



## I D E E N - V O R L A G E

Titel der Idee (Schlagwort)	- Future Factory - Ein deutsches Entwicklernetzwerk
Kurze Beschreibung	Ergebnisse, die in Dtl. (und der EU) In Rahmen von Förderprojekten an Technikmodulen und Testbeds erarbeitet werden, sind nach der Projektlaufzeit verloren, wenn sie nicht sofort in die Produktisierung gehen. Was sind Mechanismen der „zeitgemässen Konservierung“ und der Bereitstellung dieser Ergebnisse in der Entwicklercommunity. – Vieles wird mehrfach entwickelt und setzt auf einem niedrigeren technischen Niveau auf als teilweise die Parallelprojekte.  Deutschland braucht ein aktuelles zeitgemässes, offenes Entwicklernetzwerk
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Arbeitskreis, gefolgt von Konferenz
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Die Entwicklertätigkeit in Dtl ankurbeln und die insulären firmenspezifischen Ansätze überbrücken
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Entscheidungsträger der Industrie, Entwickler aus Unis und Unternehmen
Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Sommer 2008



**I D E E N - V O R L A G E**

<p>Titel der Idee (Schlagwort)</p>	<p>Enablers: - The Net-web Services?</p>
<p>Kurze Beschreibung</p>	<p>Wie ist das Zusammenspiel zwischen Web 2.0 und höher mit netzzentrischen Dienstekomponenten:</p> <p>Welche Modelle der Zusammenarbeit ergeben sich aus der Nischenkenntnis der Web X.0 Player und der netzzentrischen Stärken wie Presence, Location, AAA, QoS, Index, etc.?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wholesale</li> <li>- Partnermodelle a la Sprint, etc?</li> </ul> <p>Was sind Formen der Zusammenarbeit – Communities, Portale, etc.?</p>
<p>Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)</p>	<p>Arbeitskreis, gefolgt von Konferenz</p>
<p>Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)</p>	
<p>Ziel: „Was will der MK erreichen?“</p>	<p>Die spezielle Qualität von „Net-web services“ platzieren und Modelle der Interaktion zwischen Web 2.0 und etablierten Players ausarbeiten</p>
<p>Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“</p>	<p>Entscheidungsträger der Industrie, Web 2.0 Firmen</p>
<p>Dauer</p>	<p>1 Tag</p>
<p>Bevorzugte Zeitplanung (warum?)</p>	<p>Sommer 2008</p>



### IDEEN-VORLAGE (Arnold)

Titel der Idee (Schlagwort)	Security in IT in Deutschland
Kurze Beschreibung	<p>1. Neue Bedrohungslage beim Online Banking (siehe Folien). Zugleich wird die Entwicklung von Anti-Hacker-SW möglicherweise unter Strafe gestellt. Hier ist ein neues interessantes Spannungsfeld aufgetaucht.</p> <p>2. Bedeutung und Einfluss der ICT-Security auf die neuen Bedrohungslagen (Anti Terror Bekämpfung, Border Control, US-Screening-Gesetz für Container, Security für die Transport-Logistik und allgemein für kritische Infrastrukturen). Das sind allesamt große Wachstumsmärkte. Die Bedeutung der ICT-Security dafür ist aber noch unklar. Hier müsste man mehr von den anfordernden Industrien erfahren.</p> <p>3. Die neuen Kartenplattformen eGK und ePA und ihr Potential für die Sicherheit. Ende Oktober soll z. B. ein Grobkonzept für den ePA veröffentlicht werden. Bislang wurden aber wichtige Einflussgröße wie z. B. Anwendungsanbieter (eBAY), Verbraucherschutz oder Datenschutz nicht hinzugezogen. Hier muss die Industrie nachhaken.</p> <p>4. Ein deutscher Standpunkt in der EU</p>
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	Teilnahmegebührenfinanzierte Konferenz
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Einen deutschen Standpunkt zu definieren
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	
Dauer	
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2008



## I D E E N - V O R L A G E

Titel der Idee (Schlagwort)	eEnergy
Kurze Beschreibung	Die Wertschöpfungskette in der Bereitstellung und Management des Energieverbrauchs über elektronische Technologien erfährt durch eine Reihe technologischer Entwicklungen und Home Gateway Technologien sowie die aktuelle politische Debatte Schwung
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	Teilnahmegebührenfinanzierte Konferenz
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Komplexes Modell mit aus der Taufe heben  Trend dokumentieren und auslösen/ teilnehmende Beobachtung
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	
Dauer	
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2008



## I D E E N - V O R L A G E

Titel der Idee (Schlagwort)	Persönliche Soziale Netzwerke in der Kommunikation
Kurze Beschreibung	<p>Drei grosse gesellschaftliche teilweise konkurrierende Trends:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- increase of free-market mechanisms in most areas of daily life and performance orientation</li> <li>- return to the importance of society and social welfare</li> <li>- focus on individualism and identity through group/community membership</li> </ul> <p>Der letzte Trend spiegelt Entwicklungen wieder, die sich in Personalisierung, der digitalen Unterstützung von Communities und sozialen Netzwerken ausdrückt. Kommunikation wird verstärkt zum Ausdruck des persönlichen halböffentlichen Lebens. Technische Ausprägungen sind MyFaves by DTAG, User Generated Content, Online Communities wie Xing und LinkedIn. Kernelemente des persönlichen sozialen Netzwerkes werden u.a. Recommendation, Search, Identities &amp; Roles.</p> <p>Für die Industrie bedeutet dieses Phänomen im Wesentlichen Kundenbindung und Markenwert: Nokia versucht die Nutzer über eine Kombination von Endgeräten und Portal zu binden, DTAG über personal social networks, usw.</p>
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	Finanziert durch Teilnahmegebühr
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	<p>Dokumentation des Trends in der Öffentlichkeit und wissenschaftliche Aufarbeitung z.B. via Netzanalysen</p> <p>Identifikation der Rollen der Player, User, Web 2.0, Etablierte Player z.B. Telcos und Device Manufacturers</p>
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Entscheidungsträger der Industrie, interessierte Wissenschaft

MÜNCHNER KREIS



Übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung  
Supranational Association for Communications Research

Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Sommer 2008



**I D E E N - V O R L A G E**

Titel der Idee (Schlagwort)	Usability
Kurze Beschreibung	Mehr als andere Faktoren entscheidet die Usability und das Industrial Design über den Erfolg von Produkten. Obwohl das Industrial Design im Bereich von materiellen Gütern eine ausgeprägte Disziplin ist, ist sie im Bereich der IT und TK eher ein Zufallsprodukt.  Warum?  Muss das so bleiben
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	Teilnahmegebührenfinanzierte Konferenz
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Trend dokumentieren und auslösen/ teilnehmende Beobachtung
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	
Dauer	
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2008



