

Edition HMD

Stefan Meinhardt
Alexander Pflaum *Hrsg.*

Digitale Geschäftsmodelle – Band 2

Geschäftsmodell-Innovationen, digitale
Transformation, digitale Plattformen,
Internet der Dinge und Industrie 4.0

Praxis der Wirtschaftsinformatik

HMD

EBOOK INSIDE



Springer Vieweg

Edition HMD

Reihe herausgegeben von

Hans-Peter Fröschle
i.t-consult GmbH
Stuttgart, Deutschland

Josephine Hofmann
Fraunhofer IAO
Stuttgart, Deutschland

Andreas Meier
University of Fribourg
Fribourg, Schweiz

Stefan Reinheimer
BIK GmbH
Nürnberg, Deutschland

Susanne Strahinger
TU Dresden
Dresden, Deutschland

Knut Hildebrand
Hochschule Weihenstephan-Triesdorf
Freising, Deutschland

Matthias Knoll
Hochschule Darmstadt
Darmstadt, Deutschland

Stefan Meinhardt
SAP Deutschland SE & Co KG
Walldorf, Deutschland

Susanne Robra-Bissantz
TU Braunschweig
Braunschweig, Deutschland

Die Fachbuchreihe „Edition HMD“ wird herausgegeben von Hans-Peter Fröschle, Prof. Dr. Knut Hildebrand, Dr. Josephine Hofmann, Prof. Dr. Matthias Knoll, Prof. Dr. Andreas Meier, Stefan Meinhardt, Dr. Stefan Reinheimer, Prof. Dr. Susanne Robra-Bissantz und Prof. Dr. Susanne Strahringer.

Seit über 50 Jahren erscheint die Fachzeitschrift „HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik“ mit Schwerpunktausgaben zu aktuellen Themen. Erhältlich sind diese Publikationen im elektronischen Einzelbezug über SpringerLink und Springer Professional sowie in gedruckter Form im Abonnement. Die Reihe „Edition HMD“ greift ausgewählte Themen auf, bündelt passende Fachbeiträge aus den HMD-Schwerpunktausgaben und macht sie allen interessierten Lesern über online- und offline-Vertriebskanäle zugänglich. Jede Ausgabe eröffnet mit einem Geleitwort der Herausgeber, die eine Orientierung im Themenfeld geben und den Bogen über alle Beiträge spannen. Die ausgewählten Beiträge aus den HMD-Schwerpunktausgaben werden nach thematischen Gesichtspunkten neu zusammengestellt. Sie werden von den Autoren im Vorfeld überarbeitet, aktualisiert und bei Bedarf inhaltlich ergänzt, um den Anforderungen der rasanten fachlichen und technischen Entwicklung der Branche Rechnung zu tragen.

Weitere Bände in dieser Reihe: <http://www.springer.com/series/13850>

Stefan Meinhardt
Alexander Pflaum
Hrsg.

Digitale Geschäftsmodelle – Band 2

Geschäftsmodell-Innovationen, digitale
Transformation, digitale Plattformen,
Internet der Dinge und Industrie 4.0

 Springer Vieweg

Hrsg.

Stefan Meinhardt
SAP Deutschland SE & Co KG
Walldorf, Deutschland

Alexander Pflaum
Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Bamberg, Deutschland

Das Herausgeberwerk basiert auf vollständig neuen Kapiteln und auf Beiträgen der Zeitschrift HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik, die entweder unverändert übernommen oder durch die Beitragsautoren überarbeitet wurden. Zudem basieren einzelne Kapitel auf Beiträgen des Tagungsbandes zur Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI) 2018, die entweder unverändert übernommen oder durch die Beitragsautoren überarbeitet wurden.

ISSN 2366-1127

ISSN 2366-1135 (electronic)

Edition HMD

ISBN 978-3-658-26315-7

ISBN 978-3-658-26316-4 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-26316-4>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Vieweg

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2019

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Vieweg ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort

Digitale Geschäftsmodelle und die damit verbundenen Änderungen stellen Unternehmen vor vielfältige Herausforderungen: Betroffen sind nicht nur die gesamte Wertschöpfungskette und die Interaktion mit dem Kunden, sondern oftmals auch die gesamte Organisation, ihre Prozesse und die zugrunde liegenden IT-Systeme. Eine ganzheitliche, zielführende Digitalstrategie zeigt nicht nur Chancen für neue datengetriebene Lösungen und entsprechende Umsätze auf, sondern verfolgt in erster Linie auch die digitale Transformation des bisherigen Geschäfts. Bei der Diskussion von digitalen Geschäftsmodellen stehen oftmals bahnbrechende, Markt- oder Industriegrenzen verändernde Entwicklungen im Fokus. Durch diese „disruptiven“ Entwicklungen, getrieben von innovativen digitalen Technologien und darauf basierenden Geschäftsmodellen, können sich Marktmechanismen stark verändern. Beispiele für solche Entwicklungen sind Technologien, die neuartige digitale Geschäftsmodelle erst möglich machen, wie z. B. Cloud-Plattformen, Internet of Things, Robotics, Artificial Intelligence & Machine Learning, 3D-Printing, Big Data & Data Intelligence sowie Blockchain. Die Wertschöpfung mit smarten Produkten und damit verknüpfbaren, häufig datenbasierten, Diensten wird bei digitalen Geschäftsmodellen in der Regel neu definiert und es ist notwendig, in neuartigen System- bzw. Lösungszusammenhängen anstatt in Produkten zu denken. Wertschöpfungssysteme müssen zunehmend als Business-Ökosysteme verstanden werden, die von digitalen Plattformen dominiert werden und anderen Gesetzen und Regeln gehorchen.

Investitionen in die Digitalisierung ohne ein grundlegendes Verständnis des digitalen Marktes und der passenden digitalen Geschäftsmodelle sind in der Regel nicht erfolgreich. Um unternehmerische Fehlentscheidungen zu verhindern, müssen ein klares strategisches Zielbild und ein digitales Transformationskonzept entwickelt werden, das die jeweiligen Chancen und Risiken adäquat bewertet. Aber wie kann die Transformation im Unternehmen hin zu digitalen Geschäftsmodellen nun auch erfolgreich gelingen? Wie müssen digitale Geschäftsmodelle in die Unternehmensstrategie eingebettet sein? Was bedeutet eine Transformation hin zu digitalen Geschäftsmodellen für die IT-Systeme und Prozesse im Unternehmen? Welche Chancen und Risiken gibt es bei Digitalisierungs-Projekten? Wie sehen praktische Anwendungsszenarien für digitale Geschäftsmodelle aus und wie werden diese umgesetzt? Diesen Fragestellungen haben sich die Autoren aus Wissenschaft und

Praxis im vorliegenden Band der „Edition HMD“ facettenreich gewidmet. Sie liefern mit ihren Beiträgen entsprechende Antworten, gepaart mit Konzepten, Lösungsvorschlägen und Fallbeispielen aus der Praxis.

Der Einführungsbeitrag von „Digitale Geschäftsmodelle – Band 1“ zeigt, nach Erläuterungen zu Geschäftsmodellen, und Basistechnologien, einen Referenzprozess für die digitale Transformation auf. Anschließend werden im zweiten Teil des Buches mit der Überschrift „Digitale Geschäftsmodell Transformation“ in drei Beiträgen Steuerungs- und Vorgehensmodelle sowie Erfolgsfaktoren für digitale Transformationsprojekte vorgestellt. Es schließen sich zwei Beiträge zu Bewertungsansätzen für Digitalisierungsprojekte an. Dann folgen drei weitere Beiträge, die sich mit dem Einfluss von Plattformen sowie Wertschöpfungsnetzwerken und Distributionsmodellen im Kontext von digitalen Geschäftsmodellen beschäftigen. Zum Abschluss des zweiten Teils wird die Rolle des CDO in einer empirischen Studie beleuchtet. Im dritten Teil zum Themenfeld „Digitale Geschäftsmodell Innovation“ werden in drei Beiträgen Handlungsempfehlungen, Nutzen und Akzeptanzbarrieren sowie das Erschaffen ganz neuartiger Geschäftsmodell Kategorien durch digitale Innovationen in das Blickfeld gerückt. Es folgen im vierten Teil zwei interessante Beiträge unter der Überschrift „Enabler für Digitale Geschäftsmodelle“, die das Konzept des digitalen Zwillings sowie der Blockchain behandeln.

