



**B2B-Workshop
der Fachgruppe „Wirtschaftliche Potentiale und gesellschaftliche Akzeptanz“**

Die durch Smart-Data-Technologien aus einer Vielzahl von Quellen gewonnenen Daten, werden im Bereich des B2B zunehmend bedeutender. So werden im Marketing Zielgruppen besser verstanden, indem zukünftiges Kaufverhalten prognostiziert wird oder Trends erkannt werden. Angereicherte Datensätze helfen in der Logistik Lagerbestände an den nötigen Verbrauch in einer Absatzperiode anzupassen. Auch können Produktpreise durch die Kopplung an die eigenen Lagerbestände und der Preise konkurrierender Unternehmen dynamisch und nachvollziehbar angepasst werden. Die Erfassung und Zusammenführung kontinuierlicher Datenströme erhöht auch die Transparenz in Unternehmen, um sie in Relation mit dem aktuellen Zustand eines Unternehmens zu setzen.

Durch sinkende Kosten von IT-Ressourcen und Sensoren, bieten sich diese Optionen auch kleinen und mittelständigen Unternehmen. Das wirtschaftliche Potential von neuen Smart-Data-Lösungen und Geschäftsmodellen im B2B-Umfeld ist sehr hoch und vielfältig. Ohne die Akzeptanz aller Beteiligten ist das Risiko des Scheiterns jedoch groß. Nutzer müssen wissen was mit ihren Daten geschieht und welchen Vorteil ihre Nutzung hat. Anbietern muss die Bedeutung dieser Transparenz für den Erfolg ihres Smart-Data-Produktes klar gemacht werden.

Ziel des zweiten Workshops der Fachgruppe „Wirtschaftliche Potentiale und gesellschaftliche Akzeptanz“ der Smart-Data-Begleitforschung, ist die Herausarbeitung besonderer Chancen und Herausforderung im Bereich des B2B.

Zeitraum & Ort: 26. Januar 2016, 10:00 – 17:00 Uhr,
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Aula,
Eingang über Tor 1, Scharnhorststraße 34-37, 10115 Berlin



Vorläufige Agenda:

10:00 – 10:20 Uhr	Begrüßung und Einführung <i>Prof. Dr. Christof Weinhardt</i>
10:20 – 11:00 Uhr	Impulsvortrag „Smart Data und B2B: Chancen und Herausforderungen“ <i>Dr. Sebastian Leder, Deloitte Analytics Institut</i>
11:00 – 11:30 Uhr	Einleitung Gruppenphase: Themenauswahl und Gruppeneinteilung
11:45 – 13:00 Uhr	Gruppenphase mit Moderation (I)
13:00 – 14:00 Uhr	Mittagspause
14:00 – 15:00 Uhr	Gruppenphase mit Moderation (II)
15:00 – 15:20 Uhr	Kaffeepause
15:20 – 16:15 Uhr	Auswertung & Diskussion
16:15 – 17:00 Uhr	Feedback zum Positionspapier „Smart-Data-Geschäftsmodelle“ Klärung nächster inhaltlicher Schritte (gemeinsame Publikation, nächste Termine etc.)

Optional:

17:30 – 18:30 Uhr	Führung bei Karl Storz (Begrenzte Teilnehmerzahl)
-------------------	---