Sie hier [www.frankfurt-school.de/soa](http://www.frankfurt-school.de/soa)

Weitere Information stehen im Internet zur Verfügung:

Wolfgang Martin Team <http://www.wolfgang-martin-team.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](mailto: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](http://www.wolfgang-martin-team.net)

Inhalt, Zusammenstellung, Anzeigen, Sponsorship:  
Dr. Wolfgang Martin

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](mailto: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](http://www.HBI.de)