**I D E E N - V O R L A G E**

Titel der Idee (Schlagwort)	Zukunft Funkzugang (Arbeitstitel)
Kurze Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Werden die Netzzugänge zukünftig dominant Funkzugänge sein? Alles mobil?</li> <li>- Gibt es physikalische Ressourcenbegrenzung?</li> <li>- Frequenzneuordnung?</li> <li>- Unterschiedliche Technologien und deren Märkte?</li> <li>- Akzeptanz zunehmender 'Funkbelastung'?</li> </ul>
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	MK –Konferenz als Plattform zum Austausch der gemeinsamen/unterschiedlichen Sichtweisen über die Zukunft (technisch & kommerziell & Markt)
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Entscheidungsträger der Equipment Hersteller, der Netzbetreiber (Incumbent, Competitive) Regulierer
Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	

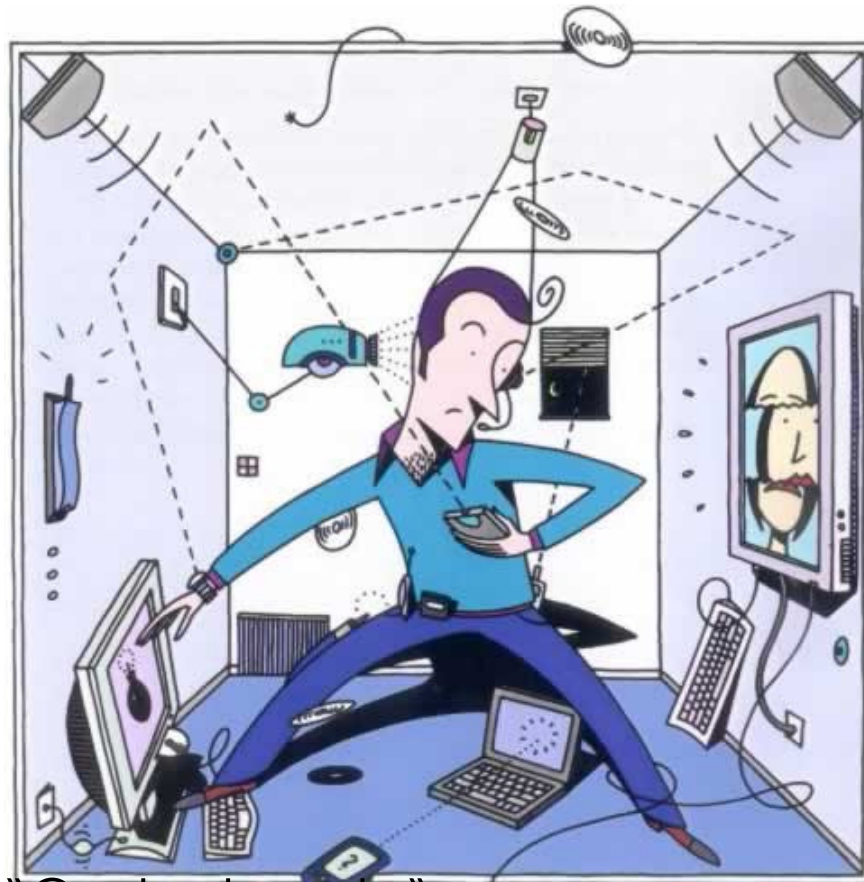




**I D E E N - V O R L A G E**

Titel der Idee (Schlagwort)	Disappearing Technology
Kurze Beschreibung	Zunehmende technische Komplexität bei der Telekommunikation Wird der Nutzer vergessen? Was ist für den Nutzer akzeptierbar?
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	
Dauer	
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	

b.w.



Everything is feasible...  
Increasing complexity...  
What about user acceptance?

"Gadgetmania", Picture source: Horx,


**I D E E N - V O R L A G E ( S . D O E B L I N )**

Titel der Idee (Schlagwort)	Open innovation versus closed innovation in telecommunications convergence
Kurze Beschreibung	Changing industry playing field pressures new innovation development. FMC, IT or Telco vendors, Media versus Applications, utilities versus services. Innovation is king but implementation is more king innovation funding models. Innovation ventures versus corporate ventures versus venture capital
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Conference
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	Project group with 6-7 members half a year cross Europe/US
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Establishing of new innovation models for Europe
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Head of R&D, Innovation, Strategy
Dauer	One day
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Should be mid 2008 latest because of market changes



**I D E E N F Ü R M K - T H E M E N**

Titel der Idee (Schlagwort)	Internet-Polizei
Kurze Beschreibung	Wie kann man mit den Bedrohungen des Internet fertig werden? SPAM, Viren, Würmer, Betrug... Welche technischen und nichttechnischen Massnahmen sind möglich bzw. durchsetzbar?
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Betrifft jeden!
Dauer	
Bevorzugte Zeitplanung Wann sollte die Veranstaltung stattfinden? (warum?)	So schnell wie möglich!



## I D E E N F Ü R M K - T H E M E N

Titel der Idee (Schlagwort)	Kognition in technischen Systemen - humanoide Maschinen
Kurze Beschreibung	Was kann man der Natur hinsichtlich Informationsverarbeitung, Wahrnehmung, Selbstorganisation von Systemen abschauen? Diese Fragen sollen interdisziplinär betrachtet werden. Technische Lösungen sollen aufgezeigt und das Potenzial abgeschätzt werden. Welche Konsequenzen kann man aus der Biowissenschaft ziehen für die Technikgestaltung? Welche Anwendungen sind heute schon in der Forschung absehbar (Robotik, Fahrzeugassistentz...)
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Technologie-und Markt-Awareness
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	
Dauer	
Bevorzugte Zeitplanung Wann sollte die Veranstaltung stattfinden? (warum?)	2009



## IDEEN FÜR MK-THEMEN

Titel der Idee (Schlagwort)	Fortschritte und Perspektiven des intelligenten Mensch-Maschine-Dialogs mit Sprache
Kurze Beschreibung	Natürliche Sprache als Eingabe- und Kommunikationsmedium mit Rechnern bzw. Systemen dürfte eine zunehmende Bedeutung haben in nahezu allen Anwendungsbereichen. Auch die Live-Übersetzung in andere Sprachen könnte hier behandelt werden. Angesichts der Komplexität der Geräte und Dienste sind hier verstärkt Anstrengungen erforderlich.
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Neue Technologien und Anwendungen für bessere User Interfaces aufzeigen, Bessere User Acceptance erreichen
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	
Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung Wann sollte die Veranstaltung stattfinden? (warum?)	2008/2009



