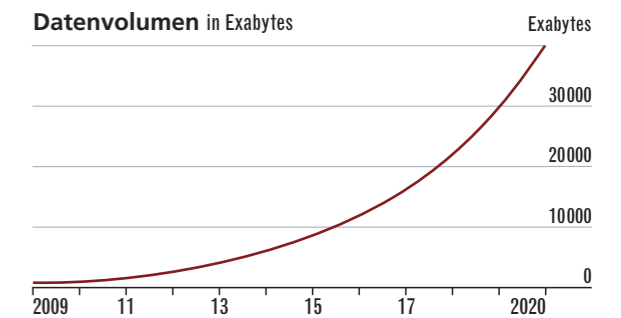




Daten in der City:
Steigende Informationsvolumina werden unsere Zukunft bestimmen

Datenflut ist nicht aufzuhalten

Das weltweite Datenvolumen erhöht sich rasant, unter anderem auch dank der Verbreitung von sozialen Medien und mobilen Geräten.

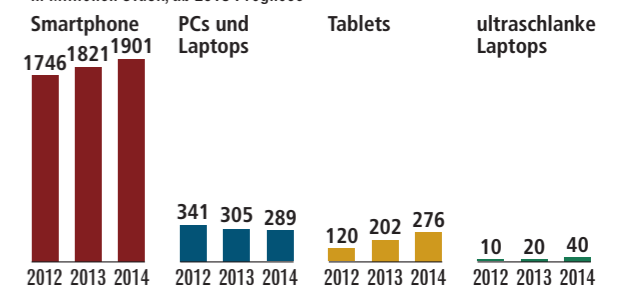


Quelle: Bloomberg

Mobile Zukunft

Die Verbreitung von Smartphones und Tablets wird viele Zukunftstrends beeinflussen, von der Notwendigkeit, Daten zu schützen, bis zur Nutzung mehrerer Bildschirme.

Verkaufte Computer weltweit
in Millionen Stück, ab 2013 Prognose



Quelle: Gartner

Trendreport

ZUKUNFT RELOADED

Uhr statt Handy, Smartphone statt Kreditkarte, Tablet statt Fernseher: So investieren Sie in die sechs größten Wachstumschancen der Moderne

Es geht schneller, als man denkt. Heimlich, still und leise sind Daten, die jeder von uns im Sekundentakt produziert – beim Abschicken einer E-Mail oder beim Posten eines Katzenfotos auf Facebook – zur neuen Währung aufgestiegen. Von 2005 bis 2020 wird das globale Datenvolumen um den Faktor 300 wachsen, dann wird sich dieses digitale Universum alle zwei Jahre verdoppeln, sagen die Analysten des Marktforschungsunternehmens IDC voraus. Dabei wurden allein 2012 satte 68 Prozent aller bislang produzierten Daten von Menschen geschaffen und konsumiert.

Das wachsende Datenvolumen wird auch dazu beitragen, dass Unternehmen nach neuen Speicher- und Analysemöglichkeiten suchen und sich mit höchster Priorität um die Sicherheit der Daten kümmern müssen. Steigende Komplexität der Daten bedeutet auch, dass Unternehmen verstärkt auf Lösungen mit mehr Rechenkapazitäten wie Cloud-Computing setzen werden.

FOCUS-MONEY nahm die wichtigsten Trends der Zukunft, die bereits heute schnell an Bedeutung gewinnen, unter die Lupe. Eine Übersicht der wachstumsstärksten Bereiche und der Unternehmen, die davon profitieren.



INTEGRIERTES UND SMARTES FERNSEHEN

Der Fernseher, so wie wir ihn kennen, stirbt und wird immer mehr zum Smartphone-Anhängsel. Bereits jetzt besitzen laut Bitkom 58 Prozent der in Deutschland verkauften TV-Geräte einen Internet-Anschluss. „Internet-Fernseher werden höchstwahrscheinlich das nächste große Gebrauchsgut sein“, schreiben die Analysten von CM Research in ihrem Trend-Report für 2014. Laut Einschätzungen von Gartner wird 2014 die Zahl der Smart-TVs von 69 auf 108 Millionen steigen. 2016 dürfte es weltweit bereits 198 Millionen internetfähiger Fernseher geben.

