

Forschung zur Zukunft des Online-Handels

Wissenschaftscampus E-Commerce

Der neu eingerichtete Wissenschaftscampus E-Commerce, welches ein Kooperationsprojekt der Baur/Otto Group und weiterer Versandhändler, der nordbayrischen Hochschulen sowie der Fraunhofer-Projektgruppe Wirtschaftsinformatik ist, beschäftigt sich mit Fragestellungen bzgl. der Zukunft des Online-Handels: Am Standort der Baur Versand GmbH & Co KG in Burgkunstadt, mit 3.800 Arbeitsplätzen einer der wichtigsten Arbeitgeber der Region, wurden für mehrere Millionen Euro 7.000 qm Nutzfläche in einer ehemaligen Schuhfabrik saniert und zur Erforschung der Zukunft des E-Commerce bereitgestellt. Fachleute der deutschen Praxis und Wissenschaft zum E-Commerce werden dort gemeinsam mit internationalen Partnern aktuelle Problemstellungen des E-Commerce erforschen und Lösungskonzepte in fünf Innovationslaboren zu Themen wie Data Analytics oder Customer Interaction entwickeln.

Kooperation

Das Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie fördert das Projekt zudem in erheblichem Umfang, um den Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort Oberfranken zum Thema E-Commerce zu fördern.

Sowohl Wissenschaft als auch Wirtschaft profitieren vom neuen Projekt: Studierende und Mitarbeiter des Lehrstuhls können im Rahmen ihrer Abschlussarbeiten oder Forschungsprojekte neuartige Lösungskonzepte „live“, d.h. im direkten Zugang zur Kundenkommunikation und zu Unternehmensdaten, untersuchen. Unternehmen wiederum profitieren von neuartigen und praxisnahen Ergebnissen, vom frühzeitigen Kontakt zu qualifizierten Fachkräften sowie der Möglichkeit, international vernetzte Grundlagen- und Auftragsforschung zu initiieren oder sich daran zu beteiligen.

DREI PRIMÄRE ZIELE DES WISSENSCHAFTSCAMPUS



Vernetzung von
Wissenschaft und Praxis



Entwicklung und Erprobung
Innovativer Lösungskonzepte



Betrachtung der gesamten
Wertschöpfungskette im
Themenfeld E-Commerce

Literaturhinweise: Baier, Daniel; Frost, Sarah (2018): Relating Brand Confusion to Ad Similarities and Brand Strengths Through Image Data Analysis and Classification, in: Advances in Data Analysis and Classification, Vol. 12, No 1, 155-171.

Baier, Daniel; Rese Alexandra: Improving Online and Offline Shopping for Retailers, 26th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services (RARCS2019/EIRASS2019), Tallinn, Estonia, July, 8-10, 2019.

Baier, Daniel; Rese, Alexandra; Nonenmacher, Nikita; Treybig, Steve; Bressemer, Benjamin (2018): Digital Technologies for Ordering and Delivering Fashion: How Baur Integrates the Customer's Point of View, in: Urbach, Nils; Röglinger, Maximilian (Hrsg.), Cases Studies on Digitalization – How Companies Rethink Their Business for the Digital Age, Heidelberg, Springer, 59-78

Baier, Daniel; Rese Alexandra; Röglinger, Maximilian (2018): Conversational User Interfaces for Online Shops? A Categorization of Use Cases, Completed research paper, Proceedings of the 39th International Conference on Information Systems (ICIS), San Francisco, USA, December, 13-16, 2018.

Brand, Benedikt Martin; Baier, Daniel: Comparative Analysis of E-commerce Configuration Between China and Germany, 26th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services (RARCS2019/EIRASS2019), Tallinn, Estonia, July, 8-10, 2019.

Rese, Alexandra; Ganster, Lena; Baier, Daniel: Chatbots in Customer Communication: How to Measure Their Acceptance? 26th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services (RARCS2019/EIRASS2019), Tallinn, Estonia, July, 8-10, 2019.



Dr. rer. pol. habil. Daniel Baier
Lehrstuhlinhaber
Gebäude: B9 Raum: 19



Theresa Rausch, B.Sc.,
wiss. Mitarbeiterin, Masterand
E-Mail: theresa.rausch@uni-bayreuth.de