



**UNIVERSITÄT
BAYREUTH**

Prof. Dr. T. Eymann

Prof. Dr. G. Fridgen

Prof. Dr. M. Röglinger

Prof. Dr. N. Urbach

www.wi.uni-bayreuth.de

Gemeinsames Seminar der Lehrstühle und Professuren
Wirtschaftsinformatik, WPM, NIM, SIM in Kooperation
mit der Firma REHAU im Wintersemester 2017/2018

Digitalisierung von Vertrieb und Marketing



REHAU[®]

Unlimited Polymer Solutions



Fraunhofer
FIT

Projektgruppe
Wirtschaftsinformatik



Ablauf und Termine



Ablauf des Seminars

- ❑ Das Seminar wird in Zusammenarbeit mit der Firma REHAU angeboten
- ❑ Sie bearbeiten in Gruppen ein aktuelles und praxisrelevantes Thema
- ❑ Die Betreuung erfolgt sowohl durch Mitarbeiter von REHAU als auch durch wissenschaftliche Mitarbeiter
- ❑ Ihre Ergebnisse werden Sie im Rahmen einer Präsentation am Firmensitz von REHAU präsentieren
- ❑ Im Anschluss an die Präsentation wird es ein Abschlussevent geben

Thema	Datum	Uhrzeit	Ort
Anmeldung	bis 16. Oktober 2017	-	E-Mail und Campus Online
Kick-off-Treffen	tba.	tba.	tba.
Abgabe Seminararbeit	22. Dezember 2017	12 Uhr	Wittelsbacherring 10
Abgabe Präsentationsfolien	tba.	tba.	E-Mail
Präsentationen	tba.	tba.	Firma REHAU in Rehau



Anforderungen

- ❑ Bearbeitung in Kleingruppen von 3-4 Studierenden
- ❑ Länge der Seminararbeit: ca. 30-40 Seiten
- ❑ Verpflichtende Teilnahme am Kick-off sowie der Abschlusspräsentation
- ❑ Die Seminargruppen sind angehalten, den spezifischen Schwerpunkt, die Gliederung der Seminararbeit sowie den Arbeitsfortschritt regelmäßig mit ihren Betreuern abzustimmen
- ❑ Die Seminargruppen haben die Option, sowohl die Seminararbeit als auch die Präsentation auf Englisch zu verfassen bzw. zu halten

Bewertung

- ❑ Seminararbeit (70%)
- ❑ Präsentation (30%)

Einbringbarkeit

- ❑ BWL Master - V 7-3
- ❑ BWL Master - V 3-3 Hauptseminar Marketing
- ❑ Wing Master - TOP
- ❑ BWL Master - Ergänzungsmodulbereich



- ❑ Aufgrund der Zusammenarbeit mit einem Praxispartner ist die Teilnehmerzahl begrenzt, die Vergabe erfolgt daher nach dem first come first served Prinzip
- ❑ Melden Sie sich bitte zunächst über CampusOnline für das Seminar an
 - ❑ Veranstaltungstitel in CampusOnline: Hauptseminar in Kooperation mit REHAU
 - ❑ Veranstaltungsnummer: 00176
- ❑ Schicken Sie uns zeitgleich 3 Themenwünsche mit Priorität an wi-lehrkoordination@uni-bayreuth.de zu, damit wir die Gruppeneinteilung vornehmen können



- **Thema 1:** State of the Art: Wie “digitalisieren” Industrieunternehmen ihre Vertriebs- und Marketingprozesse?
- **Thema 2:** Ökonomische Analyse zum Einsatz von mobilen Anwendungen in der Marktbearbeitung am Beispiel Messe-App.
- **Thema 3:** Einflussfaktoren auf die Benutzbarkeit von mobilen Anwendungen im Vertrieb. Wie kann vor dem Design einer mobilen Anwendung auf Kriterien der langfristigen Nutzung geachtet werden?
- **Thema 4:** Wie beeinflussen die neuen EU-Datenschutzvorschriften die Digitalisierung in Vertrieb und Marketing?



State of the Art: Wie “digitalisieren” Industrieunternehmen ihre Vertriebs- und Marketingprozesse?