Bereits heute surfen nach Angaben des Beratungsunternehmens Mücke, Sturm & Company 84 Prozent der Internet-Nutzer zwischen 14 und 49 Jahren während des Fernsehens mit einem anderen Gerät im Internet. Fast die Hälfte ruft dabei Informationen auf, die mit dem TV-Inhalt zu tun haben.

Eine Riesenchance für die E-Commerce-Branche: So kann eine Zuschauerin während der Ausstrahlung von „Germany's Next Topmodel“ passende Schuhe auf dem Tablet angezeigt bekommen, sie sofort kaufen und die

Neuerwerbung über ihren Facebook-Account teilen. Und schon wieder entstehen Daten, die für die weitere Personalisierung von Werbeeinheiten genutzt werden können.

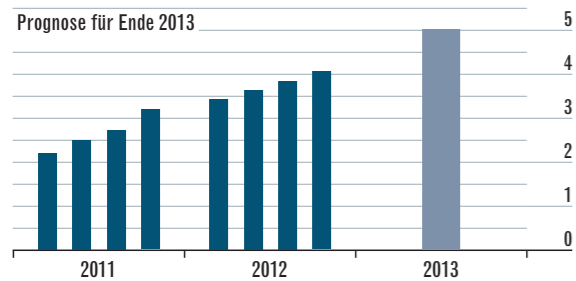
Der Trend, der dahintersteckt: Immer mehr Menschen benutzen Smartphones als zweiten Bildschirm („Second Screen“). Dabei können sie nicht nur mit den Inhalten der gerade laufenden Sendung interagieren, sondern über spezielle Apps wie „Couchfunk“ oder „Simul-TV“ mit anderen Nutzern über das aktuelle Fernsehprogramm diskutieren. Dieses Phänomen heißt Social TV und trägt zur weiteren Personalisierung des Fernsehens bei.

Der neue vernetzte Fernseher wird auch von den mächtigen Internet-Konzernen der Welt genau beobachtet. Mit seinem TV-Stick Chromecast, der nur 35 Dollar kostet, hat Google Großes vor (s. FOCUS-MONEY 33/2013). Mit Hilfe des TV-Sticks lässt sich der Fernseher über ein mobiles Gerät steuern. Der Nutzer kann aber auch Inhalte aus dem Internet direkt auf dem großen Bildschirm anschauen. Typisch Google: Durch eine notwendige Installation des Chrome-Browsers hat der Suchmaschinen-Konzern Zugang zu allen Daten der Nutzer. ▶

Begehrte Internet-Videos

Bereits 2013 könnte die Zahl der Online-Video-Abonnenten in den USA bei fünf Millionen liegen. Davon profitiert Google mit dem TV-Stick Chromecast.

Online-Video-Abonnenten in den USA

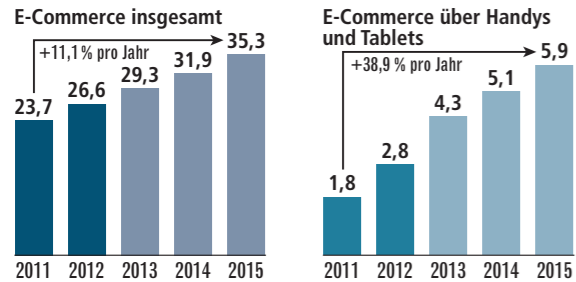


Quelle: Mücke, Sturm & Company

Deutsche kaufen mobil ein

Mobile Zahlungen nehmen zu. Allein in Deutschland dürften die Payments über Handys und Tablets bis 2015 um 28,9 Prozent jährlich wachsen.

Umsatz mit E-Commerce in Deutschland in Milliarden Euro, ab 2013 Prognose

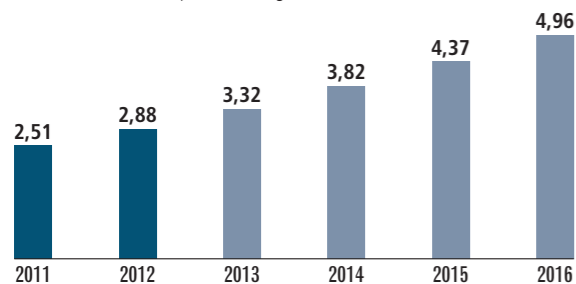


Quelle: Bloomberg

Sicherheit aus der Wolke

Sicherheitssoftware wird immer öfter als Dienstleistung angeboten und trägt zum schnellen Wachstum der Cloud-Software bei.