## I D E E N - V O R L A G E

Titel der Idee (Schlagwort)	Digital Consumer – Vorteile und Nachteile der Digitalen Transparenz
Kurze Beschreibung	<p>Jeder Schritt, der durch einen Menschen im digitalen Zeitalter gemacht wird, hinterläßt digitale Spuren – dieses gilt für die Online-Welt (e.g. Cookies), aber auch für die Offline-Welt (e.g. Kreditkartentransaktionen). Die Nutzer gehen aber auch immer offener mit Ihren Informationen um und stellen sie jedem im Netz zur Verfügung (e.g. MySpace, YouTube, OpenBC); gleichzeitig entstehen neue Anwendungen die vorhandene Informationen aggregieren und die Transparenz erhöhen (e.g. GoogleEarth, Spock.com). Diese neue Transparenz gereicht Konsumenten zu großem Nutzen (e.g. Kontaktaufnahme mit neuen Personen, Zusammenhalt und Austausch im Freundeskreis, Ansicht des Hotels auf GoogleEarth vor der Urlaubsbuchung, Zielgerichtete, relevante Werbung), schafft neue Werte über Web 2.0 (e.g. del.icio.us), birgt aber auch Gefahren (e.g. Online Search bei Bewerbungen bis hin zu Kriminalität/Terrorismus).</p> <p>Verschiedenen Themen können in einer Konferenz adressiert werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie transparent ist eine Konsument schon heute – welche Informationen gibt er zwangsläufig, welche bewußt, welche unbewußt frei? Welche Vorteile hat der Konsum durch die Informationstransparenz?</li> <li>• Welche Geschäftsmodelle lassen sich auf der zunehmenden Transparenz aufbauen? <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ...durch Social Networking (e.g. Einblicke in die Social Networking Welt)</li> <li>○ ...durch Nutzung der Information zur gezielten Werbung (e.g. Einblicke in die Online-Werbewelt)</li> <li>○ ...durch Aggregation der Informationen ala Web 2.0 und der darauf aufbauenden Applikationen (e.g. Einblicke in GoogleEarth und aufbauende Geschäftsmodelle)</li> </ul> </li> <li>• Welchen Mehrwert bringt die Transparenz dem Konsumenten und wie nutzt er diesen Mehrwert bereits heute?</li> <li>• Welche Gefahren birgt die zunehmende digitale Transparenz (hinsichtlich digitaler Selbstbestimmung)? Wie kann man die digitale Selbstbestimmung / Datenschutz aufrecht erhalten? Welche Schutzmaßnahmen sind notwendig?</li> </ul>
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz / Roundtable / Mitgliederkonferenz
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewußtseinsbildung bzgl. der Vor- und Nachteile der zunehmenden digitalen Transparenz und Diskussion der</li> </ul>



„Was will der MK erreichen?“	gesellschaftlichen Relevanz sowie der Geschäftspotentiale und Vorteile für den Konsumenten
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmen der Telekommunikations, Medien und HW/SW Branche im Consumer Umfeld</li> <li>• Werbende Wirtschaft sowie insb. die Online Medien</li> <li>• Politik hinsichtlich der gesellschaftlichen Auswirkungen der Transparenz</li> </ul>
Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Q3/4 2008





**I D E E N - V O R L A G E**

<p>Titel der Idee (Schlagwort)</p>	<p>Digital Home – Der Kampf um das Wohnzimmer</p>
<p>Kurze Beschreibung</p>	<p>Mit der zunehmenden Digitalisierung der Medien (Fotos (JPEG), Musik (MP3), Video (MPEG) und TV (IPTV) ergibt sich ein neues Schlachtfeld zwischen Telekommunikations-, Software- und Internet Service Anbietern – das Wohnzimmer. Unternehmen wie Microsoft (Media PC), Apple (Apple TV) oder France Telecom (LiveBox) drängen über den PC hinaus in das Wohnzimmer, in das soziale Zentrum einer Familie. Dabei versuchen die Anbieter das zunehmende Bedürfnis am digitalen Medienkonsum und persönlicher Vernetzung der Kunden zu adressieren. Neben zahlreichen IPTV Streams und multimedialen Webseiten werden 2012 über 281 bn digitale Inthalteeinheiten allein auf den Festplatten deutscher Nutzer liegen – gleichzeitig wird die Vernetzung der Kunden über digitale Medien (Chat, Sharing, Social Networking) signifikant zunehmen. Die technologische Seite – die Digitalisierung des Wohnzimmers – kommt gar nicht hinterher, die Anforderungen benutzerfreundlich zu realisieren.</p> <p>Verschiedene Fragestellungen werden dabei aufgeworfen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wo stehen wir heute mit der Digitalisierung des Wohnzimmers (e.g. IPTV, Digital TV, Heimvernetzung)?</li> <li>• Wie können die Bedürfnisse der Kunden in der Zukunft verfriedigt werden? Welche technischen Lösungen bieten sich an?</li> <li>• Welche Marktteilnehmer sind dafür am besten aufgestellt (HW Hersteller, SW Hersteller, Telcos, Medienanbieter, Hersteller von Spielkonsolen) um den Kampf um das Wohnzimmer zu gewinnen?</li> <li>• Wie wird sich die Verteilung von Medieninhalten verändern (e.g. Peer-to-Peer, IPTV), die dazugehörigen Geschäftsmodelle (e.g. heute sind nur ca. 4% der digitalen Inhalte gekauft) und das Rechtemanagement? Welche Auswirkungen hat dieses auf die existierenden Geschäftsmodelle (IPTV reloaded)?</li> <li>• Wie wird sich der Medienkonsum in den nächsten Jahren verändern (e.g. linearer vs. non-linearer Konsum, Lean Forward (e.g. interaktive Spiele) vs. Lean-Back Konsum)?</li> <li>• Welche Rolle wird Personal Social Networking in Zukunft spielen und wird sich dieses im Wohnzimmer abspielen? Welche Interaktionsmuster werden sich durchsetzen? Werden Sharing Plattformen wie YouTube eine größere Rolle spielen?</li> <li>• Welche gesellschatlichen Auswirkungen haben diese Veränderungen (e.g. Vereinsamung vs. Zusammenführung der Familie)?</li> <li>• Wie sieht das Digitale Heim / Intelligent Home der Zukunft aus – werden die bestehenden Studien Realität?</li> </ul>
<p>Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)</p>	<p>Konferenz</p>



Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaffung eines besseren Verständnis des sich verändernden Medienkonsums in Deutschland</li> <li>• Beleuchtung der technischen Entwicklung und der nächsten Schritte nach/neben Triple Play</li> </ul>
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmen der Telekommunikations, Medien und HW/SW Branche im Consumer Umfeld</li> <li>• Politik hinsichtlich der gesellschaftlichen Auswirkungen der Digitalisierung des Wohnzimmers</li> </ul>
Dauer	1 Tag (ggfs vorausgehendem Abendessen)
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Ende Frühjahr 2008 (Mai/Juni) oder zur IFA (Anfang September 2008 – dort aber Konflikt mit Urlaubszeit)

# Sozialpsychologisches Schwerpunktthema

München, 20. September 2007

# Ideensammlung aus Gesprächen

## Markt/Kunde

- ▶ Usability (Benutzerführung, Brauchbarkeit, UX)
- ▶ Grenzauflösung zwischen Produkt und Dienstleistung
- ▶ Design (z.B. Apple's iPhone)
- ▶ Marke (z.B. Telekom vs. Sony Ericsson)
- ▶ Pricing (z.B. Kauf- vs. Abomodelle)
- ▶ Bekanntheit, Vermarktung, Verfügbarkeit

**Empfehlung**

## Soziales

- ▶ Soziale Veränderungen durch Digitalisierung
- ▶ Unterstützung von benachteiligten Gruppen
- ▶ Wettbewerbsvorteil Technology Literacy