Beschreibung des Themas

Der Vertrieb und das Marketing im B2C-Geschäft haben sich in den letzten Jahren weltweit in vielen Branchen radikal verändert. Demgegenüber scheinen die Industrieunternehmen im B2B-Vertrieb noch weitgehend sehr klassisch unterwegs zu sein: Der direkte, persönliche Kontakt vom Außendienstmitarbeiter mit dem Ansprechpartner des Kunden steht im Mittelpunkt der täglichen Vertriebsarbeit. In der Seminararbeit soll herausgearbeitet werden, welchen Herausforderungen ein Industrieunternehmen im Bereich B2B-Vertrieb und Marketing ausgesetzt ist, welche Ansätze zur Digitalisierung von Prozessen bestehen, welche Best-Practices dabei erfolgreich angewendet werden und wie sich Unternehmen für die Zukunft ausrichten. Die Analyse soll den State-of-the-Art in diesem Bereich strukturiert beschreiben und dabei die relevanten Studien, Case Studies und andere Quellen systematisch aufarbeiten.



Beschreibung des Themas

Der räumlich und zeitlich flexible Zugriff auf Informationssysteme wird durch smart mobile Business Apps in Unternehmen ermöglicht. Diese entfalten ihren Nutzen besonders in der Unterstützung mobiler Prozesse. Einige Softwarehersteller bieten mobile Anwendungen für den Vertrieb an, die unter anderem eine mobile Kundendatenerfassung auf Messen ermöglichen. Der Einsatz einer neuen mobilen Lösung stellt nicht nur die IT, sondern auch die Vertriebsmitarbeiter vor Herausforderungen und ist mit entsprechenden Kosten verbunden. Andererseits sind nicht monetär messbare Vorteile bei der Neukundenakquise ein wichtiges Ziel der Bereitstellung von mobilen Anwendungen. Als theoretischer Rahmen zur Seminararbeit soll der aktuelle Stand der Literatur zu Kosten und Nutzen von mobilen Anwendungen bei Unternehmen auf Organisationsebene dargestellt werden. Als praktischer Teil der Seminararbeit soll analog die aktuell eingesetzte Messe-App bei REHAU untersucht werden.



Beschreibung des Themas

Unternehmen setzen auf die Ausweitung mobiler Lösungen zur Effizienzsteigerung ihrer mobilen Prozesse. Ein Beispiel hierfür sind mobile Vertriebsanwendungen, die etwa mit einer SAP-CRM Lösung integriert werden können. Die langfristige und konstante Nutzung seitens der Anwender entscheidet im Wesentlichen über Erfolg oder Misserfolg einer Smart Mobile App. Kausalzusammenhänge zwischen der Gestaltung einer App, sowie Roll-Out und dem Erfolg sind multifaktoriell determiniert und daher in der Praxis nicht leicht erkennbar. Im Rahmen dieser Seminararbeit sollen Einflussfaktoren aus der Literatur ermittelt werden, die die langfristige Nutzung einer mobilen Business App voraussagen. Mit einer Expertenbefragung von Anwendern und IT-Mitarbeitern im Kontext „Vertrieb“ können so die Einflussfaktoren validiert und ggf. erweitert werden. Darauf aufbauend sollen Implikationen für die zukünftige Entwicklung und den Roll-Out von mobilen Vertriebsanwendungen abgeleitet werden.



Beschreibung des Themas

Die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) soll im Laufe des Jahres 2017 in Kraft treten. Bei vielen Unternehmen besteht noch immer eine Rechtsunsicherheit bei der Verarbeitung von personenbezogenen Daten im internationalen Geschäft, speziell beim Marketing: Ist diese mit den neuen EU-Datenschutzvorschriften und den nationalen Umsetzungen beseitigt?

In der Seminararbeit soll herausgearbeitet werden, welchen Herausforderungen ein internationales Industrieunternehmen bei der Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen in diesem Bereich erwartet und welche Ansätze zur Umsetzung der DS-GVO durch die Unternehmen in der EU verfolgt werden.

Eine Orientierung können folgende Fragen geben: Werden die nationalen Gesetze weiterhin EU-weit unterschiedlich bleiben? Was fällt konkret unter den Begriff personenbezogene Daten in Abgrenzung zu Verbraucherdaten und Geschäftskundendaten? Welche konkreten Forderungen müssen und welche können/sollten umgesetzt werden? Welche Konsequenzen entstehen bei unterschiedlichen Graden der Nichtbeachtung der DS-GVO?



Bei organisatorischen Rückfragen kontaktieren Sie bitte die Lehrkoordination des Bereichs Wirtschaftsinformatik (wi-lehrkoordination@uni-bayreuth.de).

