

Autor: Götz

Datum: 12.09.2012

I D E E N - V O R L A G E 2 0 1 2

| | |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titel der Idee (Schlagwort) | Personal Data Economy |
| Kurze Beschreibung | <p>Personal Data Economy - Personenbezogene Information als neue „Währung“ im digitalen Zeitalter</p> <p>Was bedeutet „Kaufkraft“ in Zukunft ? Verhalten der Anbieter und Nachfrager, Knappheit, Struktur von Angebot und Nachfrage sowie wirtschaftliche Bewertung/Messbarkeit personenbezogener Information bildet Grundlage für Entstehen eines Marktes – lassen sich personenbezogene Daten wie digitale Güter betrachten ?</p> <p>Welche Chancen und Risiken entstehen durch das Konzept einer „Digitalen DNA“ ?</p> <p>Ergänzung / Substitution von klassischen Zahlungsmitteln durch neue digitale Optionen für differenzierte Kaufkraft – was ist das Äquivalent einer „Banklizenz“ ? in der Personal Data Economy ? Beispiel: Personalized Shopping - was kommt nach dem stationären Handel und Online-Einkauf, und wer bezahlt zukünftig was ?</p> <p>Wie verhalten sich die Marktteilnehmer in der Zukunft ? (Konsumenten, Bürger, Unternehmen, ...) – Welche neuen Rollen entstehen ? Welche tradierten Rollen erodieren ? Welche Gesetzmäßigkeiten & Strukturen definieren „Personal Date Economy“</p> <p>Wie und wo entsteht Wertschöpfung – wie und wo werden „Gewinne“ erwirtschaftet – wem kommen sie zugute ?</p> <p>Wie sehen Wettbewerbsstrategien in der Personal Data Economy aus ? Was investieren die Unternehmen im „Social Media Management“ - Risks, Opportunities, & Business Ethics, zB Vorhersage und Abwehr von „Shit-Storms“, Meinungsbeeinflussung</p> |
| Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...) | Konferenz ganztägig |
| Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...) | |
| Ziel: „Was will der MK erreichen?“ | |
| Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“ | Geschäftsführer, Vorstände, Marketing-Verantwortliche, Strategie & Innovations-Entscheider der Kernzielgruppe des MK |