

PASSWORD

www.password-online.de



Open Password - Donnerstag, den 18. Januar 2018

#307

infobroking lutz – Wolfgang Lutz – Adressdatenbanken – B2B-Marketing –
Unternehmensinformationen – Information Professionals – LexisNexis – Compliance –
Salvatore Saporito – Patentrecherche – David Bennet – ZBW – MOVING – ZBW – Social
Media Week – Open Science – Forschungsdaten – ZB MED – Open Access – Tweets –
Bayerischer Bibliothekstag

LexisNexis

Sechs Hürden bei der Patentrecherche und wie Sie diese überwinden können

Neue branchenrelevante Blogs von LexisNexis

Das Compliance-Risiko im MiFID-II-Umfeld bewältigen - Von Salvatore Saporito - Die überarbeitete Fassung der Richtlinie für Finanzinstrumente der EU - MiFID II - ist am 3. Januar in Kraft getreten. Unternehmen müssen nun viele neue Vorschriften erfüllen.

[https://www.lexisnexis.de/blog/compliance/compliance-risiko-im-mifid-](https://www.lexisnexis.de/blog/compliance/compliance-risiko-im-mifid-2-umfeld?utm_campaign=blog&utm_source=rss&utm_medium=feed&utm_content=mc-email)

[2-umfeld?utm_campaign=blog&utm_source=rss&utm_medium=feed&utm_content=mc-email](https://www.lexisnexis.de/blog/compliance/compliance-risiko-im-mifid-2-umfeld?utm_campaign=blog&utm_source=rss&utm_medium=feed&utm_content=mc-email)

Sechs Hürden bei der Patentrecherche und wie Sie diese überwinden können - Von David Bennett am 16.01.2018 - Es gibt eine Lösung, die mögliche Hindernisse der Patentrecherche aus dem Weg räumt. Erfahren Sie jetzt mehr über die 6 Hürden der Patentrecherche und deren Überwindung. https://www.lexisnexis.de/blog/patent/huerden-patentrecherche?utm_campaign=blog&utm_source=rss&utm_medium=feed&utm_content=mc-email

Noch ein Jubiläum:

25 Jahre infobroking lutz

„Transforming Information into Knowledge“



Ein Rückblick und Ausblick von Wolfgang Lutz

Was vor 25 Jahren in einer Studentenbude in Augsburg begann, hat sich heute als Nische im Bereich „Informationsdienstleistung“ etabliert.

Als Wolfgang Lutz während des Studiums der Betriebswirtschaft in Augsburg mit seinem Partner am 1. Januar 1993 den Gesellschaftsvertrag unterschrieb, war von World Wide Web für die Öffentlichkeit noch nicht viel zu sehen. In das Datennetz musste man sich damals via Datex-P mit einem Modem einwählen. Abfragen wurden mit einer speziellen Sprache ausgeführt und anschließend konnten die Rechercheergebnisse aus den Hostcomputern auf den eigenen übertragen werden. Eine spannende Sache, dachte sich Lutz, und so wurde kurzerhand noch während des Studiums das StartUp im Bereich „Online-Informationsdienstleistung“ gegründet.

Schnell gelang es dem StartUp, Interessenten für die innovative Recherchedienstleistung zu gewinnen. Mit Werbebriefen und direkter Ansprache von potentiellen Kunden konnten schon in den ersten Jahren die Siemens AG und auch große Unternehmensberatungsgesellschaften wie die *Boston Consulting Group (BCG)* gewonnen werden.

Die GbR blieb bis 1997 bestehen. Nach dem Ausstieg des Partners folgte die Weiterführung als Einzelfirma unter der Firmierung „infobroking lutz“ in Ulm.

Ziel des Unternehmens ist die bestmögliche Informationsversorgung der Kunden — »Transforming Information into Knowledge«. Kunden werden in die Lage versetzt, mehr Umsatz zu generieren und auf dem Markt optimal präsent zu sein.

Um diesem hochgesteckten Ziel zu entsprechen, setzt infobroking lutz auf zwei Standbeine: ein umfassendes Angebot an B2B Adressen sowie das klassische Angebot des Informationsvermittlers.

Das erste Standbein beinhaltet die Vermarktung von weltweiten B2B-Adressen verschiedener Adresslieferanten. Für jeden Kunden wird eine individuell geschnürte Lösung gefunden. Durch seine 25-jährige Erfahrung im Bereich Adressdatenbanken und B2B-Marketing werden auch schon mal Neukunden überzeugt, die bisher das Social Media Marketing als ihren alleinigen Partner angesehen haben. Die Kunden schätzen den Wert der persönlichen Beratung. In Ergänzung dazu gibt es seit 2016 den neuen Adressenshop <http://www.adressen.shop>. Angeboten werden deutsche Top-Branchenadressen sowie weltweite Top-Ausstelleradressen.