Umsatz weltweit mit Sicherheitssoftware als Dienstleistung in Milliarden US-Dollar, ab 2013 Prognose



Quelle: IDC

Hier spielt die Zukunftsmusik: Dieses neue Ökosystem, in dem die Verknüpfung zwischen Geräten sowie die Verschmelzung von Hardware und Software von ausschlaggebender Bedeutung sind, wird die Fernsehnutzung fundamental verändern. Die Hardware-Hersteller wie Sony oder Philips werden es aber nicht leicht haben. Das versteht auch LG Electronics. Das koreanische Unternehmen arbeitet gerade an der Verzahnung von Software und Hardware. Nach dem Kauf des Betriebssystems WebOS von HP versucht der Konzern, „clevere“ TV-Geräte mit einem hauseigenen Betriebssystem anzubieten. „Wenn es klappt, könnte LG das erste Unternehmen in Asien werden, das in Sachen Software Apple, Google und Microsoft Paroli bieten kann“, urteilen die Analysten von CM Research. Denn Internet-TV verspricht große Gewinne. Das Marktvolumen des globalen TV-Werbemarkts beläuft sich laut CM Research auf 200 Milliarden Dollar – das Doppelte des Marktes für Online-Anzeigen.



TRAGBARE GERÄTE

Mit der Markteinführung von tragbaren Geräten kann diese Verknüpfung mehrerer Bildschirme noch weiter zunehmen. Jüngst stellte Samsung seine Smart-Uhr „Galaxy Gear“ auf der Elektronik-Messe IFA in Berlin vor. Die Uhr ist mit berührungsempfindlichem Display und einer 2-Megapixel-Kamera ausgestattet, es gibt sogar ein externes Mikro, um Sprachnotizen aufzunehmen.

Bereits heute sind kleine mobile Geräte mit eingeschränkter Funktionalität unter den Fitnessfans sehr beliebt. Dazu gehört beispielsweise Nikes Armbandgerät FuelBand (s. FOCUS-MONEY 22/2013), das Schritte und die verbrannten Kalorien der Nike-Kunden bei unterschiedlichen sportlichen Aktivitäten zählt. Dank eingebauter Sensoren und der Verknüpfung mit Samsungs Gesundheitsapp dürfte Galaxy Gear das Gleiche locker anbieten – und viel mehr. Denn es gibt bereits jetzt mehr als 70 Apps, die auf der Uhr installiert werden können, wie das elektronische Notizbuch Evernote, die Lese-App „Pocket“, eine Messenger-Line oder auch die Fitness-App „MyFitnessPal“. Die Samsung-Uhr wird sich automatisch mit einigen Smartphone-Modellen von Samsung synchronisieren, weitere Modelle werden später hinzugefügt.

Die Idee eines kleinen Gadgets, das immer am Mann oder der Frau ist, ist zwar nicht neu. Doch die bisherigen Versuche von Unternehmen wie IBM, Microsoft, Sony und sogar Samsung selbst sind gescheitert. Heute werden die Spielregeln neu definiert. „Verbesserte Chancen ergeben sich insbesondere auf Grund der verbesserten User-Experience“, erklärt Raphael Heiner, Mobile-Experte bei PricewaterhouseCoopers (PwC). Denn tragbare Geräte der neuen Generation können einfach mehr. Sie sind bequem zu tragen und sehen gut aus. „Die neuen kleineren und leichteren Geräte können jeweils den entsprechenden Modetrends angepasst werden“, sagt Experte Heiner. Für die Akzeptanz dürfte außerdem der geringe Preis sorgen. Experten gehen allerdings davon aus, dass die schlaun Uhren Smartphones nicht ersetzen, sondern ergänzen werden.

Solche Produkte, die ständig am Körper getragen werden, versprechen das nächste große Ding zu werden.