„Digitale Geschäftsmodelle – Band 2“ beinhaltet im ersten Teil drei Beiträge, die sich mit Geschäftsmodellinnovationen bei der Interaktion mit dem Kunden beschäftigen, hier stehen Technologie-Enabler wie Robotic Process Automation, Artificial Intelligence und Machine Learning sowie die Umsetzung einer Omnichannel-Management Strategie bei der Deutsche Bahn Vertriebs GmbH im Zentrum der Betrachtung. Im zweiten Teil widmen sich fünf Beiträge den Veränderungen von Geschäftsmodellen im Mobilitätssektor sowohl aus Hersteller als auch als Nutzer-sicht. Insbesondere der Aspekt von digitalen Plattformen stellt eine große Herausforderung und Chance dar und wird von verschiedenen Seiten in den Beiträgen beleuchtet. Der letzte Teil des deszweibändigen Werkes behandelt Geschäftsmodellinnovationen und deren Auswirkungen im Kontext von Industrie und Dienstleistung. Hier liegt der Fokus neben den klassischen produzierenden Industrien vor allem auf den digitalen Transformationspotenzialen bei Logistikkonzepten, neuen Modellen in der Versicherungs-, Wirtschaftsprüfungs- sowie Beratungsbranche.

Die Beiträge in den vorliegenden Bänden der „Edition HMD“ zeigen einerseits die Komplexität des Prozesses der digitalen Transformation auf, berichten aber andererseits auch von erfolgreichen Praxisbeispielen aus den unterschiedlichsten Branchen. Die einzelnen Beiträge und Beispiele verdeutlichen, wie neue digitale Geschäftsmodelle unter Verwendung von modernen Informationstechnologien und deren Auswirkung auf die Unternehmensorganisation entstanden bzw. aktuell am Entstehen sind. Wir hoffen, dass insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen die Beiträge als Anregung nehmen, eigene Transformationsprojekte zu starten und so die eigene Wettbewerbsfähigkeit in einer sich stetig verändernden digitalen Welt zu sichern.

Unser Dank gilt den Autoren aus Wissenschaft und Praxis für die fundierten Beiträge, den Gutachtern für ihre vielfältigen Anregungen zur Verbesserung der Beitragsinhalte sowie dem gesamten HMD Springer Team. Wir wünschen Ihnen nun viel Spaß und spannende, neue Erkenntnisse beim Lesen der Beiträge, die Ihnen bei der Umsetzung Ihrer Digitalisierungsstrategie hoffentlich interessante Impulse mit auf den Weg geben.

Walldorf und Nürnberg im Frühjahr 2019

Stefan Meinhardt
Alexander Pflaum

Inhaltsverzeichnis

Teil I Digitalisierung in der Kundenbeziehung

1 Entscheidungsunterstützung im Kundenbeziehungszyklus durch Maschinelle Lernverfahren	3
Andreas Welsch, Verena Eitle und Peter Buxmann	
1.1 Einleitung	3
1.2 Grundlagen des Maschinellen Lernens	7
1.3 Maschinelles Lernen als Werkzeug des Kundenbeziehungszyklus ...	11
1.4 Zusammenfassung und Ausblick	21
Literatur	22
2 Der Einfluss von Künstlicher Intelligenz, Robotic Process Automation und Spracherkennung im Callcenter 4.0 auf die Entwicklung bisheriger Geschäftsmodelle	27
Jürgen Karla, Tim Kleinschmidt und Anastasia Wolf	
2.1 Motivation	28
2.2 Technologien, Organisation und Prozesse in Callcentern	29
2.3 Callcenter 4.0: Architektur, Abläufe und Auswirkungen	35
2.4 Auswirkungen von Robotic Process Automation auf die Gesellschaft	37
Literatur	39
3 Evolution des Kanalmanagements und Transformation der IT – der Weg der Deutschen Bahn Vertrieb GmbH	41
Lea Fortmann-Müller, Ingmar Haffke und Alexander Benlian	
3.1 Einleitung	42
3.2 Vertriebsstrategien im Zeitalter digitaler Geschäftsmodelle	42
3.3 Bimodale IT als Wegbereiter der IT-Transformation	44
3.4 Die digitale Transformation bei DB Vertrieb	46
3.5 Diskussion und Fazit	52
Literatur	54

Teil II Digitale Geschäftsmodelle im Mobilitätssektor

4	Anbau, Umbau, Neubau? – Digitale Transformationsstrategien im Mobilitätssektor	57
	Sebastian Scherer, Fabian Reck und Alexander Fliaster	
4.1	Digitale Transformation aus der Sicht etablierter Unternehmen und Branchen	58
4.2	Digitale Transformation als dynamischer Prozess der Geschäftsmodellentwicklung	58
4.3	Umsetzung der digitalen Transformation in Unternehmen des Mobilitätssektors	62
4.4	Implikationen und Handlungsempfehlungen	65
4.5	Zusammenfassung	70
	Literatur	71
5	Geschäftsmodell „Connected Car“ – digitale Innovationen in der Automobilindustrie	73
	Micha Bosler, Wolfgang Burr und Leonie Ihring	
5.1	Digitale Geschäftsmodelle der Automobilhersteller	74
5.2	Untersuchungsgegenstand der vernetzten Fahrzeuge	75
5.3	Konzeptionelle Grundlagen	77
5.4	Analyse ausgewählter Automobilhersteller	80
5.5	Fazit	93
	Literatur	95
6	Digitale Plattformen für Applikationen im Auto– Herausforderungen und Handlungsempfehlungen	97
	Niklas Weiß, Maximilian Schreieck, Laura Sophie Brandt, Manuel Wiesche und Helmut Krcmar	
6.1	Einleitung	98
6.2	Grundlagen zu digitalen Plattformen in der Automobilindustrie: Begriffsverständnis und Status Quo im Feld	99
6.3	Methodik	102
6.4	Herausforderungen für digitale Plattformen im Auto	103
6.5	Handlungsempfehlungen für den Umgang mit einer digitalen Plattform für Fahrzeuge	107
6.6	Zusammenfassung und Ausblick	114
	Literatur	115
7	Bewertung von Anreizen zum Teilen von Daten für digitale Geschäftsmodelle am Beispiel von Usage-based Insurance	119
	Mathias Streich, Antonio D’Imperio und Jürgen Anke	
7.1	Einleitung	120
7.2	UBI als digitales Dienstleistungssystem	122
7.3	Evaluation von Anreizen für das Teilen von Daten	126
7.4	Ergebnisse und Schlussfolgerungen	134

