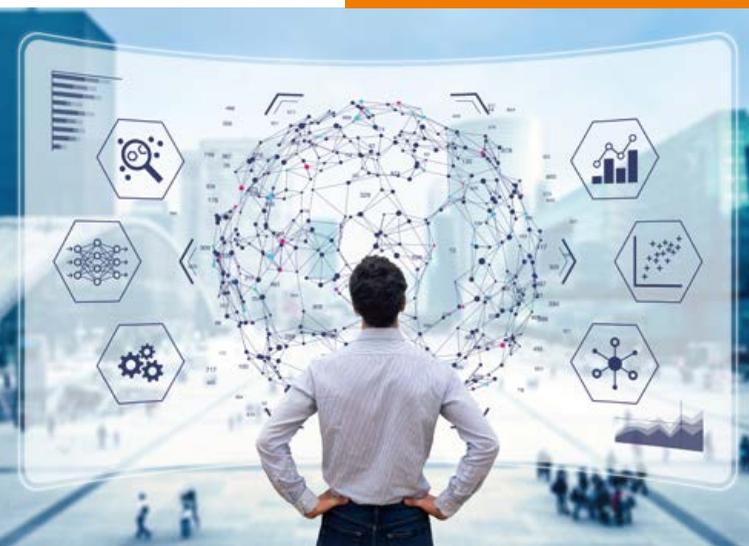


# Steilvorlagen für den Unternehmenserfolg 2020

powered by **GBI-Genios**



**Die Leitveranstaltung für Information Professionals und Data Scientists, für Business Intelligence und Business Development, für Market Intelligence und Market Research**

Online-Konferenz  
14. Oktober 2020 | 10.00 – 13.00 Uhr

## STEILVORLAGEN 2020

Mehr erfahren und Tickets sichern unter:  
[genios.de/info/steilvorlagen](https://genios.de/info/steilvorlagen)

## Alternative Datenquellen

**Mehrwert durch Nutzung neuartiger Datenquellen, Tools und Techniken**

Information Professionals haben schon immer alternative Datenquellen und Tools genutzt. In den letzten Jahren hat sich das Angebot an Ressourcen stark vergrößert. Neue Technologien wie Künstliche Intelligenz, Gamification oder Big Data Analytics bieten viele Möglichkeiten, gezielt relevante Informationsquellen abseits der traditionellen Recherchepfade zu finden, große unstrukturierte Datenmengen zu analysieren und sie im Kontext des eigenen Unternehmens zur Entscheidungsvorbereitung zu bewerten.

Welche alternativen Datenquellen gibt es? Wer sind die Anbieter oder Aggregatoren, die die Ressourcen systematisch erschließen? Wie finden Information Professionals und Data Scientists Zugang? Wie stellen Information Professionals sicher, dass die Ressourcen oder Tools vertrauenswürdig und qualitativ hochwertig sind? Welche besonderen Vorteile bieten Expertennetzwerke? Wie können Kundenkontakte interner Mitarbeiter systematisch als Wettbewerbsvorteil erschlossen werden? Wie können Information Professionals mit neuartigen Technologien Expertenwissen erschließen, um das Wachstum ihres Geschäfts voranzutreiben?

Antworten zu diesen Fragen erhalten Information Professionals und Data Scientists auf der diesjährigen Konferenz.

### Das erwartet Sie – auf den Punkt gebracht

- Best-Practice-Beispiele aus der Information Research
- Use Cases zur Nutzung und dem Einsatz alternativer Datenquellen
- Tipps und Tricks, die den Überblick über relevante Datenquellen erleichtern

## Agenda

**10.00 Uhr**

### Begrüßung

Ralf Hennemann,  
Leiter Marketing & Sales  
GBI-Genios  
Dr. Sabine Graumann,  
Sprecherin Arbeitskreis  
Informationsvermittlung

**10.15 Uhr**

### Keynote:

**Wie innovative Unternehmen externe Daten zur Verbesserung der Entscheidungsfindung nutzen**

Emmett Kilduff, CEO,  
Eagle Alpha  
(Vortrag in Englisch)

**11.00 Uhr**

### Best Practice I:

**Externe Experten-netzwerke als Informationsquelle**

Peter Hochstraßer, Director  
Research, Roland Berger  
Holding GmbH

**11.30 Uhr**

### Best Practice II: Towards a new Insight Mindset

Wie wir die interne Schwarmintelligenz mit einer smarten Lösung nutzbar machen  
Yannick Rieder, Manager  
Market Research & Competitive Intelligence,  
Janssen-Cilag GmbH  
(Johnson & Johnson)

**12.00 Uhr**

### Best Practice III: How to gather alternative data the playful way

Nader Fadl, Co-Founder  
Experience Delta

**12.30 Uhr**

### Podiumsdiskussion: Alternative Data vs. Alternative Facts

Peter Hochstraßer  
(Roland Berger),  
Yannick Rieder  
(Janssen-Cilag),  
Nader Fadl (Consultant),  
Werner Müller (GBI-Genios)

## Die Leitveranstaltung für Information Professionals und Data Scientist

### Organisation

Arbeitskreis Informationsvermittlung in Trägerschaft von GBI-Genios; Tim Brouwer (ARIX Business Intelligence), Dr. Yannick Loonus (Semalytix), Gerold Frers, Dr. Sabine Graumann (Graumann Consulting-Dienste)



### Sponsoren



### Medienpartner



## STEILVORLAGEN 2020

Mehr erfahren und Tickets sichern unter:  
[genios.de/info/steilvorlagen](https://genios.de/info/steilvorlagen)

## Details

### KEYNOTE:

#### Wie innovative Unternehmen externe Daten zur Verbesserung der Entscheidungsfindung nutzen

Es gibt Tausende von externen Datensätzen, die von Unternehmen zunehmend neben internen Daten verwendet werden, um die Entscheidungsfindung zu verbessern. Beispiele sind: Geolokalisierung, Satellitennutzung und Verbrauchertransaktionen. In diesem Vortrag wird die Revolution der externen Daten anhand von fünf Fallstudien vorgestellt. Es wird gezeigt, wie sich die Nutzung externer Datensätze bei der Wettbewerbsbeobachtung, dem Kundenverständnis sowie in Forschung & Entwicklung darstellt.



