



Georg-August-Universität
Göttingen

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Schwerpunkt Marketing und
Distributionsmanagement

Pflichtmodul „Projektstudium“ im SoSe 2010

Informationsveranstaltung

Mittwoch, 03.02.2010, 09:00 Uhr, Oec 0.169

Prof. Dr. Boztuğ
PD Dr. Hagenhoff
Prof. Dr. Schumann
Prof. Dr. Toporowski



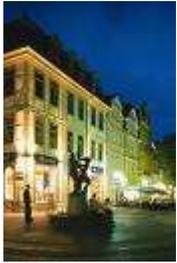
Georg-August-Universität
Göttingen

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Schwerpunkt Marketing und
Distributionsmanagement

Themen

Prof. Dr. Boztuğ

Innenstadt von Göttingen



- Das Stadtgebiet von Göttingen hat ca. 260.000m² Verkaufsfläche, davon liegen ca. 76.000m² in der Innenstadt
- Herausforderungen für das Stadtmarketing:
 - Koordination der ca. 500 Einzelhändler und 110 Gastronomiebetriebe
 - Größtenteils nur kleine zusammenhängende Verkaufsflächen bis ca. 300m²
 - Konkurrenzdruck durch „Kaufpark“ (40.000m² Verkaufsfläche, Werbegemeinschaft) und Lutteranger

Fragestellung:

Wie kann die Attraktivität der Göttinger Innenstadt durch den Einsatz geeigneter Marketingmaßnahmen erhöht werden?

Aufbau des Projektseminars

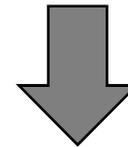
3 Studentengruppen: Befragung der betroffenen Personen

1. Teil

Gruppe 1
Kunden

Gruppe 2
Gewerbetreibende

Gruppe 3
Stadtverwaltung



2. Teil

Gemeinsames Projekt der 3 Gruppen:

- Entwicklung einer Marketingstrategie für die Göttinger Innenstadt

1. Teil: Befragung



1. Zielgruppe: Kunden

- Welche Angebote kennen Sie bereits?
- Was wünschen Sie sich in der Innenstadt?

2. Zielgruppe: Gewerbetreibende

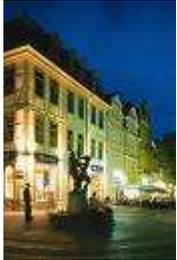
- Was wollen Sie/ wünschen Sie sich?
- Was wird angeboten bzw. ist geplant?

3. Zielgruppe: Verwaltung

- Welche Angebote und Aktionen werden bereits durchgeführt?
- Was ist in der Zukunft noch geplant?
- Was kann überhaupt realisiert werden?

➔ Entwicklung eines Fragebogens, Befragung und Auswertung der Ergebnisse

2. Teil: Marketingstrategie



1. Verbinden der Ergebnisse aus den drei Befragungen
2. Gewinnen von Erkenntnis über Handlungsmöglichkeiten
3. Ableiten von Marketingmaßnahmen für die Göttinger Innenstadt

➔ Herausforderung durch die Zusammenarbeit der drei Gruppen

Vorgehen beim Projekt

- Literaturüberblick zum Aufbau eines theoretischen Hintergrundwissens
- Entwicklung eines Fragebogens
- Datenerhebung
- Analyse
- Ableiten von Marketingmaßnahmen
- Präsentation der Ergebnisse und Abgabe eines Projektberichts



Georg-August-Universität
Göttingen

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Schwerpunkt Marketing und
Distributionsmanagement

Themen
Prof. Dr. Schumann
PD Dr. Hagenhoff

Allgemeine Informationen zum Projektstudium

- **Alle Projektarbeiten umfassen:**
 - Ergebnisdokumentation in Form einer Hausarbeit
 - Zwischenpräsentationen
 - Abschlusspräsentation
 - Alle Komponenten sind Bestandteil der Note
- **Alle Projekte werden eng betreut. Dies bedeutet:**
 - Zwischenschritte werden regelmäßig mit dem Betreuer besprochen
 - Kontakte zu Unternehmen werden nur mit Absprache des Betreuers aufgenommen.
- **Im Falle von Gruppenarbeiten: eindeutige Zuordnung von Personen zu Ausarbeitungen**
- **Insgesamt 18 Kreditpunkte**
 - 14 für die schriftliche Ausarbeitung
 - 4 für die Präsentation