7.5 Diskussion 138

7.6 Zusammenfassung und Ausblick 139

Literatur 141

8 AI als Building Block von Digital-Strategien – am Beispiel von Automotive OEMs 145

Mohamed Kari und Reinhard Schütte

8.1 Motivation 145

8.2 Digital-Strategien 146

8.3 Künstliche Intelligenz 152

8.4 Eingliederung künstlicher Intelligenz in die Digital-Strategien von Automotive OEMs 154

8.5 Fazit 159

Literatur 160

Teil III Digitale Geschäftsmodelle in Industrie und Dienstleistung

9 Digitale Geschäftsmodelle in der Industrie: Eine Analyse der Auswirkungen und Herausforderungen 167

Björn Häckel und Jochen Übelhör

9.1 Digitalisierung als Wegbereiter der digitalen, hybriden Wertschöpfung 168

9.2 Digitale Geschäftsmodelle und der Business Model Canvas 170

9.3 Auswirkungen datenbasierter Produkt-Dienstleistungsbündel 172

9.4 Resultierende Herausforderungen 174

9.5 Fallstudie Mitsubishi Electric 177

9.6 Praxisrelevante Handlungsempfehlungen 178

Literatur 180

10 Digitale Lösungen für Informations- und Logistikdienste von Vor-Ort-Apotheken 183

Hendrik Schröder und Semra Ersöz

10.1 Vor-Ort-Apotheken im Wettbewerb mit Versandapotheken 184

10.2 Der Botendienst der Vor-Ort-Apotheken als Wettbewerbsfaktor ... 185

10.3 Die Reduktion von Koordinationskosten durch digitale Plattformen 186

10.4 Typen digitaler Lösungen für Informations- und Logistikdienste ... 187

10.5 Digitale Anbieter für Informations- und Logistikdienste 188

10.6 Fazit 194

Literatur 195

11 Auswirkungen von InsurTech auf die Wertschöpfungslogik der Versicherungsindustrie im Digitalen Zeitalter 197

Emanuel Stöckli, Christian Dremel, Falk Uebernickel und Walter Brenner

11.1 Einleitung 198

11.2 Was Digitalisierung für die Versicherungsindustrie bedeutet 198

11.3	InsurTech Innovationsmodell – Wie InsurTech die Wertschöpfungslogik verändert	199
11.4	Fazit und Handlungsempfehlungen	208
	Literatur	211
12	Digitale Wirtschaftsprüfung – Make or Buy?	213
	Johannes Langhein, Andreas Kiesow, Christian Strobel und Oliver Thomas	
12.1	Digitale Transformation in der Wirtschaftsprüfung	214
12.2	Cloud-Computing	216
12.3	Auslagerungsfähigkeit von Tätigkeiten im Prüfungsprozess	217
12.4	Digitale Geschäftsmodelle in der Wirtschaftsprüfung	219
12.5	Kritische Erfolgsfaktoren	224
12.6	Fazit	225
	Literatur	226
13	Consulting 4.0 – Kommt die digitale Disruption des Beratungsgeschäfts?	229
	Christian Gärtner und Thomas Löwer	
13.1	Einleitung	230
13.2	Das Geschäftsmodell Unternehmensberatung	231
13.3	Digitalisierung und Disruption von Geschäftsmodellen	232
13.4	Digitalisierung der Unternehmensberatung: Das sagt die Branche	235
13.5	Zusammenfassung	238
	Literatur	241
	Stichwortverzeichnis	243

Über die Autoren

Prof. Dr.-Ing. Jürgen Anke ist Professor für Betriebliche Anwendungssysteme und Grundlagen der Wirtschaftsinformatik an der Hochschule für Telekommunikation Leipzig (HfTL). Davor war er zehn Jahre in der Industrie tätig, u. a. im Smart Items Research Programm der SAP, als Geschäftsführer eines IT-Startups für cloud-basierte Logistiksoftware sowie als Principal Business Developer bei der T-Systems MMS. Jürgen Anke wurde an der TU Dresden mit einer Arbeit über Verteilungsplanung von Softwarekomponenten in IoT-Infrastrukturen zum Dr.-Ing. im Fach Informatik promoviert. Seine Forschungsschwerpunkte sind datengetriebene Dienstleistungen im Internet der Dinge sowie Datenschutz in Anwendungssystemen. Als Mitinitiator des LESSIE-Projekts arbeitet er an der Etablierung eines Innovationsnetzwerks für das Smart Service Engineering in der Region Mitteldeutschland. Im März 2019 wird Jürgen Anke an die HTW Dresden wechseln und dort die Professur für Softwaretechnologie und Informationssysteme übernehmen.

Philipp Barthel studierte von 2010 bis 2016 Betriebswirtschaftslehre an der LMU München. Im Anschluss arbeitete er als Consultant in einer IT-Beratung. Seit April 2018 ist er wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Institut für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien. Sein Forschungsschwerpunkt liegt im Bereich der digitalen Transformationsprojekte.

Jan Heinrich Beinke studierte Wirtschaftsinformatik an der Universität Osnabrück und ist seit 2016 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachgebiet für Unternehmensrechnung und Wirtschaftsinformatik. Seine Forschungsschwerpunkte liegen auf der Gestaltung der digitalen Transformation, Blockchain, Kryptowährungen und Multi-sided Platforms.

Prof. Dr. Alexander Benlian ist seit 2012 Inhaber des Fachgebiets für Information Systems & E-Services an der Technischen Universität Darmstadt. Zuvor war er an der Universität München (LMU) tätig, wo er promovierte und als Assistenzprofessor arbeitete. Zwischen Promotion und Assistenzprofessur arbeitete er zwei Jahre als Unternehmensberater bei McKinsey & Company für Kunden aus der Finanz-, Telekommunikations- und Softwarebranche. In seiner Forschung untersucht er, wie Unternehmen von digitaler Transformation, Cloud Services und agiler Produktentwicklung profitieren können. Seine Forschungen wurden in führenden akademischen und praxisorientierten Zeitschriften veröffentlicht.

Gerrit Berghaus absolvierte 2017 den Master of Science in Wirtschaftsinformatik an der Universität Oldenburg und spezialisierte sich während seines Studiums auf die Forschungsbereiche des IT-Managements und der „Very Large Business Applications“. Für seine akademischen Leistungen erhielt Gerrit Berghaus 2016 die Auszeichnung des Deutschlandstipendiums. Durch Projekte und Kooperationen mit Unternehmen wie der Deutsche Post DHL Group oder der abat AG kombinierte Gerrit Berghaus theoretische Konzepte mit praktischen Lösungen. Seine Erkenntnisse veröffentlichte Gerrit Berghaus in seiner Abschlussarbeit über Digitalisierungsmöglichkeiten nicht-digitaler Geschäftsprozesse. Seit 2017 ist Gerrit Berghaus als Berater im Personalwesen für die Kommunale Datenverarbeitung Oldenburg (KDO) tätig.

Micha Bosler arbeitet seit 2015 als akademischer Mitarbeiter und Doktorand am Lehrstuhl für ABWL, insb. Innovations- und Dienstleistungsmanagement des Betriebswirtschaftlichen Instituts der Universität Stuttgart. Im Rahmen seiner Promotion fokussiert er sich auf das Management digitaler Innovationen im Kontext der vernetzten Fahrzeuge. Ein weiterer Forschungsschwerpunkt richtet sich auf Kooperationen zwischen Start-ups und etablierten Unternehmen.

Dr. Laura Sophie Brandt ist Gruppenleiterin in der Elektrik Elektronik Entwicklung bei der BMW Group und verantwortlich für den Bereich Entwicklung von Vernetzten Diensten. Ihre Forschungsinteressen umfassen Plattform Design und Automotive Software Plattformen, Software Engineering und agile Software Entwicklungsmethoden. Ihre Forschungsarbeiten wurden in der Zeitschrift HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik veröffentlicht sowie auf der internationalen NEIS Konferenz und DESIGN Conference vorgestellt.

Veronika Brandt verantwortet das IoT Business Consulting bei Bosch Software Innovations. Sie und ihr Team unterstützen Bosch und externe Kunden bei der digitalen Transformation und der Entwicklung innovativer, vernetzter Lösungen. Sie ist Co-Autorin des IoT Business Model Builders, eines Vorgehensmodells für die Entwicklung erfolgreicher IoT Geschäftsmodelle. Veronika Brandt hat Betriebswirtschaftslehre an der LMU München studiert. Sie war bei BearingPoint und Siemens tätig, bevor sie 2010 in die Bosch Gruppe eintrat.

Mag. Gert Breitfuß ist Senior Researcher am Know-Center (Forschungszentrum für datengetriebenes Business und Big Data Analytics) in Graz. Seine Forschungsinteressen liegen im Bereich Innovationsmanagement mit Schwerpunkt auf (datengetriebene) Geschäftsmodellinnovationen. Sein Berufsweg führte ihn nach einer technisch-betriebswirtschaftlichen Ausbildung und mehreren Stationen in internationalen Industrieunternehmen in die Wissenschaft. Von 2009 bis 2012 lehrte und forschte er als hauptberuflicher Lektor an der Studienrichtung Innovationsmanagement der FH CAMPUS 02 in Graz. Danach leitete er den Forschungsbereich Open Innovation am Kompetenzzentrum für digitale Assistenzsysteme Evolaris.