# Optionen der Themenverwertung

## Herausgreifen eines Detailthemas

### Themenbeispiele

- ▶ Service vs. Hardware
- ▶ Usability
- ▶ Technology Pricing

### Vorteile

- ▶ Vollständigere & bessere Beleuchtung des Themas
- ▶ Klarere Zielgruppe

## Zusammenfassung unter einem Dachkonzept

### Beispieltitel

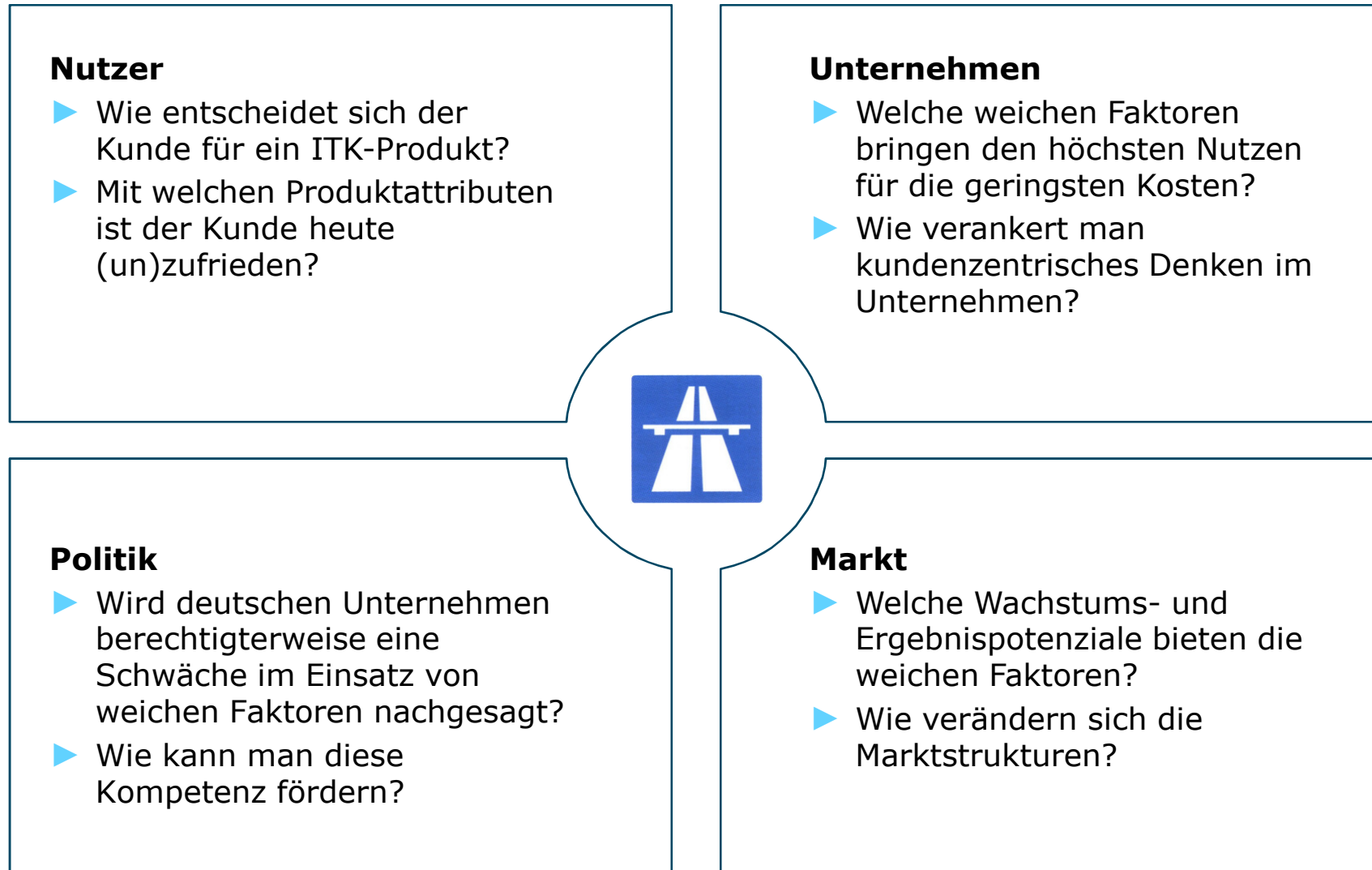
- ▶ Gefühlte Technologie
- ▶ Beyond the Box
- ▶ UX

### Vorteile

- ▶ Anspruchsvolleres Niveau
- ▶ Weniger Wettbewerb
- ▶ Breitere Zielgruppe

**Empfehlung**

# Beispiele für Betrachtungsperspektiven



# Themenvorschlag „Weiche Faktoren“

<b>Beschreibung</b>	<p>Um im ITK-Markt erfolgreich zu sein, reicht es oft nicht aus, eine leistungsfähigere Technologie vorzuweisen. „Weiche Faktoren“ wie Design, Service, Usability oder Preis sind für den Verkaufserfolg oft ebenso ausschlaggebend.</p> <p>Ziel der Veranstaltung ist, diese „Gefühlsaspekte“ herauszuarbeiten und daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten. Wissenschaftliche Ergebnisse, Erfolgsmodelle aus Unternehmen, Erfahrungsberichte von Nutzern und internationale Best Practices.</p>
<b>Aktion</b>	<p>1-tägige Fachkonferenz</p>
<b>Adressaten &amp; Ziel</b>	<p>Allgemein: Förderung des Bewusstseins für weiche Faktoren          Bei Unternehmen: Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit          Bei staatlichen Akteuren: Alternative Förderschwerpunkte aufzeigen</p>
<b>Zeitplanung</b>	<p>Herbst 2008          (Konkurrenzveranstaltungen: Frühjahrskongress, Gesellschaft für Arbeitswissenschaft, 9.-11. April 2008; UPA Internat'l Conference, 16.-20. Juni; World Usability Day, GC-UPA, 13. Nov 2008)</p>



### IDEEN - VORLAGE ( J . LORENZ )

Titel der Idee (Schlagwort)	Internet for the next Billion
Kurze Beschreibung	Derzeit nutzen etwas über 1 Milliarde Menschen das Internet. Bis 2015 werden es 15 Milliarden sein. Dabei entstehen neue Geschäftsmodelle, neue Applikationen, kostengünstigere Infrastruktur und erweiterte Skalierbarkeit in den Netzwerkkomponenten.
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Tbd (könnte eine Konferenz oder ein Arbeitskreis sein)
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Tieferes Verständnis für das Thema erzeugen, Geschäftsmöglichkeiten aufzeigen und ggf. auch Forschungsthemen definieren.
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	In erster Linie Unternehmen, die sich in diesem Bereich engagieren können, aber möglicherweise auch das ein oder andere Forschungsthema oder Innovationsprojekt anstossen.
Dauer	tbd
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Asap – Sehr viele Aktivitäten zu diesem Thema sind im Gange. Bei Nokia Siemens Networks ist dieses Thema eine „Innovation Focus Area“.