Beim zweiten Standbein, dem klassischen Angebot des Infobrokers, setzt infobroking lutz verstärkt auf Fragestellungen aus dem Bereich „Unternehmensinformationen“. Anfragen bzw. Aufträge (Mailingadressen weltweit, individuelle Datenerfassung, Unternehmensauskünfte, Bonitätsauskünfte, Handelsregistrauskünfte, Marktstudien, weltweite Importzahlen/Exportzahlen, medizinische Fachrecherchen) lassen sich mit einfachen Formularen über die Webseite <https://www.infobroking.de> kommunizieren.

Die individuelle Datenerfassung, Datenanalyse sowie der Umgang mit der Datenflut wird im Zeitalter von BigData und Industrie 4.0 immer stärker gefragt. Die jahrelange Erfahrung im Umgang mit Daten kommt dabei dem Dienstleister zu Gute. Mittels geschulter Fachkräfte und geeigneter Kooperationspartner wird immer eine geeignete Lösung gefunden. Der Hype um „Big Data“ ist allerdings teilweise nicht mehr als ein Hype. Das, was dort als neu verkauft werden soll, setzt infobroking lutz seit 25 Jahren in der Realität um.

Zielgruppen für die umfassende Dienstleistung sind alle Unternehmen aus dem gesamten B2B-Bereich, Entscheider aus allen Führungsebenen, Werbeagenturen, Callcenter, Marketing Manager sowie der gesamte Einkauf.

ZBW

MOVING: Plattform für Forschungscommunities

Ein internationales Forschungskonsortium unter Führung der ZBW hat einen ersten öffentlichen Prototyp von MOVING erstellt. Ziel von MOVING ist der Aufbau einer Arbeitsumgebung für die qualitative und quantitative Analyse großer Dokumenten- und Datensammlungen.

Wissenschaftler müssen innerhalb kurzer Zeit aus einer Unmenge von Literatur und Forschungsdaten, Webseiten, Ausschreibungen und sozialen Medien wie Blog-Beiträgen, die für sie relevanten Fakten herauspicken. Erfreulicherweise gibt es aktuell viele verschiedene Methoden und Algorithmen in der Informatik, die großen Dokumenten- und Datenmengen zu bewältigen. Das Problem: Die meisten von ihnen lassen sich nur von Experten bedienen.

Auf der Plattform MOVING können Forschende miteinander kommunizieren sowie zusammen neue Erkenntnisse gewinnen und gemeinsame Ressourcen für Forschungszwecke entwickeln und teilen. Neben Werkzeugen zur Arbeitsorganisation und Koordinierung von Aktivitäten finden sie umfangreiches Wissen, Medieninhalte und Dokumentationen sowie Software und Daten für wissenschaftliche Experimente. Die Nutzer entscheiden selbst, was, womit und mit wem sie forschen. Eine starke Community soll immer an ihrer Seite sein.

ZB MED

Vor Guidelines für wissenschaftliche Tweets

ZB MED hat mit Förderung des BMBF das Projekt SynOA-PUB begonnen, das die Ausweitung und Stabilisierung von Open-Access-Publikationsinfrastrukturen zum Ziel hat. Es wird eine Open-Access-Publikationsplattform für Kongressabstracts aus den Lebenswissenschaften aufgebaut.

In einem weiteren Projekt "Klassifizierung wissenschaftlicher Tweets" wird ein Bezugsrahmen für Tweets mit medizinischen Fachbegriffen entwickelt und nach Ansätzen für Guidelines für wissenschaftliche Tweets gesucht. Ein Gemeinschaftsprojekt mit dem ZBW.

Social Media Week Hamburg

Community vs. Individualismus

28. Februar – 2. März, Social Media Week Hamburg - „Closer: Community vs. Individualismus“ im Altonaer Museum und in der University of Applied Sciences Europe im Komplex bahn_hoeft Ottensent. www.smwh.org

13.-14. März, Open Science Conference, Forschungsdaten: findable, accessible, interoperable, reusable, in Berlin. <http://www.open-science-conference.eu/programme/>

19.-20. September, Bayerischer Bibliothekstag – Kernorte der Kultur und des kulturellen Erbes, an der Ostbayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden – Beiträge zu drei Themenkreisen erbeten: „Die Bibliothek als kultureller Raum“ – „Die Bibliothek im virtuellen Raum“ – „Kulturelles Erbe bewahren“ – Vorschläge bis zum 20. Februar an bibliothekstag@bsb-muenchen.de

Aus dem Archiv





Push-Dienst Archiv 2017 - Alle Beiträge

Direkt per Klick - alle Open Password Ausgaben in einer Gesamtübersicht.

[Mehr...](#)

PASSWORD

www.password-online.de