Daran glaubt Samsung mit seinem Galaxy Gear, daran glaubt Apple mit seiner iWatch, daran glaubt auch Google mit seiner intelligenten Brille Google Glass – dazu kommen noch Unternehmen wie Epson und Microsoft, die angeblich an einer eigenen Datenbrille arbeiten. Daran glauben auch die Analysten von Gartner. Sie erwarten, dass sich der Umsatz für solch tragbare Elektronik im Jahr 2016 auf zehn Milliarden Dollar belaufen wird.

Sogar hierzulande, wo die Sicherheitsbedenken viel öfter als im Rest der Welt zu hören sind, ist das Interesse für tragbare Geräte groß. „Fast jeder dritte Bundesbürger hat etwa Interesse an einer Smartwatch, jeder fünfte an einer Datenbrille wie Google Glass. Für neue Produkte, die es vorher so nicht gab, sind dies sehr hohe Werte“, sagt Timm Hoffmann, Bitkom-Referent für Consumer Electronics.

Diese tragbaren Geräte werden viele personalisierte Auswertungs- und Analysemöglichkeiten in den Bereichen Sport, Ernährung und Gesundheitswissenschaften bieten und die Möglichkeiten von Smartphones und Tablets ergänzen. „Technisch betrachtet, können sie sehr genau, nämlich vollständig personalisiert und lokalisiert eingesetzt werden“, sagt Achim Himmelreich, Partner bei Mücke, Sturm & Company. Das heißt, dass beispielsweise Shopping zu einem digitalen Erlebnis wird. So könnte der Shopper Benachrichtigungen über Angebote und Sonderaktionen bekommen, die ihm automatisch in der Nähe bestimmter Läden eingeblendet werden können. Geht der potenzielle Kunde ins Geschäft und bestellt einen Kaffee, erhält er ein Stück Kuchen umsonst. Und kann dann das Ganze über das Smartphone bezahlen.



MOBIL BEZAHLEN

Technologieexperte Achim Himmelreich von Mücke, Sturm & Company, ist sicher: Diese Art von mobilen Zahlungen wird sich mit oder auch ohne tragbare Geräte durchsetzen. „Ein möglicher Fingerabdrucksensor in zukünftigen Smartphones könnte da eher einen weiteren Schub verursachen. Aber insgesamt steigern tragbare Geräte die Bereitschaft, sich auf mobile Dienste einzulassen, und bereiten damit den „Akzeptanz-Boden“, so Himmelreich.

Bereits im vergangenen Jahr erreichte das weltweite Marktvolumen für mobile Zahlungen nach Einschätzungen von Gartner 171 Milliarden Dollar – das ist ein Sprung von 61 Prozent zum Vorjahr. Die Zahl der Nutzer ist um 32 Prozent auf 212 Millionen gestiegen. Und das ist erst der Anfang. „Insbesondere innovative Lösungen wie Mobile Wallets, Mobile Point-of-Sale und In-App-Payments sorgen für starkes Wachstum im Bereich mobile Zahlungen“, sagt Raphael Heiner von PwC. Mit durchschnittlich 42 Prozent dürfte der weltweite Markt für mobile Zahlungen zwischen 2011 und 2016 laut Gartner wachsen und 2016 ein Volumen von 617 Milliarden Dollar erreichen. 448 Millionen Menschen dürften dann mobile Zahlungen nutzen. Eine Riesenchance für Konzerne wie Ebay mit seiner Tochter PayPal, für Visa, Mastercard oder American Express.

Zwar ist vom Tod des Bargelds noch nicht die Rede. „Bis sich mobiles Zahlen als primäres Zahlungsmittel durchsetzt, werden sicherlich noch mehr als zehn Jahre vergehen“, sagt Raphael Heiner von PwC. Allerdings ist der

Trend nicht mehr aufzuhalten. So erwartet der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom), dass der Anteil der mobilen Zahlungen in Deutschland bis 2020 bei zehn bis 15 Prozent liegen könnte. „In Zukunft sehen wir die ‚Mobile Wallet‘ – das mobile Portemonnaie im Smartphone – als den Treiber auch für mobile Zahlungen“, sagt Steffen von Blumröder, Bereichsleiter Banking & Financial Services bei Bitkom. „Erst die Kombination mit Rabatten oder Kupons wird für die meisten den entscheidenden Mehrwert bieten, um Bargeld und Karten mit dem Smartphone zu ersetzen.“