Projektstudium zur Insolvenzprognose

- **Thema:** Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes kurzer Jahresabschlüsse zur Insolvenzprognose von Unternehmen

Seit 2006 werden Jahresabschlüsse von Kapitalgesellschaften beim Bundesanzeiger verlag veröffentlicht und sind auch allgemein zugänglich. Neben vollständigen Abschlüssen von großen Kapitalgesellschaften werden für kleine Unternehmen stark verkürzte Abschlüsse veröffentlicht. Die Frage ist, ob aus diesen Daten Schlussfolgerungen bzgl. der Insolvenzwahrscheinlichkeit der Unternehmen gezogen werden können. Anhand eines Testdatenbestands sollen Untersuchungen angestellt werden, ob die Daten geeignet sind, eine Insolvenzprognose mit ausreichender Qualität durchzuführen. Dazu sind insbesondere Regressionsanalysen mit dem Datenmaterial durchzuführen. Es soll z. B. auch geprüft werden, wie sich das Ergebnis verändert, wenn man neben die strukturierten Bilanzdaten weitere Daten, die im Anhang veröffentlicht werden, einbezieht. Die Analysen müssen mit SPSS durchgeführt werden.

- **Inhalt:**
 - Vorstrukturierung der verfügbaren Datenbestände
 - Bilden sinnvoller Kennzahlen
 - Umfassende Statistische Analyse des Datenbestands
 - Bewertung der Ergebnisse
 - Dokumentation der Untersuchungsanordnung und -ergebnisse
- **Kontakt:** Arne Frerichs

Projektstudium zu webbasierten Anwendungen für mobile Endgeräte

- **Thema:** Konzeption und prototypische Implementierung eines Frameworks zur Erstellung von webbasierten B2B-Anwendungen für mobile Endgeräte
- **Forschungsfragen:**
 - Welche Anforderungen muss ein Framework zur Erstellung von webbasierten B2B-Anwendungen erfüllen?
 - Wie kann die Adaption von Anwendungen an den Kontext des Nutzers, insbesondere sein spezifisches Endgerät, erfolgen?
 - Wie muss ein Framework für webbasierte B2B-Anwendungen strukturiert sein, um die konkrete Anwendungsentwicklung optimal zu unterstützen?
- **Programm:**
 - Einarbeitung in die Themenfelder Webanwendungsentwicklung, Frameworks und Mobiles Internet
 - Entwicklung eines Konzepts für ein Anwendungsframework zur Erstellung von webbasierten B2B-Anwendungen
 - Fachliche und technische Ausgestaltung des Frameworks
 - Prototypische Implementierung
- **Kontakt:** Stefan Christmann



Projektstudium zum Mobilem Internet

- **Thema:** Empirische Befunde zur Nutzung von Mobilem Internet bei Privatkunden und bestehende Herausforderungen
- **Forschungsfragen:**
 - Wie häufig nutzen Privatanwender das Mobile Internet?
 - Was sind die Motivationsgründe für den Einsatz?
 - Welche Dienste und Anwendungen verwenden Sie am häufigsten?
 - Was hindert Nichtnutzer an der Verwendung?
 - Welche Herausforderungen sehen Privatkunden bei der Nutzung?
- **Programm:**
 - Einarbeitung in das Themenfeld „Mobiles Internet“
 - Erstellen eines Fragebogens und Durchführung der Befragung
 - Auswertung der Antworten im Hinblick auf die dargestellten Forschungsfragen
- **Kontakt:** Thorsten Caus, Stefan Christmann



Projektstudium zu Regionalportalen

- **Thema:** Rezeption, Nutzung und Erwartungshaltung der Bevölkerung zu lokalen Internetangeboten am Beispiel der Regionalportale „Marktplatz Südniedersachsen“ und „goettingeneins.de“
- **Forschungsfragen:**
 - Wie werden die Regionalportale „Marktplatz Südniedersachsen“ und „goettingeneins.de“ wahrgenommen?
 - Welche Funktionen der Portale werden bisher genutzt?
 - Welche Funktionen und Inhalte erwarten Menschen von einem Regionalportal?
- **Programm:**
 - Theoretische Grundlagen der Funktion von Regionalportalen und ihrer Wertschöpfungsmöglichkeiten sind zu erarbeiten.
 - Entwurf eines empirischen Forschungsinstruments zur Ermittlung von Rezeption, Nutzung und Erwartungshaltung von Menschen gegenüber den Regionalportalen „Marktplatz Südniedersachsen“ und „goettingeneins.de“.
 - Durchführung der Untersuchung.
 - Ableitung von Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Regionalportale.
- **Kontakt:** Stefan Christmann, Thorsten Caus
- **Praxispartner:** Marktplatz Südniedersachsen,
[mauritz & grewe]



