

# Beschleunigung digitaler Wandel

Sessiongeber (Wer hat die Session initiiert?)

Uwe uwe.schroeder@audi.de → <sup>recherchiert den Namen</sup> des Professors

Über was wurde gesprochen?

2 Welten Technik-Anwender vs. <sup>Gegenden, wo noch nicht</sup> die Leitung <sup>funktioniert</sup>  
→ v.a. Kundendate, Big Data

Beschleunigung vs. Entscheidung  
↳ wie soll man auf den Wandel reagieren

Prof. ... : "Beschleunigung ist die Devise", nur so können wir  
damit umgehen. Zefener  
Acceleration

Datenschutz, Reguliere ist nicht die Antwort

Credo: "lieber 'ne schnelle falsche Entscheidung, als keine!"  
Was erleben wollen, was neues wollen

Selbst und für mich selbst entscheide: Wo mach ich mit, und  
wie?  
Was macht es mit mir?

Weiterführende Informationen (Webseiten, Bücher, etc.)

Firmen müssen Lust auf Technik haben.

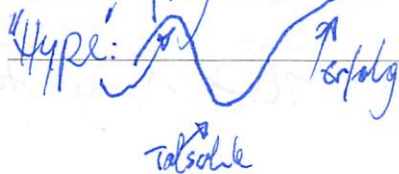
Entweder bestehen wollen, oder machen - mit machen

Bsp: Automobilbranche Einseits Entwickler & Ingenieure, <sup>Ausrichtung</sup> <sup>Technik</sup>  
Andererseits Verkauf → Ausrichtung Kunde

Gab es konkrete Ergebnisse?

Zukünftig kommen die Daten zu Dir, statt sie zu suchen

Gibt es ein Followup? (Arbeitsgruppen, Treffen, etc.)



Frage ist privat wie geschäftlich

agiere ich, oder reagiere ich?

Mir geht's dann gut wenn ich agiere.

~~Digitale Strategie des Mittelstandes kritisch.~~

Man kann Digitaler nur beurteilen wenn man eine Vorstellung davon hat, es ausprobiert hat.

Nicht mitmachen, weil man keine Zeit hat, es zu pflegen

Shepas § vor Big Data

persönliches Datenschutz wird <sup>o.a.</sup> Zeitkosten  
↳ wird das Leben einschränken, man wird das aktiv tun müssen

Techniker mit Haltung "alles was geht, mache wir halt" ist kritisch

Beschleunigung durch Neugierigkeit

Bei dem Thema werde ~~mit~~ "dämonische Bilder" an beide Enden des Spektrums gezeichnet

→ es ist einfach ein Prozess ausprobieren ...

Gesamtprozess begleitet, Persönlichkeit werde

→ warum geht's uns <sup>sichtbar</sup> eigentlich

Viel Marketing bei "new balance" über FB & Xing. Fast

kein Print  
Persönlich seine eigene Marke finden