Prof. Dr. Walter Brenner ist Professor für Wirtschaftsinformatik an der Universität St. Gallen und geschäftsführender Direktor des Instituts für Wirtschaftsinformatik. Davor war er von 1999 an Professor für Wirtschaftsinformatik und Betriebswirtschaftslehre an der Universität Essen und von 1993 bis 1999 Professor an der TU Bergakademie Freiberg. Seine Forschungsschwerpunkte sind unter anderem: Informationsmanagement, Design Thinking und Big Data; daneben übernimmt er freiberufliche Tätigkeiten als Berater in Fragen des Informationsmanagements und der Vorbereitung von Unternehmen auf die digitale vernetzte Welt. Prof. Brenner hat mehr als 30 Bücher und mehr als 300 Artikel veröffentlicht. Er arbeitet seit über 30 Jahren im Bereich des Einsatzes der Informations- und Kommunikationstechnologie auf Geschäftsleitungsebene und ist ein Wirtschaftsinformatiker „der ersten Stunde“.

Dr. Christoph Buck M.Sc., ist wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl Wirtschaftsinformatik der Universität Bayreuth und in der Fraunhofer Projektgruppe Wirtschaftsinformatik des Fraunhofer FIT. Nach dem Diplom-Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Bayreuth legte er seine Promotion an der an der Recht- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Bayreuth ab. Seine Forschungsschwerpunkte sind die digitale Transformation, Information Privacy, eHealth und datengetriebene Geschäftsmodelle.

Prof. Dr. Wolfgang Burr ist seit 2007 Professor an der Universität Stuttgart als Inhaber des Lehrstuhls für ABWL, insb. Innovations- und Dienstleistungsmanagement. Zu seinen Forschungsschwerpunkten zählen das Innovationsmanagement in der herstellenden Industrie, Service Engineering, die Digitalisierung von Dienstleistungen sowie Innovationen in der Pharma- und in der Uhrenindustrie.

Prof. Dr. Peter Buxmann ist Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik an der Technischen Universität Darmstadt und leitet dort das Innovations- und Gründungszentrum HIGHEST. Seine Forschungsschwerpunkte sind die Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft, Methoden und Anwendungen der Künstlichen Intelligenz, Entrepreneurship und die Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle sowie die ökonomische Analyse von Cybersecurity-Investitionen und Privatsphäre.

M.Sc. Antonio D’Imperio studierte an der Hochschule für Oekonomie und Management (FOM) Wirtschaftsinformatik und IT Management und evaluierte die Einsatzpotentiale und Marktchancen der Connected-Car-Technologie. Er war mehrere Jahre als Consultant bei der Geschäftskundensparte T-Systems International GmbH beschäftigt und in diversen SAP und Business Warehouse IT-Projekten im Einsatz. Seit 2017 ist er Data Scientist bei der Deutschen Telekom Service Europe SE im Bereich „Procure to Pay“ (P2P) und treibt wesentlich durch Einsatz von Process Mining die Digitalisierung interner Geschäftsprozesse im P2P und vermehrt bereichsfremder Bereiche voran.

Viktor Dmitriyev studierte Informatik an der Kasachisch-Britischen Technischen Universität in Almaty. Seit 2014 ist Viktor Dmitriyev Wissenschaftlicher Mitarbeiter in Lehre und Forschung an der Abteilung Wirtschaftsinformatik/Very Large Business Applications (VLBA) am Department für Informatik der Universität Oldenburg. Seine Forschungsschwerpunkte sind unter anderem Big Data, Business Intelligence, Datenbanksysteme und In-Memory Computing.

Christian Dremel ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität St. Gallen und promoviert im Bereich Big Data Analytics. Zu seinen Forschungsgebieten zählt insbesondere die Adoption und erfolgreiche organisationale Verankerung von Big Data Analytics im Unternehmenskontext. Seine Forschungsergebnisse wurde in Proceedings führender Wirtschaftsinformatikkonferenzen, wie der International Conference on Information Systems (ICIS) und der Internationalen Tagung der Wirtschaftsinformatik (WI), sowie in Journals, wie MISQ Executive und Electronic Markets veröffentlicht.

Verena Eitle ist seit Juli 2017 als externe Doktorandin am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik an der Technischen Universität Darmstadt tätig. Ihr Forschungsbereich bezieht sich auf den Software-Vertrieb, in dem sie unter anderem die Anwendung von Machine Learning Modellen untersucht. Neben ihrer Promotions-tätigkeit arbeitet sie als Prozessberaterin bei SAP Deutschland SE & Co. KG.

Semra Ersöz ist Apothekerin und Doktorandin am Lehrstuhl für Marketing und Handel der Universität Duisburg-Essen sowie Mitarbeiterin an der Forschungsstelle für Apothekenwirtschaft in Essen.

Prof. Dr. Alexander Fliaster ist Inhaber des Lehrstuhls für BWL, insbesondere Innovationsmanagement an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg. Zu seinen aktuellen Forschungsschwerpunkten zählen Wissensnetzwerke von Führungskräften sowie Stakeholder-Management und Innovationskooperationen zwischen den Unternehmen, insbesondere in digitalen Ecosystemen.

Lea Fortmann-Müller ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Information Systems & E-Services der Technischen Universität Darmstadt. Ihre Forschungsschwerpunkte sind insbesondere die digitale Transformation und agile Softwareentwicklungsmethoden. Neben ihrer Forschung betreut sie Veranstaltungen zu Enterprise Architecture Management. Frau Fortmann-Müller hält einen Master of Science in Betriebswirtschaftslehre der Universität München (LMU). Nach dem Studium arbeitete sie drei Jahre als IT-Management-Beraterin bei der Detecon International in München und San Francisco, bevor sie in Darmstadt ihre Promotion begann.

Bernhard Freiseisen, Mag., ist seit 2014 Lehrbeauftragter für Strategisches Management an der Johannes Kepler Universität Linz und forscht aktuell zum

Thema Preismanagement in Industrieunternehmen. Seit 30 Jahren ist er bei Fronius International tätig und begleitet den fortlaufenden Veränderungsprozess des österreichischen Industriegüterherstellers. Seine Berufslaufbahn führte ihn von leitenden Tätigkeiten im Bereich Forschung & Entwicklung hin zum internationalen Marketing- und Vertriebsmanagement bei Fronius. Heute leitet er als Senior Manager das Strategische Marketing der Business Unit Perfect Welding.

Prof. Dr. Christian Gärtner ist Professor für Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Digitale Transformation & Leadership an der Quadriga Hochschule Berlin. Zuvor hatte er Professurvertretungen an der Helmut-Schmidt-Universität (Hamburg) und der Universität Witten/Herdecke inne und war Berater bei Capgemini Consulting. Zudem berät er seit über 15 Jahren im Themenfeld „People & Business Transformation“. Er ist u. a. Mitherausgeber des Springer-Bandes „Fallstudien zur Digitalen Transformation“.

Prof. Dr. Steffi Haag ist Juniorprofessorin am Institut für Wirtschaftsinformatik der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU). Ihre Forschung zu Schatten-IT, dem Management von Informationssicherheit sowie technologiebasierten Innovationen ist u. a. in den Zeitschriften Business Information Systems Engineering, Communications of the Association for Information Systems, dem Journal of Business Economics und in den führenden Konferenzbeiträgen der Wirtschaftsinformatik, wie z. B. der International Conference on Information Systems, veröffentlicht.

Prof. Dr. Björn Häckel ist seit 2016 Inhaber der Forschungsprofessur für Digitale Wertschöpfungsnetze an der Fakultät für Informatik der Hochschule Augsburg. Zugleich ist er stellvertretender wissenschaftlicher Leiter des Kernkompetenzzentrums Finanz- & Informationsmanagement und arbeitet eng mit der Projektgruppe Wirtschaftsinformatik des Fraunhofer FIT zusammen. Er konzentriert sich in seiner Forschung im Rahmen von angewandten Forschungsprojekten mit Unternehmen und in öffentlich geförderten Forschungsprojekten auf das Chancen- und Risikomanagement der Industrie 4.0 und in digitalen Wertschöpfungsnetzen, die ökonomische Bewertung von Technologien sowie auf das Gebiet des finanzwirtschaftlichen Energiemanagements.