Projektstudium zu Social Software im Personalmanagement

- **Thema:**
Konzeption und prototypische Implementierung einer Social Software Lösung für das externe Recruiting von Unternehmen
- **Forschungsfragen:**
 - Wie kann das externe Recruiting von Unternehmen durch Social Software Lösungen (Blogs, Wikis, Social Networking Services, etc.) unterstützt werden?
 - Welche Anforderungen bestehen an eine unternehmensinter Social Software Lösung für das externe Recruiting?
 - Wie kann eine entsprechende Recruitinglösung konzeptionell modelliert werden?
 - Welche Adaptionmöglichkeiten auf das interne Recruiting von Unternehmen bestehen?
- **Programm:**
 - Einarbeiten in die Themenfelder „Social Software“ und „Personalrecruiting in Unternehmen“
 - Analyse der bestehenden Unterstützungsmöglichkeiten des externen Personalrecruitings durch Social Software Anwendungen
 - Ableiten von Anforderungen für eine Social Software Lösung im externen Recruiting
 - Konzeptionelle Modellierung einer entsprechenden Lösung.
 - Prototypische Implementierung
- **Kontakt:** Marco Klein



Projektstudium zu URL-basierten Identitäten im WWW

- **Thema:**
Empirische Untersuchung zum Einsatz von URL-basierten Identitäten im Registrierungs- und Authentifizierungsprozess bei Webseiten
- **Forschungsfragen:**
 - Welche der meistgenutzten Webseiten mit einem Login-Prozess setzen URL-basierten Identitäten im Registrierungs- und Authentifizierungsprozess ein?
 - Fällt der Einsatz beim Registrierungs- bzw. Authentifizierungsprozess gleich aus?
 - Was sind die Gründe für bzw. gegen einen Einsatz von URL-basierte Identitäten aus Sicht der Webseiten bzw. deren Betreibern?
 - Was könnte die Webseiten-Betreiber dazu bewegen, URL-basierte Identitäten einzusetzen?
 - Wo sehen die Webseiten-Betreiber aktuell die größten Probleme der URL-basierten Identitäten?
- **Programm:**
 - Kurzes Einarbeiten in das Themenfeld „URL-basierte Identitäten“ (Vorarbeiten und Einstiegsliteratur bereits vorhanden)
 - Erstellen eines Fragebogens und Durchführung der Befragung
 - Auswertung der Antworten im Hinblick auf die dargestellten Forschungsfragen
- **Kontakt:** Stefan Bitzer

Projektstudium zur Supply Chain nachwachsender Rohstoffe

- **Thema:** Empirische Untersuchung der Nutzung von nachwachsenden Rohstoffen in der Industrie
- **Forschungsfragen:**
 - Welche Unternehmen nutzen nachwachsende Rohstoffe (aktuell oder zukünftig), wie verläuft die Lieferkette dazu?
 - Entstehen im Vergleich zu konventionellen Rohstoffen vermehrte Unsicherheiten und wie wird mit diesen umgegangen / wie werden diese in der Produktionsplanung berücksichtigt?
 - Was sind die Gründe für diese Unsicherheiten, wie werden diese Schwierigkeiten behandelt?
- **Programm:**
 - Marktanalyse und Auffinden von Unternehmen (Verpackungs-, chemische und Baustoffindustrie)
 - Erstellen von einigen Case Studies
 - Konzeption eines Fragebogens
 - Durchführung und Auswertung einer empirischen Studie
- **Kontakt:** Stefan Friedemann



