

Zielsetzung des Wissenschaftscampus E-Commerce



Die zunehmende Digitalisierung nahezu aller Lebensbereiche wirkt sich immer stärker auch auf den E-Commerce aus und eröffnet dabei nicht nur Chancen, sondern birgt gleichzeitig existenzbedrohende Herausforderungen für traditionelle Handelsunternehmen. Insbesondere hinsichtlich der effizienten Gestaltung von Prozessen und der richtigen Interaktion mit den Kunden als Reaktion auf ein sich veränderndes Kaufverhalten, besteht bei vielen Unternehmen der Bedarf an neuen innovativen Konzepten und Lösungen. Anderenfalls drohen große internationale Onlinehändler, die über einen größeren finanziellen Spielraum und Möglichkeiten zur eigenständigen Entwicklung von Lösungen verfügen, deutsche Handelsunternehmen vom Markt zu drängen.

Um gegen solch starke Konkurrenten anzukommen, bedarf es der engen Zusammenarbeit der deutschen Handelsunternehmen untereinander sowie mit spezialisierten Technologieanbietern und Forschungseinrichtungen. Der Wissenschaftscampus E-Commerce verfolgt daher das Ziel, durch die Erforschung disruptiver Technologien und Innovationen sowie deren praktischer Erprobung in einem offenen Netzwerk gemeinsam Lösungen zu entwickeln.

Leistungen und Kontakt

Im Rahmen des Wissenschaftscampus E-Commerce werden von den Innovationslaboren folgende Leistungen für Unternehmen angeboten:

- Entwicklung innovativer Lösungskonzepte in angewandten Forschungsprojekten
- Durchführung von unternehmensspezifischen Workshops zum Kennenlernen neuer disruptiver Technologien und Innovationen sowie deren Einsatzmöglichkeiten
- Öffentliche Veranstaltungen zur Demonstration der Tätigkeiten der Innovationslabore und Aufbau eines offenen Netzwerks

Bei Interesse an einer Mitwirkung am Wissenschaftscampus E-Commerce kontaktieren Sie uns gerne per E-Mail: e-commerce@wissenschaftscampus.net

Für konkrete Anfragen zu einem Innovationslabor können Sie zudem gerne direkt Kontakt zu den jeweiligen Innovationslaboren aufnehmen.

Weiterführende Informationen und Veranstaltungshinweise finden Sie unter www.wissenschaftscampus.net

Projekt-koordination

Projektgruppe Wirtschaftsinformatik des Fraunhofer FIT
e-commerce@wissenschaftscampus.net

Virtual & Augmented Reality Labor

Prof. Dr. Jens Grubert
Hochschule Coburg
Jens.Grubert@hs-coburg.de

Data Analytics & Customer Interaction Labor

Prof. Dr. Daniel Baier
Universität Bayreuth
Daniel.Baier@uni-bayreuth.de

Smart Logistics Labor

Prof. Dr. Jochen Hiller
Fraunhofer IIS
Jochen.Hiller@iis.fraunhofer.de

Machine Economy Labor

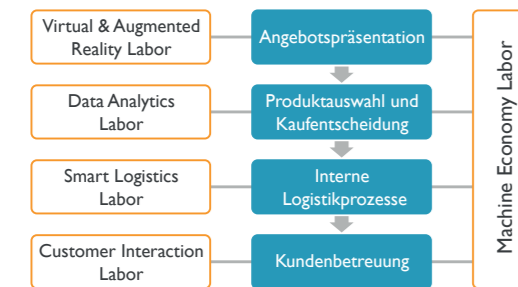
Prof. Dr. Nils Urbach
Projektgruppe Wirtschaftsinformatik des Fraunhofer FIT
Nils.Urbach@fit.fraunhofer.de



Die Innovationslabore des Wissenschaftscampus E-Commerce im Überblick

Kernelement des Wissenschaftscampus E-Commerce sind fünf miteinander vernetzte Innovationslabore, die entlang der Wertschöpfungskette des E-Commerce agieren und folgende Ziele verfolgen:

1. Entwicklung und Erprobung neuer Lösungskonzepte auf Basis disruptiver Technologien und Innovationen
2. Integration der Lösungen in die Wertschöpfungskette und Implementierung in Unternehmen
3. Stärkung der technologischen Vorreiterrolle Deutschlands und insbesondere Bayerns



Verknüpfung der Innovationslabore entlang der Wertschöpfungskette des E-Commerce

Virtual & Augmented Reality Labor



Prof. Dr. Jens Grubert



Innovation

Unter Virtual Reality (VR) versteht man die Wahrnehmung der Realität in einer computergenerierten, interaktiven Umgebung während Augmented Reality (AR) die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung bezeichnet.