Schon heute kann man per QR-Code mit dem Smartphone einen Besuch in Berliner Staatsmuseen planen, virtuelle Karten kaufen und über ein entsprechendes Terminal ins Museum eingelassen werden. Die US-Kaffeehauskette Starbucks setzt aufs mobile Bezahlen in eigenen Läden in den USA – mehr als zehn Prozent aller Zahlungen laufen mittlerweile über eine Starbucks-App, eine Passbook-App von Apple oder Square Wallet. „In Zukunft werden die Smartphone-Akzeptanz und die mobile Kaufbereitschaft weiter zunehmen“, schreiben die Analysten der Beratungsfirma Mücke, Sturm & Company in einer Studie.

DATENSICHERHEIT

Diese Übertragung von Bezahlvorgängen mit Hilfe von Cloud-Lösungen oder auch speziellen NFC-Chips, die direkt in Handys eingebaut sind, ist nur dann möglich, wenn Nutzer genug Vertrauen an den Tag legen. Denn wenn es um private Daten geht, ist Datensicherheit so wichtig wie nie zuvor.

So hat sich die Zahl von schädlichen Online-Links im vergangenen Jahr weltweit fast versiebenfacht, die Anzahl der Angriffe auf Regierungsseiten stieg in den vergangenen fünf Jahren um fast 800 Prozent. Die Internet-Kriminalität kostet Unternehmen jährlich eine Billion Dollar, berechnete McAfee. „Mit der weiteren technologischen Entwicklung wird sich auch die Zahl der möglichen Angriffsbereiche vermehren“, warnen die Analysten von CM Research. Die Experten von Bloomberg bestätigen: „Cyber-Sicherheit gehört zu den Bereichen, in denen die privaten sowie öffentlichen Ausgaben am schnellsten wachsen.“ Allein im vergangenen Jahr sind die weltweiten Ausgaben für Sicherheitssoftware um knapp acht Prozent auf 19,2 Milliarden Dollar gewachsen. Mit der Snowden-Affäre dürfte die Zahl im laufenden Jahr weiter steigen. 2016 dürfte der globale Markt für Sicherheitslösungen bereits 86 Milliarden Dollar betragen.

Vor allem Bereiche wie mobile und Cloud-Lösungen gewinnen an Bedeutung. Im schnell wachsenden Markt für Smartphones und Tablets werden immer mehr Internet-Kriminelle versuchen, eine Hintertür zu den persönlichen Nutzerdaten und Transaktionen zu finden. Allein im vergangenen Jahr ist die Zahl der schädlichen Programme für mobile Geräte laut einer Symantec-Studie um 58 Prozent gestiegen. Das spielt in die Hände von Sicherheitsunternehmen wie Cisco oder McAfee, der Intel-Tochter.

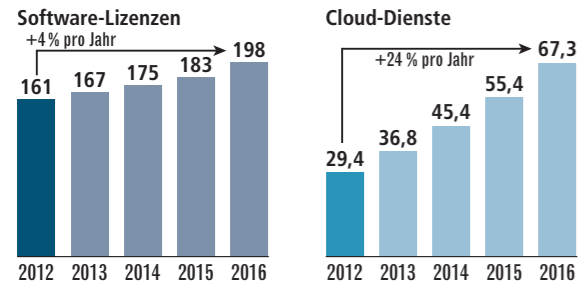
Von diesem Bedürfnis nach mehr Sicherheit profitieren nicht nur einschlägige Spezialisten, sondern auch Software-Unternehmen, die es rechtzeitig schaffen, eigene



Cloud verdrängt „alte“ Software

Immer mehr Software-Hersteller steigen auf das neue Geschäftsmodell um und bieten ihre Produkte direkt aus der Datenwolke oder Cloud an.