Projektstudium zu FlexNow

- **Thema:** Imageverbesserung der Prüfungsverwaltungssoftware FlexNow
- **Forschungsfragen:**
 - Welche Faktoren beeinflussen die Wahrnehmung und Usability-Bewertung von FlexNow aus Studierendensicht? (aufbauend auf einer bereits durchgeführten empirischen Studie)
 - Welche Methoden der klassischen (Image-)Werbung können bei Software sinnvoll genutzt werden? (Bspw. Design, Logos, Branding)
 - Welche technischen Möglichkeiten bestehen, die Usability-Wahrnehmung positiv zu verändern? (Bspw. Kommunikationshilfen durch direkte Meldung von Fehlern)
 - Wie können die erarbeiteten Vorschläge technisch und systembedingt umgesetzt werden?
- **Programm:**
 - Erarbeitung der Grundlagen, Erfassung der Ist-Situation
 - Entwurf von Vorschlägen zur Verbesserung des Images von FlexNow
 - Bewertung der Vorschläge nach Kriterien der Realisierungsmöglichkeit
 - Implementierung der umsetzbaren Vorschläge
- **Kontakt:** Wolfgang Radenbach, Stefan Friedemann
- **Partner:** Fachliche Systembetreuung FlexNow



Projektstudium zur Nachhaltigkeitsberichterstattung

- **Thema:**
Strukturierte Analyse der Nachhaltigkeitsberichte von Dax-30-Unternehmen
- **Forschungsfragen:**
 - Was motiviert Unternehmen über die eigene Nachhaltigkeit zu berichten?
 - Nach welchen Leitfäden/Richtlinien/Standards wird berichtet?
 - Welche Daten werden in Nachhaltigkeitsberichten kommuniziert?
 - Wie ist die Datengrundlage und welche Instrumente werden zur Erhebung und Konsolidierung der Daten eingesetzt?
 - Welche Unterschiede ergeben sich in der Nachhaltigkeitsberichterstattung zwischen Unternehmen verschiedener Branchen?
 - Welche Herausforderungen ergeben sich bei der Berichterstattung?
- **Programm:**
 - Einarbeitung in das Themenfeld Nachhaltigkeitsberichterstattung
 - Entwicklung eines Kriterienkatalogs für die Analyse
 - Analyse der Dax-30-Nachhaltigkeitsberichte hinsichtlich der Forschungsfragen
- **Kontakt:** Hendrik Hilpert





Georg-August-Universität
Göttingen

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Schwerpunkt Marketing und
Distributionsmanagement

Themen

Prof. Dr. Toporowski

Projektstudium zu Bio-Produkten bei Discountern

- **Thema:** Bio-Produkte bei Discountern
- **Forschungsfragen:**
 - Aus welchen Gründen kaufen Kunden Bio-Produkte?
 - Wie kann man Kunden zum Kauf von Bio-Produkten motivieren?
 - Welche Implikationen lassen sich für Lidl / Discounter ableiten?
- **Programm:**
 - Teilnahme an der Veranstaltung „Wissenschaftliches Arbeiten“
 - Erarbeitung der theoretischen Grundlagen unter Einbeziehung internationaler Fachliteratur
 - Mitarbeit bei der Entwicklung eines empirischen Untersuchungsdesigns
 - Auswertung der Daten mit SPSS
 - Zwischen- und Abschlusspräsentationen
 - Erstellen eines Projektberichts
- **Kontakt:** Anne Wiese, M.Sc.



Projektstudium zu neuen Technologien im Handel

- **Thema:** Wirkung eines Portals für Unterhaltungsmedien auf das Kundenverhalten
- **Charakterisierung des Portals:**
 - Abbildung der Verfügbarkeit von Unterhaltungsmedien (CD, DVD, Videospiele) im stationären Handel, eventuell auch mit Preisangaben
 - Bei Registrierung können personalisierte Informationen auch an POS-Terminals abgerufen werden
 - Verschiedene weitere Features
 - Zukünftig auch Download und Bestellmöglichkeit
- **Forschungsfragen:**
 - Inwieweit kann der stationäre Handel von einem solchen Portal profitieren?
 - Kaufen Kunden, die sonst online bestellt hätten, im stationären Handel?
 - Von welchen Faktoren hängt es ab, ob ein Nutzer des Portals ein Produkt online bestellt oder im stationären Handel kauft?
- **Programm:**
 - Teilnahme an der Veranstaltung „Wissenschaftliches Arbeiten“
 - Einarbeitung der theoretischen Grundlagen unter Einbeziehung internationaler Fachliteratur
 - Mitarbeit bei der Entwicklung eines empirischen Untersuchungsdesigns
 - Auswertung der Daten mit SPSS
 - Zwischen- und Abschlusspräsentationen
 - Erstellen eines Projektberichts
- **Kontakt:** PD Dr. Stephan Zielke