Mögliche Anwendungsfälle

Einsatz von VR und AR ermöglicht z.B. die Einrichtung einer virtuellen Wohnumgebung oder die Erleichterung von Reparaturen mit vor Ort eingeblendeten Informationen.

Zielsetzung

Erforschung und Entwicklung in Bereichen wie Produktpräsentationen, virtuelles Training und digitale Werkerunterstützung.

Die Innovationslabore des Wissenschaftscampus E-Commerce im Überblick

Data Analytics Labor



Prof. Dr. Daniel Baier



Innovation

Unter Data Analytics versteht man das Erkennen von Mustern und Zusammenhängen in großen, unstrukturierten und multimedialen Datenmengen. Dazu werden u.a. Methoden des Machine Learning, insbesondere Deep Learning, eingesetzt.

Mögliche Anwendungsfälle

Data Analytics kann z.B. helfen, das Nutzungs- und Kaufverhalten von Kunden in Onlineshops auszuwerten, auf Basis von Kunden- und Produktähnlichkeiten zu prognostizieren oder zu entscheiden, ob ein bestimmter Kunde ein spezielles Angebot erhält.

Zielsetzung

Zielgerichtete Verbesserung von Onlineshops und internen Prozessen auf Basis von Kundennutzungsdaten.

Smart Logistics Labor



Prof. Dr. Jochen Hiller



Innovation

Unter Smart Logistics versteht man die Vernetzung und Integration der logistischen Prozesse inner- und außerhalb von Produktions- oder Handelsunternehmen, bis hin zu einer dezentralen Echtzeitsteuerung der logistischen Netzwerke.

Mögliche Anwendungsfälle

Einsatz moderner Informationstechnologien und Maschine-zu-Maschine Kommunikation ermöglichen Echtzeit-Monitoring und die intelligente Steuerung von Logistikprozessen.

Zielsetzung

Optimierung und Automatisierung interner Logistikprozesse mit Multisensorsystemen und bildgebenden Verfahren, wie z.B. der Computertomographie.

Die Innovationslabore des Wissenschaftscampus E-Commerce im Überblick

Customer Interaction Labor



Prof. Dr. Daniel Baier



Innovation

Unter Customer Interaction versteht man die Kommunikation mit dem Kunden über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg. Dabei werden neuartige Interaktionsformen, etwa mittels Social Media, Internet der Dinge, Sprache und Gestik immer wichtiger.

Mögliche Anwendungsfälle

Kunden wollen heute über unterschiedlichste Kanäle jederzeit mit ihrem Anbieter kommunizieren. Dies erfordert die Kenntnis der Möglichkeiten und Grenzen neuartiger Formate (z.B. Akzeptanz von Chatbots), aber auch die kanalübergreifende Optimierung.

Zielsetzung

Erforschung, Entwicklung, Erprobung und Beplanung neuer Kommunikationswege und Technologien zur Kundenbetreuung.

Machine Economy Labor



Prof. Dr. Nils Urbach



Innovation

Unter Machine Economy versteht man das selbstständige, wirtschaftliche Agieren von Maschinen unter Einbindung moderner Technologien (Künstliche Intelligenz, Internet der Dinge, Blockchain etc.) und die damit verbundene Veränderung unseres Wirtschaftssystems.

Mögliche Anwendungsfälle

Rolle autonomer Maschinen in der Wertschöpfung des E-Commerce, z.B. zur Effizienzsteigerung im Warentransport oder zur Nachvollziehbarkeit der Produktherkunft.

Zielsetzung

Erforschung der Potentiale intelligenter und autonomer Maschinen entlang der Wertschöpfungskette des E-Commerce.