Dr. Ingmar Haffke ist Unternehmensberater bei Detecon Consulting und berät weltweit Kunden zu Fragen der digitalen Strategie und Innovation. Er besitzt einen Dokortitel in Wirtschaftsinformatik der Technischen Universität Darmstadt sowie einen M.B.A. in Finance der State University of New York in Buffalo. Seine Forschungsinteressen umfassen digitale Führungsrollen, digitale Geschäftsmodelle und die sich wandelnde Rolle der IT im Zeitalter der digitalen Transformation. Seine Veröffentlichungen erschienen in internationalen Zeitschriften, wie dem Journal of Strategic Information Systems, und wurden auf internationalen Konferenzen vorgestellt.

Prof. Dr. Bastian Halecker ist Professor für Entrepreneurship an der Beuth Hochschule in Berlin. Er ist unternehmerisch vielseitig aktiv. Neben der Rolle als CEO von NESTIM ist er noch Gründer von Startup Tour Berlin sowie Gründungspartner von Hungry Ventures. Neben der aktiven Matchmaker-Rolle zwischen etablierten Unternehmen und Startups, begleitet er Unternehmen bei der digitalen Transformation und beteiligt sich frühphasig an FoodTech Startups. Promoviert hat Bastian Halecker an der Universität Potsdam zum Thema Geschäftsmodellinnovation in reifen Industrien.

Prof. Dr. Matthias Hartmann lehrt Produktion und Logistik sowie Informations- und Technologiemanagement an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin. Er ist Mitglied des Kuratoriums der HTW Berlin sowie Leiter des Labors Unternehmenssimulationen und des EU-Projekts Digital Value Lab zur Digitalisierung Kleiner und Mittlerer Unternehmen in Berlin. Zudem verfügt Prof. Dr. Matthias H. Hartmann über langjährige Beratungserfahrung in verschiedenen Industrie- und Dienstleistungs-Unternehmen (Automobil, Telekom, Medien, Medizin, Banken, Finanzdienstleister, Transport, Bau, Energie, Öffentlicher Sektor) und war vor seiner Berufung für die Top Management Beratung A.T. Kearney tätig.

Prof. Dr. Georg Herzwurm ist seit 2003 Inhaber des Lehrstuhls für allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik II an der Universität Stuttgart. Georg Herzwurm ist Mitglied des Normenausschusses für Qualitätsmanagement, Statistik und Zertifizierung (NQSZ), des Deutschen Instituts für Normung e.V. (DIN), ISO/TC 69/SC 8 der International Organization for Standardization (ISO) sowie Vorstandsmitglied und Direktor des Clusters „Management of Global Manufacturing Networks“ an der GSaME (Graduate School for Advanced Manufacturing Engineering) der Universität Stuttgart. In Forschung und Lehre beschäftigt sich Georg Herzwurm mit Ansätzen und Konzepten zur Wertschöpfung durch digitale Produkte und Dienstleistungen.

Prof. Dr. Thomas Hess promovierte, nach dem Diplom in Wirtschaftsinformatik an der TU Darmstadt, an der Universität St. Gallen und ist seit 2001 Professor an der LMU München. An der LMU München ist Prof. Hess u. a. Direktor des Instituts für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien. Seine langfristigen Forschungsschwerpunkte sind die digitale Transformation von Unternehmen, das Management von Medien- und Technologieunternehmen und die Grundlagen der Wirtschaftsinformatik.

Prof. Dr. Katharina Hölzle, MBA, ist Inhaberin des Lehrstuhls für Innovationsmanagement und Entrepreneurship an der Universität Potsdam. Sie lehrt Entrepreneurship, Innovations- und Technologiemanagement im Bachelor-, Master und Executive Masterbereich an nationalen und internationalen Universitäten. Katharina Hölzle ist seit 2009 Coach an der HPI School of Design Thinking in Potsdam sowie Mitglied des Design Thinking Research Programmes. Seit 2015 ist sie Herausgeberin der Zeitschrift Creativity and Innovation Management (CIM). Sie ist

außerdem Visiting Professor an der University of International Business and Economics (UIBE) in Peking, der University of Technology Sydney (UTS) Business School und Macquarie Graduate School of Management (MGSM) in Sydney. Ihre Forschungsgebiete sind die Umsetzung von Kreativität und Innovation in Unternehmen, Design Thinking, Digitalisierung, Geschäftsmodellinnovation und Strategic Foresight. Sie berät Unternehmen in Fragen des strategischen Technologie- und Innovationsmanagements und ist als Mentorin für Start-up-Unternehmen tätig.

Leonie Ihring studierte technisch orientierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität Stuttgart und befasst sich seit mehreren Jahren mit der zunehmenden Vernetzung der Fahrzeuge. Sie verfügt über praktische Erfahrungen im Management von Connected-Car-Services bei einem führenden deutschen Automobilhersteller.

Christopher Georg Jud war von 2014 bis 2018 akademischer Mitarbeiter am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik II des Betriebswirtschaftlichen Instituts der Universität Stuttgart. Nach Abschluss der Tätigkeit an der Universität ist er Technical Manager bei der Giesecke+Devrient advance52 GmbH und für die Konzeption und Entwicklung digitaler Produkte zuständig. In seiner Forschung beschäftigt er sich mit der Auswirkung von Plattformen auf Entwickler und Unternehmen.

Mohamed Kari studierte Wirtschaftsinformatik an der Universität Duisburg-Essen. Derzeit forscht er als Wissenschaftliche Hilfskraft am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und integrierte Informationssysteme zu datenbasierter Entscheidungsunterstützung und -automatisierung, unter anderem zu den Themen Deep Learning im Connected-Car-Umfeld sowie Preis- und Sortimentsbildung im Einzelhandel. Sein berufliches Erfahrungsprofil zeichnet sich durch die Verbindung technischer Umsetzung von Software- und Data-Science-Projekten mit analytisch-konzeptueller Strategie-Arbeit aus. Herr Kari ist Alumnus der deutsch-amerikanischen Fulbright-Kommission.

Prof. Dr. Jürgen Karla ist Professor für Wirtschaftsinformatik an der Hochschule Niederrhein und Angehöriger der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften an der RWTH Aachen. Seine Forschungstätigkeiten bewegen sich mit den Themenfeldern Social Media, Mobile Business Ecosystems und Geschäftsprozessmanagement in den Kernfeldern der Wirtschaftsinformatik. In den letzten Jahren hat Prof. Dr. Jürgen Karla Beiträge zu diesen Themen in internationalen Journals, auf Konferenzen sowie in Büchern veröffentlicht. Daneben dozierte er Inhalte der Wirtschaftsinformatik an deutschen und ausländischen Hochschulen und Universitäten.

Laura Kempf ist studentische Mitarbeiterin am Lehrstuhl Wirtschaftsinformatik der Universität Bayreuth und der Fraunhofer Projektgruppe Wirtschaftsinformatik des Fraunhofer FIT. Nach ihrem Bachelor-Studium begann Sie ihr Masterstudium in Betriebswirtschaftslehre an der Universität Bayreuth.

René Kessler studierte von 2012–2017 Wirtschaftsinformatik an der Universität Bremen und der Universität Oldenburg. Schon während des Studiums sammelte René Kessler durch universitäre Projekte und Abschlussarbeiten Erfahrungen in den Themenfeldern Augmented Reality, ERP-Systeme und User Experience-Design. Kooperationspartner waren hierbei unter Anderem die Deutsche Post DHL Group, Ubimax GmbH und die abat AG. Seit dem erfolgreichen Master-Abschluss im Jahr 2017 ist er als wissenschaftlicher Mitarbeiter in einer Forschungs Kooperation zwischen der Universität Oldenburg (Abteilung VLBA) und der abat AG tätig. Schwerpunktthemen dieser Kooperation sind Industrie 4.0, Artificial Intelligence und Augmented Reality.