Umsatz mit Software-Lizenzen und Cloud-Diensten in Milliarden US-Dollar, ab 2013 Prognose

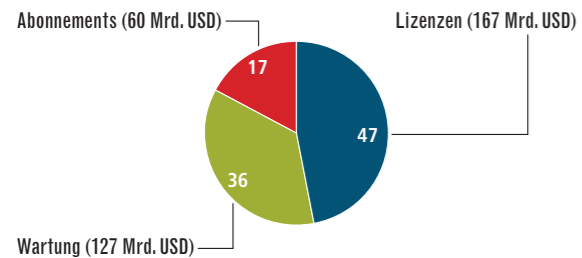


Quelle: Bloomberg

Software-Abonnements wachsen schnell

Bisher macht das Geschäft mit Software-Abonnements nur 17 Prozent des gesamten Software-Markts aus, wächst aber mit 16 Prozent im Jahr am schnellsten.

Verteilung der Umsätze in der Software-Branche in Prozent, Gesamtumsatz: 350 Mrd. US-Dollar

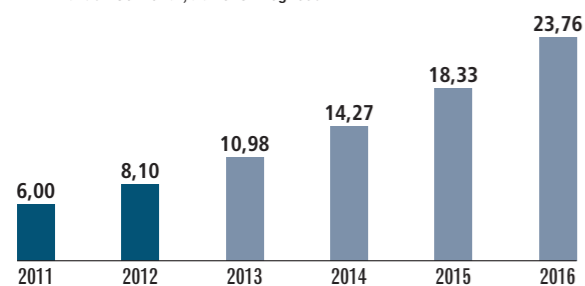


Quelle: Bloomberg

„Große Daten“ auf dem Vormarsch

Der Markt für Big-Data-Lösungen dürfte bis 2016 um durchschnittlich 32 Prozent wachsen. Das bedeutet gute Chancen für Unternehmen wie Splunk und Tableau.

Umsatz mit Big-Data-Lösungen in Milliarden US-Dollar, ab 2013 Prognose



Quelle: Bloomberg

Produkte sicherer zu machen. Daher sind die größten IT-Konzerne wie Oracle, SAP, IBM, Microsoft und EMC gerade dabei, ihre Produkte gegen mögliche Hacker-Angriffe aufzurüsten. Im Juli kaufte Intel den „nur“ 278 Millionen Euro teuren finnischen Sicherheits-Software-Hersteller Stonesoft, um die Netzsicherheitssparte von McAfee zu stärken. Weitere Zukäufe dürften nicht auf sich warten lassen. So gehen die Analysten von CM Research von einer Reihe von Übernahmen von Computer- und Netzsicherheitsspezialisten wie Symantec, Checkpoint, Qihoo, Verint, Trend Micro oder Proofpoint in den nächsten zwei Jahren aus. Das dürfte dann zusätzliches Geld in die Kassen dieser Konzerne spülen und den Kurs befeuern.



CLOUD-TECHNOLOGIEN

Dabei unterliegen Software-Hersteller auch einem anderen großen Trend: Verbreitung der Cloud-Technologien. Immer öfter wird Software, einschließlich Sicherheitssoftware, aus dem Netz angeboten. Dabei müssen Kunden keine Programme auf ihren eigenen Servern und Rechnern installieren, sondern können sie direkt über einen Browser benutzen. Derzeit beträgt das Marktvolumen für solche Cloud-basierten Dienste nach Angaben von Marktforscher IDC 29 Milliarden Dollar – und dürfte in den nächsten fünf Jahren um 24 Prozent jährlich wachsen. Allein in Deutschland legt der Markt für Cloud-Computing im laufenden Jahr voraussichtlich um 47 Prozent auf 7,8 Milliarden Euro zu, berichtet Bitkom. Bis 2016 dürfte der Umsatz mit Cloud-Diensten hierzulande auf 20,1 Milliarden Euro steigen. „Der Trend ist nicht mehr aufzuhalten“, sagt Cloud-Experte Markus Vehlow von PwC.