**I D E E N - V O R L A G E ( L . P a ß e n )**

Titel der Idee (Schlagwort)	Impact on company TC-infrastructure and TC-organization by access-convergence of TC-services
Kurze Beschreibung	The trend to concentrate several TC-services via 1 access based on IP is expected to evolve from home and SOHO-environments (e.g. currently dsl-based INTERNET-access with VoIP over same access) into business-environments for medium / large buildings. This will have great impact (flexibility, cost, organization) on the TC-infrastructure for companies. The vision is to have just 1 powerful access (with or without backup as needed), which connects all LAN-connected systems of a campus / building to all needed TC-services, which go to / come from outside the campus / building. I.e. no dedicated accesses for public voice or public-data-communication, no dedicated access for company-internal voice- or data-communication, every TC-service goes over the same access, TC-service-integration by TC-carrier.
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Public Conference or member conference
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	Project group with 6-7 members half a year cross Europe/US
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Outlook to market-trend and (near) market-offerings and their impact on companies using TC in order to give sufficient headroom for planning of company TC-infrastructure, -services and -organization. This TC-services access-integration will have great impact not only on TC-services- and TC-infrastructure-cost but also on organization of companies (different organizational units dealing with different types of services / TC-technology not possible any more).
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Companies using TC-services as business critical infrastructure: CEO, CIO, Head of TC-infrastructure-planning and the like Carriers offering TC-services and / or TC-infrastructure: Head of Marketing, Head of TC-product-planning TC-consultants
Dauer	Max. One day
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Should be mid → end of 2008 to deliver useful outlook for planning before the market offers that overall access-integration as a standard offering



## I D E E N - V O R L A G E

Titel der Idee (Schlagwort)	Nanotechnologie im Bereich der ITK
Kurze Beschreibung	<p>Gibt es durch die zunehmende Miniaturisierung einen qualitativen Schritt bei der Kommunikationstechnik.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nanoelektronik, Fotonik und integrierte Mikro-/Nanosysteme</li> <li>• Allgegenwärtige Kommunikationsnetze von unbeschränkter Kapazität</li> <li>• Eingebettete Systeme, Datenverarbeitung und Steuerung</li> </ul> <p>Sind (gesellschaftliche) Vorbehalte gegen die Nanotechnologie etwas, mit dem sich die ITK-Industrie auseinandersetzen hat.</p>
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz, Fachgespräch beispielsweise im Rahmen der Systems 2008
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	3 PA-Sitzungen
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Es sind ergänzende Aspekte des gerade startenden 7. Rahmenprogramms der EU Thema 3 „Nanoelektronik, Fotonik und integrierte Mikro-/Nanosysteme“ vielleicht im Überlapp zum Thema 4 Nanotechnologie...zu diskutieren.
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Industrievertreter der ITK, Entwickler und mittleres Forschungsmanagement
Dauer	Halber Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Das 7. Rahmenprogramm beginnt zu laufen!



## I D E E N - V O R L A G E

Titel der Idee (Schlagwort)	iSenior – (h)eAlter! To old to communicate to young to ....?
Kurze Beschreibung	<p>Wie stellt sich die (ITK-Welt) auf die sich ändernde Altersstruktur ihrer (pot) Klienten ein?</p> <p>Die vielbeschworene Usability ist bislang nur wenig auf die physische Realität älterer Anwender eingestellt. Dies gilt sowohl für die Endgeräte als auch für die Verfügbarkeit von Medien und moderner Kommunikation. Für wie viel wurde GruffiVZ bislang gehandelt? Es ist ein Digital Divide nicht nur zwischen arm und reich, Nord und Süd sondern auch zwischen 50 minus und 60 plus festzustellen!</p> <p>Es sind dabei sowohl technisch, interaktive (barrierefreie) Hilfsmittel als auch die Frage zu diskutieren, ob und ggf. wie ältere Menschen einer künftigen Kommunikationstechnik sozial gewachsen sein können, sein werden. Sicherheitsfragen bei dem zunehmenden Zwang von Online-Banking, Online Telefonrechnungen etc. Online-Einkauf sind ebenso zu stellen wie Fragen, ob die grafische Bedienoberfläche beispielsweise eines iPhone die Akzeptanz erhöhen kann oder eher nicht.</p> <p>Ein anderer Aspekt sind Fragen der kommunikativen bzw. informationssammelnden bzw. – auswertenden Medizintechnik (BAN und deren Bedienung). Hier spielen Elemente der Ambient Intelligence herein und wie sich insbesondere ältere Menschen dem ausgeliefert fühlen könnten.</p> <p>Darüber hinaus sind mit den Fragen der usability künftiger Endgeräte auch die die Industrie sehr berührende Fragen von Formfaktoren betroffen.</p>
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz im Vorfeld einer Konferenz wäre auch ein Arbeitskreis mit einer resultierenden Studie eine interessante Variante.
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	Max 5 Treffen eines PA, die ggf. auch durch intensives Mailing Remote stattfinden können.
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Aufweisen, dass trotz aller Akzeptanz der Altersentwicklung unserer (und nicht nur unserer) Gesellschaft, die Angebote und Entwicklungen sich eher den eher innovationsfreudigen, technisch orientierten Menschen als Nutzern zuwenden als eher skeptischen, sich der Technik eher ausgeliefert fühlenden Menschen. Die Einrichtung eines öffentlichen Ombudsmann könnte angeregt werden.....
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Industrievertreter der ITK, Entwickler im medizintechnischen Bereich, öffentliche Förderer....
Dauer	1 Tag

MÜNCHNER KREIS



Übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung  
Supranational Association for Communications Research

Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Herbst 2008, Frühjahr 2009
---------------------------------	----------------------------



**I D E E N - V O R L A G E**

Titel der Idee (Schlagwort)	Intelligente Roboter auf dem Vormarsch
Kurze Beschreibung	Intelligente (und fleißige) Roboter haben die industrialisierte Arbeitswelt schon stark durchdrungen, z.B. im Maschinenbau und der Automobilindustrie. Zukunftsforscher sagen, dass uns bald (in 10 Jahren?) auch im täglichen Leben viele Roboter groß und klein umgeben werden, die untereinander und auch mit uns kommunizieren werden. Der Münchner Kreis kann das Bewusstsein über diese Entwicklung schärfen sowie natürlich die Fragen der neuen Kommunikationsnetze, der Mensch-Maschine-Schnittstelle, der Märkte usw. erörtern. Thema ähnlich wie „Computerspiele“ gesellschaftlich nicht sonderlich beliebt, Entwicklung wird aber auf uns zu kommen.
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Ev. in die Liste der Themen aufnehmen und bei steigender Aktualität als Konferenz aufgreifen oder Teile in eine thematisch passende Konferenz einbringen.
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	
Dauer	
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	



**I D E E N - V O R L A G E**

Titel der Idee (Schlagwort)	Netz-Infrastruktur
Kurze Beschreibung	<p>Durch Fortschritte in den elektrischen und optischen Technologien scheinen die optischen Zugangsnetze in vielen Industrieländern auf dem Vormarsch zu sein. In Japan soll ein Programm angelaufen sein, in den nächsten Jahren 30 Mio. Haushalte anzuschließen. Wir diskutieren ja schon lange über diese Netze, ohne dass sie bisher in großem Maßstab realisiert wurden. Kommt jetzt (endlich) der Durchbruch?</p> <p>„Klassiker“ des Münchner Kreises</p>
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Ev. in die Liste der Themen aufnehmen und bei steigender Aktualität als Konferenz aufgreifen oder Teile in eine thematisch passende Konferenz einbringen.
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	
Dauer	
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	