Dr. Andreas Kiesow untersuchte als Mitarbeiter am Fachgebiet für Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik an der Universität Osnabrück die Digitalisierung der Abschlussprüfung und die Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle für die externe Revision. Im Frühjahr 2017 schloss er seine Promotion in diesem Forschungsschwerpunkt erfolgreich ab.

Tim Kleinschmidt studierte Wirtschaftsinformatik an der Hochschule Niederrhein, Mönchengladbach und beschäftigte sich im Rahmen seines Studiums mit den Themenschwerpunkten Mobile Business sowie Wirtschaftsinformatik und Gesellschaft. Im Rahmen eines Forschungsprojektes hat er sich mit dem Themengebiet Robotic Process Automation beschäftigt. Seinen Abschluss erzielte er mit einer Arbeit zum Thema „Relevanz von Predictive Maintenance in der Verkehrsleittechnik: State of the Art, Chancen und Herausforderungen“.

M.Sc. Robin Klostermeier ist Unternehmensberater bei der KARON Beratungsgesellschaft mbH und berät Kunden zu Fragen der digitalen Transformation und Datenintegration im Product Lifecycle Management. Seinen Master of Science absolvierte er im Bereich Wirtschaftsingenieurwesen mit der technischen Fachrichtung Maschinenbau. Die hier fokussierten Forschungsschwerpunkte umfassen neben digitalen Geschäftsmodellen auch die Optimierung von Unternehmensprozessen durch Simulation.

Univ.-Prof. Dr. Stefan Koch seit 2016 das Institut für Wirtschaftsinformatik – Information Engineering der Johannes Kepler Universität. Nach dem Studium der Wirtschaftsinformatik an der Universität Wien lehrte und forschte er an der Wirtschaftsuniversität Wien, wo er 2001 promovierte und sich dann 2006 habilitierte. Zwischen 2008 und 2016 war er an der Bogazici University in Istanbul tätig, und leitete dort vier Jahre das Department of Management. Seine Hauptforschungsgebiete sind IT-Management, -Strategie und -Governance in Unternehmen, sowie Geschäftsmodelle und offene Innovationsprozesse in der digitalen Ökonomie.

Kim Kordel berät Unternehmen zu neuen Geschäftsmodellen und digitalen Strategien im Internet der Dinge. Im Berliner Ökosystem engagiert sie sich zudem als Mentorin für IoT Startups und ist mitverantwortlich für die Gestaltung des Bosch

eigenen Inkubators. Sie hält einen Bachelor der Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Innovationsmanagement von der Universität Potsdam.

Prof. Dr. Helmut Krcmar ist ordentlicher Professor für Wirtschaftsinformatik am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik der Technischen Universität München (TUM). Von 1987 bis 2002 war er Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik an der Universität Hohenheim, Stuttgart. Seine Forschungsinteressen umfassen Informations- und Wissensmanagement, Service Management, Geschäftsprozessmanagement und Informationssysteme im Gesundheitswesen und in der elektronischen Verwaltung. Seine Arbeiten erschienen in den Zeitschriften *Management Information Systems Quarterly*, *Journal of Management Information Systems*, *Wirtschaftsinformatik*, *Information Systems Journal* und *International Journal of Medical Informatics*.

Felix Kruse absolvierte ein duales Bachelorstudium der Wirtschaftsinformatik an der IBS Oldenburg mit der Oldenburgische Landesbank AG. Im Anschluss arbeitete er 3 Jahre im Bereich Business Intelligence bei der Oldenburgischen Landesbank AG und studierte parallel an der Carl von Ossietzky-Universität Oldenburg im Studiengang M.Sc. Wirtschaftsinformatik mit Schwerpunkt Data Science. Durch ein einjähriges Universitäts-Projekt mit der CEWE Stiftung & Co. KGaA sammelte er erste Erfahrungen im Bereich Hadoop und Big Data (Analytics). Aktuell ist er als wissenschaftlicher Mitarbeiter in einem Forschungsprojekt mit der Volkswagen AG angestellt, das die Data Science im Hinblick auf die Integration und Analyse von externen Unternehmensdaten untersucht.

Johannes Langhein ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachgebiet für Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik an der Universität Osnabrück. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in der Digitalisierung des Steuer- und Prüfungswesens.

Mag. Dr. Markus Lassnig ist Senior Consultant im Innovation Lab der Salzburg Research. Seine Forschungsarbeiten konzentrieren sich auf folgende Schwerpunkte: Neuartiges Innovationsmanagement für Produkt-, Dienstleistungs-, Prozess- und Geschäftsmodellinnovationen; Internet-Ökonomie, digitale Transformation der Wirtschaft und Industrie 4.0, Analyse von neuartigen e-Business-Formaten, Innovationsmanagement in Netzwerken und Trendforschung.

Thomas Löwer hat in Huntingdon, USA (Juniata College) und in Marburg Medien- und Kommunikationswissenschaften studiert und arbeitet seit 2008 bei dem internationalen Beratungshaus Expense Reduction Analysts als Leiter Kommunikation. Im Rahmen seines MBA-Studiums an der Quadriga Hochschule in Berlin hat Löwer untersucht, welche Auswirkungen die Digitalisierung auf das Geschäftsmodell Unternehmensberatung hat.

Dr. Petra Martinek-Kuchinka ist geschäftsführende Gesellschafterin der KUCHINKA & PARTNER GmbH, einem Consulting-Unternehmen für wertba-

sierte B2B-Geschäftsmodellentwicklung und Digitalisierung von Geschäftsmodellen, Strategie und Marketing. Im Fokus ihrer Tätigkeit stehen Industrie und B2B-Branchen. Sie verfügt über mehr als zehn Jahre Praxiserfahrung in Industrieunternehmen in verschiedenen leitenden Positionen und ist darüber hinaus als Managementtrainerin und Vortragende in der Erwachsenenbildung an der LIMAK Austrian Business School tätig.

Prof. Dr.-Ing. Jorge Marx Gómez studierte technische Informatik und Wirtschaftsingenieurwesen an der Technischen Fachhochschule Berlin. Anschließend war er als Entwicklungsingenieur für digitale Übertragungs- und Vermittlungstechnik tätig. Nach der abgeschlossenen Promotion im Jahre 2001 folgte 2004 die Habilitation. Von 2002 bis 2003 vertrat Marx Gómez die Professur für Wirtschaftsinformatik an der TU Clausthal. Seit 2006 ist Marx Gómez Professor für Wirtschaftsinformatik am Department für Informatik der Universität Oldenburg. Seine Forschungsschwerpunkte sind unter anderem Betriebliche Umweltinformationssysteme, Business Intelligence und Big Data.

Stefan Meinhardt ist seit 1988 Mitarbeiter der SAP SE in Walldorf. Aktuell ist er als Vice President und Managing Partner für Kunden im Handel und der Konsumgüterindustrie im Rahmen des Strategic Customer Programms der SAP Deutschland tätig. In den letzten Jahren verantwortete er als Vice President SAP Leonardo die Entwicklung von strategischen Partnerschaften rund um digitale Geschäftsmodelle bei der SAP SE. Zuvor leitete er über viele Jahre als Geschäftsbereichsleiter die Branchen Konsumgüter, Chemie, Pharma und Life Science sowie die Service Industrien innerhalb der SAP Digital Business Service Organisation und unterstützte mit seinem Team SAP Kunden bei digitalen Transformation- und Innovations-Projekten mit dem Ziel der Optimierung von Geschäftsprozessen oder der Implementierung neuer Business Modelle. Darüber hinaus ist er seit 1997 Mitherausgeber der HMD - Praxis der Wirtschaftsinformatik und engagiert sich an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis. Seinen Abschluss als Diplom Kaufmann machte er 1988 an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg.

Manuel Mühlburger M.Sc., ist Doktorand am Institut für Wirtschaftsinformatik – Information Engineering an der Johannes Kepler Universität Linz. Er lehrt und forscht im Schnittfeld des klassischen Informationsmanagements mit den Herausforderungen der digitalen Transformation.