IT-Riesen wie SAP, Oracle und IBM sind dabei, sich ein Stück vom Cloud-Kuchen zu holen. Im Juni 2013 kaufte IBM den Cloud-Hosting-Spezialisten Softlayer, um die eigenen Wolken-Lösungen weiterzuentwickeln. Oracle hat vor ein paar Monaten eine Kooperation mit dem Cloud-Unternehmen Salesforce angekündigt, um die Cloud-Dienste der beiden Konzerne – Software, Plattformen und Infrastruktur – gegenseitig zu integrieren. „Eine Partnerschaft mit Salesforce bedeutet eine Anerkennung seitens Oracle, dass Cloud-basierten Technologien die Zukunft gehört“, sagen die Analysten von CM Research.

Außerdem wechseln immer mehr Unternehmen ihr Geschäftsmodell. Die weltweiten Zuwachsraten bei Software-Lizenzen schrumpfen bereits seit 2004 – Cloud-Modelle sind parallel auf dem Vormarsch. Ein Paradebeispiel dafür bietet Adobe mit seinem Abo-Modell „Creative Cloud“. Adobes Programme für kreative Köpfe – wie das Bildbearbeitungsprogramm Photoshop oder die Videobearbeitungssoftware Premiere – werden künftig nur noch im Abo-Modell statt als Verkaufsversion angeboten.

Die Kunden zahlen dabei etwa 60 Euro im Monat für die Nutzung der Programme. Bis Herbst 2015 will Adobe vier Millionen Abo-Kunden haben. „Die ‚Creative Cloud‘ weist schon in die richtige Richtung“, sagt Achim Himmelreich, Partner bei Mücke, Sturm & Company.

Dagegen expandiert der Markt für konventionelle Lizenz-Software nur langsam und verspricht noch kaum Überraschungen. So erwarten die Analysten von IDC, dass das Marktvolumen in den nächsten drei Jahren ►

nur noch um vier Prozent jährlich wachsen wird. Erklärt wird das mit dem weltweit schwachen konjunkturellen Umfeld – und dem Umschalten auf das Cloud-Modell, durch das die Kunden auch Kosten sparen können.



BIG DATA UND DATENVISUALISIERUNG

Kosten sparen können Unternehmen auch dann, wenn sie mit Hilfe von ausgeklügelten Analysen bessere Entscheidungen treffen können. Vor allem der Analyse von Big Data – sprich von großen unstrukturierten Datenmengen wie Kundeninformationen, aber auch GPS-Signalen, Tweets, Fotos und Videos (s. FOCUS-MONEY 9/2013), wird eine große Zukunft zugeschrieben. Laut IBM ist Big Data der wichtigste Wachstumsbereich für die nächsten zehn Jahre. „Durch die Nutzung von Big Data gewinnen Unternehmen neue Erkenntnisse, mit denen sie ihre strategische und operative Steuerung, etwa im Hinblick auf Risikominimierung, Kundenbindung, Marktpositionierung oder Profitsteigerung, verbessern können“, sagt Michael Rasch, Partner bei PwC.

Laut IDC wird der Markt für Big-Data-Lösungen in den nächsten fünf Jahren im Durchschnitt um 32 Prozent wachsen. Bereits im vergangenen Jahr stieg das Marktvolumen um ein Viertel auf 8,1 Milliarden Dollar an. Dabei wird der Gesamtumsatz zwischen Infrastruktur (38 Prozent), Software (24 Prozent) und Dienstleistungen (38 Prozent) aufgeteilt. „Es werden täglich jede Menge Daten generiert, aber der Großteil nicht intelligent ausge-

wertet“, erklärt Achim Himmelreich. „Und daher kommt der Strukturierung und Interpretation der Daten aktuell die größte Bedeutung zu. Wem dies gelingt, der wird einen erheblichen Wettbewerbsvorteil generieren“.

In der Tat: Daten zu sammeln und zu strukturieren ist lediglich der erste Schritt. Damit Daten auch Sinn ergeben, müssen sie verständlich dargestellt werden. Deshalb werden künftig auch hochwertige Datenvisualisierungen an Bedeutung gewinnen. Das haben Unternehmen wie Tableau Software, Splunk und Qlik mittlerweile erkannt. So ging das US-Unternehmen Tableau, das Analyse- und Business-Intelligence-Software entwickelt, im Mai dieses Jahres an die Börse. Seitdem hat sich der Kurs verdoppelt. Damit gehört der Börsengang von Tableau zu den erfolgreichsten unter den Software-Unternehmen im ersten Halbjahr. Außer Bezahlsoftware bietet das 4,3 Milliarden Dollar schwere Unternehmen auch eine Gratis-Version Tableau Public mit wenigen Funktionen an, die bei Online-Journalisten sehr beliebt ist. Vor Kurzem führte das Unternehmen mit Tableau Online auch eine Cloud-Version seiner Software ein. Bisher hat Tableau 65 000 Nutzer, 12 000 sind zahlende Kunden. Allein im abgelaufenen Quartal sind mehr als 1500 neue Kunden dazugekommen. Eine Rekordzahl. Alles sieht danach aus, dass sie auch das Potenzial visueller Datenanalyse erkannt haben.