## I D E E N - V O R L A G E

Titel der Idee (Schlagwort)	Personalisierte Medien und HDTV
Kurze Beschreibung	Bei audiovisuellen Angeboten für Konsumenten ist ein Trend zur Personalisierung zu beobachten. Wie ändert sich die Medienlandschaft auch in Anbetracht des weiteren Vordringens hochauflösender Bildschirme, die HDTV möglich machen? Welche Netze bringen HDTV zum Kunden? „Klassiker“ des Münchner Kreises
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Ev. in die Liste der Themen aufnehmen und bei steigender Aktualität als Konferenz aufgreifen oder Teile in eine thematisch passende Konferenz einbringen.
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	
Dauer	
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	



## I D E E N - V O R L A G E ( R . S T E I N M E T Z )

Titel der Idee (Schlagwort)	eGovernment
Kurze Beschreibung	Wesentlich ist aus rein technischer Sichtweise die Überbrückung von Heterogenität.  Der Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnik in öffentlichen Verwaltungen bedingt interdisziplinäre Ansätze. Betroffen sind davon Politik, Recht, Administration & Technologie. Zu beachten ist, dass E-Government in der vollen Breite (noch) kein Thema an Hochschulen, die zukünftige Führungspersönlichkeiten für den öffentlichen Sektor ausbilden ist. Es existiert eine mangelnde Sensibilität für die Wichtigkeit von IT, deren Chancen und Risiken sowie deren Rahmenbedingungen für die Verbesserung von Verwaltungsprozessen
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz mit Themenfeldern zu E-Government:
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	Wie bei anderen Tagungen des Kreises
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Das bisher klar unterschätzte Thema eGovernment in den Mittelpunkt stellen.  „Entscheider“ in Politik, Recht, Wirtschaft, Forschung, Administration & Technologie für die Notwendigkeit und die Chancen der Interdisziplinarität zu sensibilisieren.
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Fach - Interdisziplinär: Politik, Technik, Juristen, Organisationslehre Eher Entscheider und Strategiebereiche
Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Zu besprechen

Anmerkung zu den Themenfeldern (u.A. aus Diskussionen im Kontext von ISPRAT e.V.):

Begriffsdefinition, Überblick, Chancen und Risiken, Beispiele

Technische Grundlagen für E-Government: Aufbau der IT-Infrastruktur (Netzwerke, Rechenzentren,

Grundzüge der Middleware), Querschnittsverfahren (z.B. Verzeichnisdienste und Dokumentenmanagement)

und Anwendungsarchitekturen, Chancen von serviceorientierten Architekturen, Komplexitäts- und Kostentreiber in der IT, Erfolgsbeispiele für IT-Konsolidierung

Integration „Prozesse“ und IT: Landschaft der Prozesse/Fachverfahren auf den 3 Verwaltungsebenen Bund, Länder und Kommunen, exemplarische Abbildung

ausgewählter Prozesse/Fachverfahren in IT (Beschreibung, Vorgehen, Herausforderungen, Randbedingungen)

Standards: Existierende Standards sowie deren Vor- und Nachteile



MÜNCHNER KREIS



Übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung

Supranational Association for Communications Research

Großprojektmanagement: Projektmanagement und –controlling, Erfolgsfaktoren, Nutzeninkasso

Geschäftsmodelle: öffentliche Strukturen, PPP, Outsourcing, Shared Service Center (wie betreibt man erfolgreiche Arbeitsteilung?)

Fallstudien: Erfolgsgeschichten (z.B. Österreich, UK, Hessen) vs. gescheiterte Projekte

Politik/Gesetzgebung/Governance: Voraussetzungen für erfolgreiches E-Government: gesetzliche

Rahmenbedingungen, erfolgreiche Governancestrukturen für IT im öffentlichen Sektor

Ausblick: (Erwartete) wesentliche Entwicklungen/aktuelle Themen: z.B. Meldewesen, elektronische Signatur, Weiterentwicklung von Deutschland online



## IDEEN-VORLAGE (H. Thielmann: 10.09.2007)

Titel der Idee (Schlagwort)	Berliner Gespräche
Kurze Beschreibung	Regelmäßige Gesprächsrunde mit Politik, Ministerien, Parlamentariern, Wirtschaft und Wissenschaft zu aktuellen Themen. → erfolgreiches Beispiel: Elektronischer Personalausweis (ePA) im März 2007; soll fortgesetzt werden → wichtige Themen jew. mit den Ministerien abzustimmen: BMI, BMWi, BMBF,.... → Frequenz: 1-2 mal pro Jahr
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	→ zunächst 2. Runde zu ePA in Abstimmung mit H. Schallbruch planen (Ziemer; Thielmann) → Brainstorming zu anderen aktuellen Themen jew. mit ½ Jahr Vorlauf notwendig (Kümmerer: Thielmann,.....)
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	→ kleine Planungsgruppe aus dem MK-FA (3-4 Personen) → MK-Office muß Aufwand angeben (Erfahrungen aus ePA-Termin im März 2007 liegen vor) → Sponsoring einholen (ca. € 10.000) für Hotelräume, etc.; und/oder Unkostenbeitrag der Teilnehmer ?
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	→ Sichtbarkeit des MK im politischen Umfeld → Etablierung des MK als Plattform zur Meinungsbildung und Entscheidungsfindung
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	→ Ministerien, Parlamentarier, Wirtschaft und Wissenschaft zur gemeinsamen Meinungsbildung
Dauer	→ Abend-Veranstaltung mit 3-4 Impulsvorträgen, ausführlicher Diskussion und Abendessen
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	→ Anfang 2008 (mit ½ Jahr Vorlauf)



**IDEEN-VORLAGE (H.Thielmann:10.09.2007)**

Titel der Idee (Schlagwort)	Brüsseler Gespräche / Fachkonferenzen
Kurze Beschreibung	Regelmäßige Gesprächsrunde mit Politik, Ministerien, Parlamentariern, Wirtschaft und Wissenschaft zu aktuellen Themen. → Beispiel: Veranstaltung am 07.05.2007 zur Telekommunikationsregulierung → wichtige Themen jew. mit den DG´s abzustimmen: DG-Enterprise(Verheugen), DG-Education(Figé), DG-Research(Potocnic),... → Frequenz: 1mal pro Jahr
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	→ Thema für 2008 identifizieren: z.B. Innovations-Policy der EU im Rahmen der Lissabon-Strategie oder EIT (European Institute of Technology): Chancen und Herausforderungen → Brainstorming zu anderen aktuellen Themen jew. mit ½ Jahr Vorlauf notwendig (Kümmerer: Picot, Thielmann,.....)
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	→ kleine Planungsgruppe aus dem MK-FA (3-4 Personen) → MK-Office muß Aufwand angeben (Erfahrungen aus Mai-Termin liegen vor) → Sponsoring ?; Gastgeber ?; Teilnehmer-Unkostenbeitrag ?,.....
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	→ Sichtbarkeit des MK im europapolitischen Umfeld → Etablierung des MK als Plattform zur Meinungsbildung und Entscheidungsfindung im europapolitischen Umfeld
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	→ EU-Organisationen, DG´s, Parlamentarier, Wirtschaft und Wissenschaft zur gemeinsamen Meinungsbildung
Dauer	→ Halbtags-Veranstaltung mit 3-4 Impulsvorträgen, ausführlicher Diskussion und Imbiss
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	→ Mitte 2008 (mit ½ Jahr Vorlauf)