Prof. Dr. Arno Müller war nach Tätigkeiten in Forschung und Beratung zu den Themen Logistik und Produktionsorganisation Leiter Logistik bei einem Automobilzulieferanten. Derzeit lehrt er an der NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft die Fachgebiete Logistik, IT- und Prozessmanagement und ist geschäftsführender Gesellschafter der bps business process solutions GmbH. In Beratung und Forschung befasst er sich mit der Optimierung von Geschäftsprozessen unter Nutzung der Digitalisierung und dem IT-Management.

Dr. Julian M. Müller ist Senior Researcher an der Fachhochschule Salzburg. Hier ist er am Fachbereich Logistik und Operations Management sowie am Digitalen Transferzentrum Salzburg, einer gemeinsamen Initiative der Fachhochschule Salzburg sowie Salzburg Research tätig. Am Digitalen Transferzentrum Salzburg leitet er die Arbeitspakete „Smart Logistics & Mobility“ sowie „Digitale Geschäftsmodelle & Smart Services“. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen Digitale Transformation im Kontext von Industrie 4.0 mit Fokus auf Supply Chain Management, Nachhaltigkeit, kleine und mittlere Unternehmen sowie die Veränderung existierender oder die Entstehung neuer Geschäftsmodelle. Er hat die Bachelor- und Masterstudiengänge Wirtschaftsingenieurwesen sowie Maschinenbau an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg absolviert und anschließend dort am Lehrstuhl für Industrielles Management promoviert. Praxiserfahrung sammelte er durch langjährige Mitarbeit im Unternehmen der Eltern.

Dr. Anna Neumeier studierte bis 2013 informationsorientierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität Augsburg. Danach promovierte sie am Kernkompetenzzentrum Finanz & Informationsmanagement und der Projektgruppe Wirtschaftsinformatik des Fraunhofer FIT in Augsburg. Ihr Forschungsschwerpunkt lag dabei im Bereich des strategischen IT-Managements vorwiegend auf dem Thema Projekt- und Projektportfoliomanagement. Seit Abschluss ihrer Promotion arbeitet Frau Dr. Neumeier an Digitalisierungsthemen im Finanzdienstleistungsbereich.

Prof. Dr. rer.-pol. Dipl.-Ing. Alexander Pflaum ist Experte für den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien in Wertschöpfungsprozessen. Seit über 20 Jahren ist er für das Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen in unterschiedlichsten Funktionen tätig; u. a. als Leiter der Fraunhofer-Arbeitsgruppe für Supply Chain Services SCS mit Standorten in Nürnberg und Bamberg, deren Vision es ist, aus Daten Erfolg und Mehrwert für Unternehmen zu schaffen. Seit Oktober 2011 hat der 50-jährige außerdem den Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbes. Supply Chain Management, an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg inne.

Henrik Rackow studierte BWL mit Schwerpunkt Marketing und Distributionsmanagement an der Universität in Göttingen sowie Innovation Management and Entrepreneurship an der Technischen Universität Berlin und University of Virginia. Danach begann er seinen beruflichen Werdegang als Unternehmensberater und unterstützt als Teil des NESTIM Teams seither etablierte Unternehmen bei der Identifikation, Konzeption und Umsetzung von digitalen Lösungen und Geschäftsmodellen.

Fabian Reck, M.Sc., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Innovationsmanagement der Otto-Friedrich-Universität Bamberg und am Kompetenzzentrum für Geschäftsmodelle in der digitalen Welt. Seine Forschung beschäftigt sich mit dem Einfluss von Personen- und Unternehmensnetzwerken auf die erfolgreiche digitale Transformation von Industrieunternehmen.

Prof. Dr. René Riedl, geboren 1977, arbeitete nach Abschluss des Diplomstudiums 1999 als Projektleiter in einem IT-Unternehmen. Seit 2001 ist er im Hochschulbereich tätig und seit 2013 ist er Inhaber einer Professur für Digital Business und Innovation an der University of Applied Sciences Upper Austria; zudem ist er Assoziierter Universitätsprofessor am Institut für Wirtschaftsinformatik – Information Engineering an der Johannes Kepler Universität (JKU) Linz, wo er 2004 promoviert und 2009 habilitiert hat.

Prof. Dr. Daniel Schallmo ist Ökonom, Unternehmensberater und Autor zahlreicher Publikationen. Er ist Professor an der Hochschule Ulm, leitet das privatwirtschaftliche Institut für Business Model Innovation und ist Mitglied am Institut für Digitale Transformation. Daniel Schallmo Gründer und Gesellschafter der Dr. Schallmo & Team GmbH, die auf Beratung und Trainings spezialisiert ist. Er ist ebenso Initiator der Digital Excellence Group, einer Plattform für Beratung, Trainings und Studien zu dem Thema der Digitalen Transformation.

Dr. Alexander Schauburger promovierte 2017 an der Johannes Kepler Universität Linz zur digitalen Transformation von Industriegüter-Geschäftsmodellen und ist seit 2018 bei der Greiner Packaging International GmbH für Marketing und Innovation Management zuständig. Zusätzlich lehrt er marktorientiertes Management und Innovations- und Produktmanagement an der University of Applied Sciences Upper Austria.

Sebastian Scherer M.Sc., ist Unternehmensberater bei der Deloitte Consulting GmbH im Bereich Technology Strategy & Architecture. Er studierte Betriebswirtschaftslehre an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz und der Dongbei University of Finance and Economics.

Maximilian Schreieck ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik der Technischen Universität München (TUM). Seine Forschungsinteressen liegen in den Bereichen Platform Governance und Enterprise Software Systeme. Seine Forschungsarbeiten wurden in den Zeitschriften ITD Journal und HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik veröffentlicht sowie auf internationalen Konferenzen wie ICIS, AOM, ECIS, AMCIS und PACIS vorgestellt.

Univ.-Prof. Dr. Hendrik Schröder ist nach Studium, Promotion und Habilitation an der WWU Münster seit 1995 an der Universität Essen tätig. Dort ist er Inhaber des Lehrstuhls für Marketing und Handel, Leiter der Forschungsstelle für Category Management und Channel Management.

Prof. Dr. Hinrich Schröder ist als Professor für Wirtschaftsinformatik an der NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft in Elmshorn tätig und verantwortet dort als Studiengangsleiter den Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik. Seine aktuellen Forschungs- und Beratungsschwerpunkte liegen in den Themengebieten IT- und Prozessmanagement, IT-Controlling sowie Digitale Transformation.

Esther Schulz arbeitet seit 2015 als wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Fraunhofer Arbeitsgruppe für Supply Chain Services SCS in der Gruppe Business Transformation. Insbesondere beschäftigt sie sich mit der Veränderung von Geschäftsmodellen durch Daten und wie aus Daten Mehrwert geschaffen werden kann. Zuvor absolvierte sie ihr Masterstudium an der Philipps Universität Marburg mit dem Schwerpunkt Innovation und Information sowie marktorientierte Unternehmensführung. Dabei vertiefte sie ihre Kenntnisse in den Bereichen Geschäftsmodellinnovation und strategische Agilität durch die parallele Tätigkeit als studentische Hilfskraft am Lehrstuhl für innovative Wertschöpfungskonzepte. Von 2008 bis 2011 studierte sie Betriebswirtschaftslehre an der Universität Hamburg.

Prof. Dr. Reinhard Schütte ist Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und integrierte Informationssysteme im Institut für Informatik und Wirtschaftsinformatik der Universität Duisburg-Essen. Er promovierte und habilitierte in Wirtschaftsinformatik an der renommierten Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. In seinen wissenschaftlichen Arbeiten, hat er sich mit der Informationsmodellierung, Handelsinformationssystemen und der Wissenschaftstheorie auseinandergesetzt. Er hat große Softwareprojekte geleitet und verantwortet, zuletzt die weltweit größte SAP-Einführung in einem Handelsunternehmen bei der EDEKA Gruppe und ist daher auch intimer Kenner hochkomplexer unternehmensweiter und -übergreifender Softwaresysteme. Die wissenschaftlichen Schwerpunkte von Prof. Schütte sind vielfältig und liegen u. a. in den Gebieten Enterprise Systems, IS-Architekturen, Digitalisierung von Institutionen, Informationsmodellierung und Wissenschaftstheoretischen Problemen der Wirtschaftsinformatik. Prof. Schütte veröffentlichte bis heute acht Bücher und mehr als neunzig Beiträge in nationalen und internationalen Fachzeitschriften.