Wahrscheinlich der nächste große Trend. ■

NATALIA KARBASOVA

Investieren in Top-Wachstumsstors

Diese 20 Unternehmen spielen ganz vorn mit. Innovationen und große Expansionschancen befeuern die Kurse – und geben den Anlegern auch künftig Grund zur Zufriedenheit.

Name	WKN/ISIN	Trend(s)	Kurs in €	Marktkapitalisierung in Mrd. €	Umsatz in Mrd. €		Gewinn/Aktie in €		KGV	
					13e	14e	13e	14e	13	14
Google	A0B7FY/US38259P5089	tragbare Geräte, Big Data	654,99	178,78	35,07	41,09	32,55	37,99	20,66	17,5
Samsung	896360/US7960508882	tragbare Geräte	472,25	123,39	160,4	173,3	137,62	149,57	6,79	6,24
Apple	865985/US0378331005	tragbare Geräte	363,96	327,31	125,39	133,47	28,95	31,47	12,51	11,51
Nike	866993/US6541061031	tragbare Geräte	50,80	36,79	19,33	20,36	2,04	2,23	25,79	22,78
Ebay	916529/US2786421030	mobile Zahlungen	40,44	63,8	11,96	13,9	2,01	2,36	20,17	17,15
Visa	A0NC7B/US92826C8394	mobile Zahlungen	146,00	78,64	8,88	9,9	5,7	6,71	26,27	22,31
Mastercard	A0F602/US57636Q1040	mobile Zahlungen	510,50	67,17	6,18	6,93	19,28	22,67	26,3	22,37
Starbucks	884437/US8552441094	mobile Zahlungen	50,90	42,3	11	12,26	1,64	1,97	34,1	28,4
Cisco	878841/US17275R1023	Datensicherheit	17,92	97,79	36,67	38,12	1,52	1,58	12,03	11,44
Intel	855681/US4581401001	Datensicherheit	17,60	87,02	39,14	40,62	1,41	1,48	12,43	11,8
Check Point Software	901638/IL0010824113	Datensicherheit	43,59	11,39	1,05	1,11	2,57	2,79	16,92	15,6
Qihoo 360 Tech.	A1H8TB/US74734M1099	Datensicherheit	64,02	7,67	0,49	0,79	0,89	1,54	72,78	42,06
Trend Micro	9157937JP3637300009	Datensicherheit, Cloud	27,56	3,87	0,83	0,85	1,05	1,07	27,65	27,04
EMC	872526/US2686481027	Cloud, Big Data	19,51	41,09	17,56	19,05	1,39	1,58	14,12	12,42
Amazon	906866/US0231351067	Cloud, Big Data	228,70	111,61	55,71	66,95	1,96	3,8	119,23	61,29
Adobe	871981/US00724F1012	Cloud	38,75	23,37	2,99	3,2	1	1,18	38,76	32,83
Oracle	871460/US68389X1054	Cloud	25,11	116,94	27,91	28,41	2,01	2,15	12,68	11,72
Qlik	A1C2GN/US74733T1051	Big Data	26,82	2,41	0,35	0,42	0,28	0,42	97,4	65,11
Splunk	A1JV4H/US8486371045	Big Data	44,04	4,64	0,15	0,21	-0,03	-0,01	-	-
Tableau Software	A1T9F0/US87336U1051	Big Data, Datenvisual.	52,92	3,19	0,15	0,2	-0,18	-0,12	-	-

Quelle: Bloomberg

Stand: 23.9.2013; e = erwartet