## IDEEN-VORLAGE (H. Thielmann: 10.09.2007)

Titel der Idee (Schlagwort)	StartUp & KMU-Forum (oder "SME-Forum")
Kurze Beschreibung	<p>Start-Up's und KMU's (die „Kleinen“) finden bisher kaum Platz im MK (große Mitgliedsunternehmen dominieren im Vorstand und MK-FA). Aufgrund der hohen Finanzierungsquote der „Großen“ ist das kaum zu ändern.</p> <p>Die „Kleinen“ machen aber ca. 70% der innovativen Arbeitsplätze aus und tragen die Wirtschaft in erheblichem Maße.</p> <p>Ebenso stellen sie ein großes Mitglieder-Potenzial für den Nachwuchs des MK.</p> <p>Es muß ein Forum für die „Kleinen“ geschaffen werden zum Austausch mit den „Großen“, der Wissenschaft und Politik.</p> <p>→ Darstellung der Unternehmen; F&amp;E-Bedarf; Beteiligung an BMBF und EU-Programmen; Geschäftsmodelle, etc.</p>
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	<p>→ mit einem Workshop (max. 50 Teilnehmer) starten; erste Bedarfsprofile ermitteln;</p> <p>→ in 2-3 Jahren zu einem ständigen jährlichen Forum entwickeln; Konzepte gemeinsam mit den „Kleinen“ entwickeln;</p>
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	t.b.d.
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	<p>→ Plattform für die „Kleinen“ der ITKM-Branche werden; neue Herausforderungen an den MK generieren</p> <p>→ junge Mitglieder gewinnen und binden; von den „Kleinen“ lernen und Innovationsfähigkeit schaffen</p> <p>→ evtl. einen MK-Ableger für StartUps &amp; KMU's gründen</p>
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	→ StartUp's und KMU's
Dauer	t.b.d.
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	t.b.d.



**IDEEN-VORLAGE (H.Thielmann:10.09.2007)**

Titel der Idee (Schlagwort)	Innovations-Management in der ITKM-Branche
Kurze Beschreibung	Die immer kürzer werdenden Innovationszyklen in der ITKM-Branche sowie die Konvergenz zwischen IT, TK und Medien führen bei den traditionellen Großunternehmen wie auch bei KMU's und Mergern zum Bedarf eines neuartigen Innovations-Managements mit folgenden Fragestellungen: → Value chain zwischen F&E – Prototyping – Test – Marketing – Vertrieb (technology push vs. market pull) → Kooperationsmodelle zwischen Wissenschaft und Wirtschaft; bzw. zwischen Unternehmen → Business-Pläne und solide Marktabschätzungen ; Rolle der Investoren und des Kapitalmarktes; → lernen aus Best Practice und aus Flops
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Kleinen Arbeitskreis aus dem FA heraus bilden für die Konkretisierung des Themas
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	t.b.d.
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	→ Hilfestellung und Erfahrungsaustausch für die Mitgliedsfirmen → Anreiz für innovative Kooperationsformen
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Mitglieder und Politik
Dauer	t.b.d.
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2009



**IDEEN-VORLAGE (H.Thielmann:10.09.2007)**

Titel der Idee (Schlagwort)	Asiatische Märkte im Rahmen der Globalisierung der ITKM-Branche
Kurze Beschreibung	<p>→ Was sind die Herausforderungen für die europäische/deutsche Wissenschaft und Wirtschaft ?</p> <p>→ wo gibt es Chancen und Bedrohungen ? Erfahrungen (positiv, negativ) ? Outsourcing von F&amp;E ?</p> <p>→ wo gibt es Marktchancen für Europäer ? : China, Indien, Korea, Taiwan, Japan,.... (und wie bedient man diese Märkte ?)</p> <p>→ welche Grundregeln sind zu beachten ?</p> <p>→ etc.</p>
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Kleiner AK zur Konkretisierung des Themas
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	t.b.d.
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	<p>→ Erfahrungs- und Meinungsaustausch für Mitglieder, Politik, ...</p> <p>→ was müssen wir tun, um Bedrohungen zu reduzieren und Chancen konkret zu nutzen ?</p>
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Mitglieder, Politik, potenzielle Mitglieder
Dauer	t.b.d.
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2008-2009



**IDEEN-VORLAGE (H.Thielmann:10.09.2007)**

Titel der Idee (Schlagwort)	Deutsch-Japanisches Symposium 2009 (Europ.-Asiatisches Symposium 2009) (nicht zu vermischen mit dem anderen Vorschlag: „Asiatische Märkte“)
Kurze Beschreibung	Fortsetzung des traditionellen 2-Jahres-Rhythmus, aber mit Ausdehnung auf europäische und asiatische Teilnehmer → evtl. Konferenzort in Singapur (nicht Japan) ? → bewährtes Format wie in den vergangenen Jahren → Themen t.b.d.
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	→ Programmausschuß bilden (Leitung FhG-FOKUS); aber Europäer und Asiaten stärker einbeziehen → in 2007 für 2009 mit Vorbereitung beginnen
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	t.b.d. (Orientierung an der Vergangenheit)
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	→ Info-Austausch zwischen Europa und Asien (Wissenschaft und Wirtschaft) → potenzielle und konkrete Kooperations-Kontakte
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Wissenschaft, Wirtschaft und Politik aus Europa und Asien
Dauer	2 Tage plus social program und Besichtigungen
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Frühjahr 2009



**IDEEN-VORLAGE (H.Thielmann:10.09.2007)**

Titel der Idee (Schlagwort)	Osteuropa-Forum
Kurze Beschreibung	Der MK muß seinen Aktionsradius ausbauen: München → Deutschland → Europa → Welt; dazu gehört auch Osteuropa. Der Beginn könnte eine Fachkonferenz sein, bei der Vertreter aus Wissenschaft und Wirtschaft beidseitige Erfahrungen austauschen und Ansätze für Kooperationen finden. → Zielländer: Tschechien, Slowakei, Polen, Baltikum, Russland, Ukraine, Slowenien, Rumänien,....
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Kleinen AK bilden zur Konkretisierung
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	t.b.d.
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Plattform für osteuropäische Kooperationen für Wissenschaft, Wirtschaft und Politik
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	s.o.
Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2008 (eher 2009)