Manuel Skrzypczak ist seit Juli 2014 als Akademischer Mitarbeiter am Lehrstuhl für Innovations- und Dienstleistungsmanagement am Betriebswirtschaftlichen Institut der Universität Stuttgart tätig. Seine Forschung fokussiert die Evaluation und Adoption von Produktinnovationen, Produktentwicklungsprozesse und Maßnahmen zur Förderung intraorganisationaler Innovationen.

Dr. Axel Sprenger ist Geschäftsführer der UScale GmbH. Davor war er 16 Jahre in verschiedenen Management-Funktionen bei Mercedes-Benz Pkw tätig. Schwerpunkt seiner Tätigkeit war die Bewertung und Optimierung von Produkten, Dienstleistungen und Prozessen aus Kundensicht. Im Anschluss war er als Senior Director und Geschäftsführer bei J.D. Power, einem US-amerikanischen Automotive-Marktforschungs- und Beratungsunternehmen für die Region Europa verantwortlich. 2017 gründete er die UScale GmbH, ein Beratungsunternehmen, das sich auf die Kundenakzeptanz von digitalen Geschäftsmodellen spezialisiert hat.

Petra Stabauer, MSc., ist Researcher im InnovationLab von Salzburg Research. In ihrer Arbeit fokussiert sie sich auf die Themenbereiche Geschäftsmodellinnovationen im Kontext von Digitalisierung, Smart Services, Industrie 4.0 und Nachhal-

tigkeit. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Entwicklung, Testung und Evaluierung digitaler User-Incentivierungsmethoden. Ihren Masterabschluss hat Sie von der Karl-Franzens-Universität Graz im Bereich Umweltsystemwissenschaften mit Schwerpunkt nachhaltigkeitsorientiertes Management.

Emanuel Stöckli ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität St. Gallen und promoviert im Bereich der Digitalisierung der Finanzindustrie in Zusammenarbeit mit der Allianz Technology. Zu seinen Forschungsgebieten zählt die digitale vernetzte Arbeit mit einem Fokus auf die Rollen sozialer Software im Austausch von Feedback im Unternehmenskontext. Seine Forschungsergebnisse wurden in Journals wie dem *Electronic Markets* und in zahlreichen akademischen Konferenz-Proceedings veröffentlicht. Er hat einen Hintergrund als Software Engineer und betreut als Design Thinking Coach seit 2015 Projekte an der Universität St. Gallen.

Mathias Streich hat von 2014 bis 2017 Wirtschaftsinformatik an der Hochschule für Telekommunikation in Leipzig studiert. Seitdem arbeitet er als Berater bei einem IT-Dienstleister in der Branche Automotive. Schwerpunkte sind im fachlichen Bereich der Produktions- und Kapazitätsplanung von OEMs angesiedelt.

Christian Strobel entwickelt als externer Doktorand am Fachgebiet für Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik an der Universität Osnabrück innovative Ansätze für den Wirtschaftsprüfer 4.0. Des Weiteren begleitet er die Implementierung und Evaluierung von prototypischen Umsätzen.

Prof. Dr. Frank Teuteberg leitet seit dem Wintersemester 2007/08 das Fachgebiet Unternehmensrechnung und Wirtschaftsinformatik im Institut für Informationsmanagement und Unternehmensführung (IMU) an der Universität Osnabrück. Herr Teuteberg ist Verfasser von mehr als 280 wissenschaftlichen Publikationen, darunter die Zeitschriften *Business & Information Systems Engineering (BISE)*, *Electronic Markets* oder das *Journal of Cleaner Production*. Seine Forschungsschwerpunkte sind u. a. Digitale Gesellschaft/Digitale Transformation, Open Innovation, eHealth, Mensch-Technik-Interaktion sowie Smart Service Systems.

Dipl.-Wirtsch. Ing. (FH) Lars von Thienen ist Geschäftsführer der Hamburger Unternehmensberatung bps business process solutions GmbH und Handelsrichter am Landgericht Hamburg. Seine Beratungsschwerpunkte sind die organisatorische Begleitung von Transformations-Projekten in Shared-Service-Organisationen (IT/HR) sowie die kundenorientierte Neuausrichtung von Prozessen im Zuge der digitalen Transformation.

Prof. Dr. Oliver Thomas ist Professor für Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik an der Universität Osnabrück und Direktor am dortigen Institut für Informationsmanagement und Unternehmensführung. Er ist stellvertretender Sprecher des Fachbereichs Wirtschaftsinformatik in der Gesellschaft für Informatik

(GI) sowie Mitglied im Beirat des vom niedersächsischen Wirtschaftsministerium eingerichteten Netzwerks Industrie 4.0 Niedersachsen.

Stefan Tönnissen studierte Wirtschaftsinformatik, Business Administration und Steuerwissenschaften und ist als Konzerncontroller in der Industrie tätig. Seit 2016 ist er externer Doktorand im Fachgebiet Unternehmensrechnung und Wirtschaftsinformatik an der Universität Osnabrück und erforscht die Auswirkungen der Blockchain-Technologie auf Geschäftsmodelle und Geschäftsprozesse von Unternehmen.

Prof. Dr. Falk Uebernickel ist Titularprofessor am Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität St. Gallen und Managing Partner der ITMP St. Gallen AG. Seine Forschungs- und Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen IT- und Innovationsmanagement, Produkt- und Servicedigitalisierung, sowie Design Thinking. Er ist aktiver Dozent von Executive MBA Programmen und unterrichtet Masterstudenten der Universität St. Gallen unter anderem in Design Thinking in Zusammenarbeit mit der Stanford University. In über 100 Projekten hat er für zahlreiche Unternehmen wie etwa Deutsche Bank, FIFA, Audi, UBS, RBS, Allianz, Merck, Swisscom, ThyssenKrupp, und Airbus gearbeitet.

Dr. Jochen Übelhör ist wissenschaftlicher Mitarbeiter bei der Projektgruppe Wirtschaftsinformatik des Fraunhofer FIT und dem Kernkompetenzzentrum Finanz- & Informationsmanagement der Universität Augsburg und promovierte zum Thema „Risk and Return Management in Digitized Value Networks“ bei Prof. Dr. Hans Ulrich Buhl. Sein Forschungsschwerpunkt liegt auf dem Chancen- und Risikomanagement im Kontext digitaler Wertschöpfungsnetze und fokussiert sich insbesondere auf die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle und die ökonomische Bewertung von informationsbasierten, systemischen Risiken.

Johann Valentowitsch ist seit März 2014 als Akademischer Mitarbeiter am Lehrstuhl für Innovations- und Dienstleistungsmanagement am Betriebswirtschaftlichen Institut der Universität Stuttgart tätig. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der modellgestützten Simulation von Diffusionsprozessen. Darüber hinaus interessiert sich Johann Valentowitsch für angewandte empirische Innovationsforschung sowie für ausgewählte Aspekte der ökonometrischen Zeitreihenmodellierung.

Manuela Walchshofer, BA MSc, geboren 1987, arbeitet seit 2016 als Requirements Engineer in einem Softwarehouse im Bankensektor. Im Rahmen des Joint-Masterstudiums Digital Business Management an der Johannes Kepler Universität Linz und der University of Applied Sciences Upper Austria forschte sie im deutschsprachigen Raum zur neuartigen Management-Position des Chief Digital Officers.

Niklas Weiß ist Teilnehmer des Promotionsprogramms der BMW Group und Gastwissenschaftler am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik der Technischen Universität München (TUM). Seine Forschungsinteressen liegen in den Bereichen Platt-