**Emmett Kilduff**  
Gründer und CEO  
Eagle Alpha

Emmett Kilduff ist Gründer und CEO von Eagle Alpha und stammt aus Irland. Eagle Alpha ist seit 2012 ein Pionier im Umfeld der alternativen Daten – nicht der „alternativen Fakten“!

Vor der Gründung von Eagle Alpha war Emmett Kilduff Investmentbanker bei Morgan Stanley und Crédit Suisse. Morgan Stanley war die erste große Investmentbank, die innerhalb ihrer Research-Abteilung ein breites Datenangebot (Alphawise) lancierte – daraus entstand auch die ursprüngliche Idee für Eagle Alpha. Emmett hat einen Master-Abschluss in Internet der Michael Smurfit Graduate School of Business und einen Bachelor-Abschluss in Wirtschaft und Recht des University College Dublin.

### BEST PRACTICE I:

#### Externe Expertennetzwerke als Informationsquelle

Was sind Externe Expertennetzwerke, welche Leistungen bieten sie an und was ist dabei aus Kundensicht zu beachten? Neben der Klärung dieser Fragen geht der Vortrag auf Best Practices aus Kundensicht ein und zeigt aktuelle und potenzielle Weiterentwicklungen auf. Für welche Informationsbedarfe eignen sich Interviews mit vermittelten externen Experten gut und welche weiteren Leistungen bieten die Provider an – wie lassen sich diese unterscheiden? Anhand dieser Fragestellungen werden die wichtigsten Qualitätskriterien aus Kundensicht diskutiert.



**Peter Hochstraßer**  
Director Research  
Roland Berger Holding GmbH

Peter Hochstraßer ist Research Director bei Roland Berger und verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung im Bereich Research und Analyse von Wirtschaftsinformationen. Er führt ein internationales Team von Analysten mit unterschiedlichen Spezialisierungen und verantwortet die Zusammenarbeit mit allen externen Intelligence-Zulieferern i.w.S.

### BEST PRACTICE II:

#### Towards a new Insight Mindset: Wie wir die interne Schwarmintelligenz mit einer smarten Lösung nutzbar machen

Mehr als 80 Prozent aller Janssen-Mitarbeiter haben Kontakt zu Kunden oder anderen Stakeholdern. Die dadurch gewonnenen Erkenntnisse können, an der richtigen Stelle eingesetzt, zu enormen Wettbewerbsvorteilen verhelfen. Sie bleiben jedoch häufig ungenutzt, denn Wissensaustausch findet nur in begrenztem Ausmaß statt. Wir haben daher bei Janssen eine benutzerfreundliche App entwickelt und an einen intelligenten Wissensmanagementprozess gekoppelt, durch die wir Insights über Kunden, Trends und Wettbewerber sammeln und unternehmensweit zugänglich machen können. Durch integrierte Feedbackschleifen und Trainingskonzepte sorgen wir für eine hohe Motivation und stellen die Qualität der Insights sicher.



**Yannick Rieder**  
Manager Market Research  
& Competitive Intelligence  
Janssen-Cilag GmbH

Yannick Rieder ist Market Research & Competitive Intelligence Manager bei der Janssen-Cilag GmbH, der Pharma-Sparte von Johnson & Johnson. Er ist verantwortlich für die Implementierung von innovativen Erhebungsverfahren. Sein Fokus liegt auf der Verknüpfung von klassischen und datengetriebenen Ansätzen zur Generierung von Customer Insights. Dies setzt er schon viele Jahre sowohl auf der Seite von Agenturen als auch Unternehmen erfolgreich um.

### BEST PRACTICE III:

#### How to gather alternative data the playful way

Wir alle haben von dem Potenzial gehört, durch die Analyse großer Datenmengen – sei es Big Data, Smart Data oder Alternative Data – wertvolle Insights für zukünftige Entscheidungen abzuleiten. Dabei stammen diese Daten häufig aus einer Vielzahl von Quellen, was Probleme bei der Beurteilung aufwirft, welche Daten nützlich sind und welche nicht. Um dieses Problem zu lösen, haben Unternehmen begonnen, mit Hilfe spielerischer Anwendungen – sogenannter Gamification – genau die richtigen Daten direkt von der wichtigsten Quelle zu sammeln: ihren Kunden oder Mitarbeitern. Im Rahmen dieses Vortrags werden unterschiedliche Beispiele dieser gezielten Datensammlung vorgestellt – dabei werden sowohl Best Practices von großen Marken als auch Tools und Methoden zum Selberplanen, -machen und -auswerten präsentiert. Abschließend wird auch die Frage beantwortet, welche Auswirkung das auf das Selbstverständnis von Marktforschern und Datenanalysten hat.



**Nader Fadl**  
Co-Founder  
Experience Delta

Nader Fadl berät als Gamethinker Unternehmen aller Branchen beim Einsatz von spielerischen Anwendungen im Kontext unterschiedlicher Fragestellungen. Nach seinem Studium in Mainz und Wuppertal forscht er seit mehreren Jahren zu den Themenkomplexen Gamification, Konsumentenverhalten und strategischer Markenführung. Neben seiner Beratungstätigkeit ist er in der Startup-Szene sehr aktiv und unterstützt mehrere Gründungsideen mit seiner Expertise.