**IDEEN-VORLAGE (H.Thielmann:10.09.2007)**

Titel der Idee (Schlagwort)	Nanotechnologien und Anwendungen
Kurze Beschreibung	Nanotechnologien kommen in die Anwendungsreife. Wo liegen die Potenziale in den ITKM-Anwendungen ? Deutschland hat große Kompetenzen im F&E-Bereich (Univers.; Fraunhofer; etc.) vergleichbar mit USA. Können wir daraus einen Vorsprung in der frühen Marktreife generieren ? Welche Unternehmen sind aktiv und was brauchen sie an F&E ? → gezielter Gedankenaustausch zwischen Wissenschaft und Wirtschaft ist dringend notwendig. → BMBF und EU fördern mit gewaltigen Maßnahmen, aber es fehlt das Forum für den Transfer in die Wirtschaft
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	AK zur Konkretisierung (H.Thielmann kann Experten ansprechen)
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	t.b.d.
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Fortsetzung der erfolgreichen Konferenzen aus der Frühzeit der Mikro-Elektronik (70er/80er Jahre)
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Wissenschaft, Wirtschaft im Bereich der Nanotechnologien; BMBF und EU: Verantwortliche für diese Förderprogramme
Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2008/2009



**I D E E N - V O R L A G E ( H . T h i e l m a n n : 1 0 . 0 9 . 2 0 0 7 )**

Titel der Idee (Schlagwort)	Security-Management für Unternehmen und kritische Infrastrukturen
Kurze Beschreibung	Anwendungen der Sicherheitstechnologien für das Management in Unternehmen und kritischen Infrastrukturen: Identity-Management; Trust & Security der EU: „Critical Infrastructure Protection“; „Enterprise Continuity Management“; etc.
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	AK bilden für Konkretisierung: Eckert, Thielmann, .....
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	t.b.d.
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Thema nach einigen Jahren wieder aufgreifen und aktualisieren
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Mitglieder und potenzielles Mitglieder; Verantwortliche für öffentliche kritische Infrastrukturen (Wasser, Energie, Verkehr, Gesundheit, Telekommunikation, Finanzdienstleister, etc.)
Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2008/2008



### IDEEN-VORLAGE (H.Thielmann:10.09.2007)

Titel der Idee (Schlagwort)	E-Energy: Informations- und kommunikationstechnologiebasiertes Energiesystem der Zukunft (siehe Ausschreibung des BMWi (Dr. Gördeler) vom Mai 2007)
Kurze Beschreibung	Das BMWi will mit dem Förderwettbewerb F&E-Aktivitäten zur beschleunigten Entwicklung und breitenwirksamen Nutzung von ITK-basierten Technologien und Diensten entlang der Wertschöpfungskette der Elektrizitätswirtschaft – von der Stromerzeugung über Netzbetrieb und Verteilung bis hin zum Verbrauch – fördern. Der MK kann hier ein Querschnitts-Forum bieten, wie bereits in der Vergangenheit zu Themen wie „e-Government“, „Media@Kom“, „e-Health“, etc.
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz im Frühjahr 2009 nach Vorliegen der ersten Ergebnisse der ausgewählten Konsortien. Das Thema könnte ergänzt werden durch Berichte und Erfahrungen aus anderen europäischen Ländern. → Idee wird von Dr. Gördeler sehr unterstützt Vorbereitung durch Porgramm-Ausschuß: Thielmann, Dr.Gördeler(BMWi),....
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	t.b.d.
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Plattfom bilden für innovative Anwendungen der ITKM in Querschnitts-Themen
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	Wissenschaft, Wirtschaft, Politik aus ITKM-Branche und Energie-Branche
Dauer	1-1,5 Tage
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	Frühjahr 2009 (siehe oben)



**IDEEN-VORLAGE (H.Thielmann:10.09.2007)**

Titel der Idee (Schlagwort)	e-Transport & -Logistics
Kurze Beschreibung	<p>Das Next Generation Internet sowie das „Internet of Things“ (RFID, etc.) bieten große Potenziale für neue Anwendungen in Transport, Verkehr und Logistik. Die letzte MK-Konferenz zu diesem Thema (im weitesten Sinne) fand im Febr. 2003 statt mit dem Thema „Mobil mit digitalen Diensten“. Neue Themen sind:</p> <p>→ Nahtlose, nutzerorientierte Verkehrssteuerung zwischen allen Verkehrsträgern (Straße, Schiene, Luft, Wasser,...)</p> <p>→ umweltschonende Verkehrs- und Logistikkonzepte unter Nutzung der ITKM-Technologien</p> <p>→ etc.</p>
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	AK bilden zur Konkretisierung vor Bildung eines PA
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	t.b.d.
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	<p>Ähnlich wie e-Energy, e-Health, etc.</p> <p>→ Plattform für Wissenschaft, Wirtschaft, Politik aus ITKM-Branche und Verkehrs- und Logistik-Branche</p> <p>→ Best Practice aus Deutschland und europ. Ländern; Herausforderungen definieren</p>
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	s.o.
Dauer	1-2 Tage
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2008-2010



**IDEEN-VORLAGE (H.Thielmann:10.09.2007)**

Titel der Idee (Schlagwort)	e-Health
Kurze Beschreibung	→ ähnliche Struktur wie letzte Konferenz zu diesem Thema, aber mit mehr internationalen Referenten → was läuft in Europa, Asien, USA und warum teilweise schneller und leichter ? → Bremser in Deutschland ? → ist die Gesundheitskarte das Ziel oder die elektronische Patientenakte ? wirtschaftliche Potenziale ? → gibt es Geschäftsmodelle auch ohne die deutsche Gesetzgebung ?
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	t.b.d.
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	s.o.
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	ITKM-Branche und Gesundheitsbranche (4 Mio Beschäftigte in Deutschland)
Dauer	1-2 Tage
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2009/2010: wenn die Gesundheitskarte hoffentlich mit hoher Akzeptanz eingeführt ist (???)



**I D E E N - V O R L A G E**

Titel der Idee (Schlagwort)	Software + Services , wie services aus der "Cloud" Business Modelle verändert.
Kurze Beschreibung	Viele Consumer nutzen die Services aus dem Internet, User Experience ist für die Nutzer ist und bleibt sehr wichtig, D.h. neben Software auf dem Desktop wird die Aggregation von Services immer wichtiger ( Beispiel: Einbindung von Virtual Earth ( Google Earth) als Mash ups in den Anwendungen), Mit dem Thema services werden wir ein Shift /Ausdehnung von Business Modelle immer mehr weg von Desktop hin zu mehr in the „ Cloud“ sehen. Die Frage ist wir können wir die Unternehmen für diese neue Denkweise vorbereiten? Was für welche Ansätze haben wir für Berechnungsmodelle? Wie kann die Werbeplattform hier mitintegriert werden? Wie beeinflusst diese Business die Hosters / System Integratoren / Application Hosting Firmen
Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)	Konferenz mit technologischen sowie Business Aspekten
Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	Markt analysieren, Impuls für die Aufstellung von Firmen und Dienstleister geben
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	CIO'S , CTO; CEO...
Dauer	1 Tag
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	2. Hälfte 2008

Comment [s1]: