

Deutsche Post DHL

Siegfried Vögele Institut

Master-Seminar
Entrepreneur-Seminar
“Innovationen für Digitale Identitäten & eServices”
in Kooperation mit DPDHL & SVI

Prof. Dr. Kay Peters

Wintersemester 2015/16

I. Art des Seminars – Entwickeln Sie Ihre eigene Innovation im Team

Das Ziel dieses Seminars ist die Entwicklung und Validierung von 5 eigenen Innovationen durch die entsprechenden 5 Teams á 4 StudentInnen in Kooperation mit den Spezialisten der DPDHL, des SVI sowie des betreuenden Teams der UHH. Dabei sollen alle 5 Teams folgende Innovationsphasen durchlaufen:

- Identifikation von Chancen
- Ideengeneration für Innovationen
- Produkt Design: “Rapid Prototyping” & “Design Thinking”
- “Concept Testing“ durch konkrete Validierung am Kunden
- Launch-Strategien
- Umsetzung in einen Business Plan

Alle 5 durchlaufen folgende ineinander greifende Lernmodule des Seminars:



Zur Erlangung der Leistungspunkte sind insbesondere die erfolgreiche (und rechtzeitige)

- Teilnahme an allen Veranstaltungen,
- Einsendung von 3 persönlichen Projektideen,
- Einsendung der Fallstudien-Bearbeitung,
- Einsendung des persönlichen Write-Ups eines wissenschaftlichen Artikels aus der Liste,
- Beteiligung an allen Team-Präsentationen (Fallstudien und Projektpräsentationen),
- ein unterzeichneter Arbeitsvertrag (zur Versicherung, etc.), und
- die vollständige Abgabe der Teamarbeit zum Ende des Seminars

erforderlich. Für die Details prüfen Sie bitte ergänzend die Sektion VI. dieses Dokuments.

Sämtliche Reisen werden von der SVI Stiftungsprofessur für Dialogmarketing organisiert und vom Siegfried Vögele Institut (SVI), einer 100% Tochter des Konzerns Deutsche Post DHL (DPDHL) finanziert. Der Konzern versichert jeden Teilnehmer über einen temporären Arbeitsvertrag. Dieser enthält neben den Versicherungsleistungen auch eine Mehraufwandsentschädigung in Höhe von 200,00 Euro je StudentIn (bspw. für Verpflegungen unterwegs). Ebenso erhält jedes Team über die SVI Stiftungsprofessur ein Marktforschungsbudget des Stifters DPDHL in Höhe von 500,00 Euro zur Befragung von potenziellen Kunden über „Analytic Dashboards“, einer Ausgründung der UHH.

II. Fächerzuordnung

Das Master Seminar wird als Wahlseminar im Schwerpunktfach „**Unternehmensführung**“ angerechnet und entspricht 2 SWS (6 LP).

Es ist analog als Wahlseminar für Studenten des Schwerpunktfachs „**Marketing**“ geöffnet und entspricht dort ebenfalls 2 SWS (6 LP).

III. Kooperationspartner

Deutsche Post DHL

Siegfried Vögele Institut

Das Seminar wird in Zusammenarbeit mit der Deutschen Post DHL und dem Siegfried Vögele Institut durchgeführt. Die Konzernmarken Deutsche Post & DHL stehen für ein Portfolio rund um Logistik (DHL) und Kommunikation (Deutsche Post). Die Gruppe bietet sowohl Standardprodukte als auch maßgeschneiderte, innovative Lösungen – vom Dialogmarketing über die eCommerce-bezogene Logistik bis zur industriellen Versorgungskette. Dabei bilden die rund 490.000 Mitarbeiter in mehr als 220 Ländern ein globales Netzwerk, das auf Service, Qualität und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Mit seinen Programmen in den Bereichen Umweltschutz, Katastrophenmanagement und Bildung übernimmt der Konzern gesellschaftliche Verantwortung.

Im eCommerce und Onlinemarketing gehören folgende Dienstleister und Produkte zum Netzwerk der Deutschen Post – eine kleine Auswahl:



Einer der größten E-Mail Marketing-Dienstleister im deutschsprachigen Europa - Lösungen für Dialogmarketing auf verschiedenen Kanälen.



Europas größte Targeting Plattform mit der umfassenden Lösung für Zielgruppen Targeting, Branding Technologie und einer Data Management Plattform.



IntelliAd bietet Agenturen und Werbekunden eine Performance-Marketing-Plattform für crossmediales Tracking und 360-Grad-Optimierung aller Online-Marketingaktivitäten.



PaySmart - Bargeldlos und einfach mit Handy bezahlen.



SIMSme - Der kostenlose Secure Instant Messenger der Deutschen Post - für die vertrauensvolle Kommunikation mit dem Smartphone.



Allyouneed.com, der Online-Marktplatz von DHL. Das Einkaufen im Internet wird für jeden zum Erlebnis. Orientierung, Inspiration und sicheres Einkaufen.

Das SVI hat im Konzern Deutsche Post DHL (DP DHL) die Rolle des Experten für alle Themen des Dialogmarketings inne, und zwar für Forschung, Training und Beratung.



Die Aufgaben des SVI für den Unternehmensbereich Post-eCommerce-Parcel sind insbesondere:

- Die Marktforschung und Competitive Market Intelligence
- Die Weiterbildung des Führungspersonals (Executive Academy)
- Die Vernetzung mit der Wissenschaft, insbesondere über Stiftungslehrstühle
- Der Kontakt zu potenziellen Führungskräftenachwuchs

Im Rahmen Ihres Engagements für die Bildung des allgemeinen Führungsnachwuchses finanziert die Deutsche Post DHL über das Siegfried Vögele Institut maßgeblich die SVI Stiftungsprofessur für Dialogmarketing an der Universität Hamburg. Die Deutsche Post DHL finanziert 9 weitere Stiftungsprofessuren an deutschen Universitäten in unterschiedlichen Forschungsdisziplinen.

IV. Inhalte und Themen

Im Seminar sollen die 5 Teams á 4 StudentInnen jeweils eine innovative Lösung aus den beiden Themengebieten „Digitale Identitäten“ oder „eServices“ konzipieren, am Kunden validieren und hierfür einen ersten Business Plan ausarbeiten. Folgende Themen können als Vorschläge oder Orientierung dienen –die Teams sind jedoch nicht ausschließlich an diese Vorschläge gebunden:

Thema 1	Digitale Identität (I): eEducation
Inhalt	Wie könnte man die Prozesse zwischen Universität (Verwaltung, Lehrende) und Studenten mithilfe einer elektronischen ID (eID) digitalisieren und damit vereinfachen bzw. die Effizienz für alle Beteiligten nachhaltig erhöhen?
Thema 2	Digitale Identität (II): Identitäten selber managen
Inhalt	Viele Unternehmen können Produkte zu günstigen Preisen verkaufen, weil sie parallel im Verkaufsprozess Daten sammeln und diese weiterverwerten, z.B. facebook. Wie könnten Geschäftsmodelle aussehen, in denen der User selber entscheidet , ob er Daten Preis geben oder einen höheren Preis für das Produkt/ die Leistung bezahlen möchte? Wie könnte ein Preismodell für Anonymität aussehen? Was ist der Kernnutzen für den Nutzer?
Thema 3	Digitale Identität (III): Multifaktoridentifizierung anhand biometrischer Merkmale
Inhalt	Wie sähe bspw. eine mobile Identifikationslösung aus, die Fingerprints can und Gesichtserkennung gleichzeitig nutzt? Anforderungen an die Usability / Wäre es ein wahrgenommener Sicherheitsvorteil für Nutzer? / Für welche Nutzenanlässe würde sich solch eine Identifikationsmethode anbieten?
Thema 4	Digitale Identität (IV): Identitäten und das „Internet of Things“
Inhalt	Das „Internet of Things“ wird die Kontrolle Hotelzimmertüren, Haustüren, Heizungen, elektrischen Geräten und vielem mehr ermöglichen. Wie können in diesem Umfeld Identitäten im Rahmen von Geschäftsmodellen etabliert werden?
Thema 5	Digitale Identität (V): Digitale Abbildung offizieller Urkunden
Inhalt	Ein digitaler Nachweis z.B. der Hochschul-Zugangsberechtigung würde ein breites Einsatzfeld einer digitalen Identität ermöglichen. Wie könnte man offizielle Urkunden digital abbilden? Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein?

Thema 6	eServices (I): Mobile Payment
Inhalt	Mobile Payment scheitert in Deutschland bisher an der mangelnden Akzeptanz der Bevölkerung aber auch am zurückhaltenden Verhalten der Banken. Kann man digitale Produkte mit einem Payment-Service anreichern, ohne dafür Kreditkarte oder Girocard hinterlegen zu müssen? Und: was sind die relevanten Endkunden-Anforderungen an Mobile Payment?

Thema 7	eServices (II): Schöner wohnen
Inhalt	Einrichten leicht gemacht – mit den besten Angeboten Ihrer lokalen Anbieter Schöner Wohnen ist eine Einrichtungs-Plattform auf der Privatkunden nach lokalen Anbietern und deren Angebot suchen oder Leistungen anfragen können. Auf Basis von Ausschreibungen, können die Anbieter individuelle Angebote abgeben. Dafür gibt es eine Vorlage, sodass die Angebote für den Privatkunden vergleichbar sind und kleinere Anbieter (z.B. Handwerker) sich ganz einfach ebenfalls beteiligen können. Die Angebote oder Einzelartikel dieser Angebote können über das Tool zur Abholung reserviert oder zur Lieferung beauftragt werden. Eine mögliche Ausbaustufe ist eine Augmented-Reality-Funktion, sodass der Privatkunde sein Zimmer mithilfe der Artikel unterschiedlicher Anbieter virtuell einrichten kann.

Thema 8	eServices (III): Erledigt.com
Inhalt	Verträge verwalten leicht gemacht – mit Erledigt.com Hierbei handelt es sich um eine Vertragsmanagement-Plattform, über die der Privatkunde all seine Verträge (Mobilfunk, Versicherung, etc.) im Blick behält. Keine Kündigungsfrist wird mehr versäumt. Upgrades oder Downgrades zu Einzelverträgen können ganz bequem über das Portal abgewickelt werden. Ein Kalender – der über eine Smartphone-App abrufbar ist -informiert den Privatkunden über die nächsten ablaufenden Fristen. Die Nutzung der Basisversion, bei der der Privatkunde die Verträge selbst einpflegen muss - ist kostenlos. Die Premiumversion verfügt über erweiterte Funktionen und automatisierte Updates. Hierfür entrichtet der Nutzer eine Jahrespauschale.

Thema 9	eServices (IV): Design your life
Inhalt	<p>Bedarfsermittlungs-App. Die App „Design your life“ soll Privatkunden, die voll berufstätig sind und wenig Zeit haben, Situationen im Leben erleichtern. Z.B. wenn es um die Einrichtung oder Umgestaltung von dem eigenen Wohnzimmer geht. Hier kann der User Bilder vom aktuellen Wohnzimmer hochladen und die App entwickelt einen Vorschlag zur neuen Wohnzimmereinrichtung je nachdem was man für ein Typ Mensch man ist.</p> <p>Man kann die Aufnahmen an ein unabhängiges Berater-Team schicken und in 1-2 Tagen bekommt man einen neuen Designvorschlag (Exposé) mit entsprechenden Kosten für die neuen Gegenstände. Sollte der Vorschlag zusagen, kann das Berater-Team alles besorgen. Es wird Wert auf Unabhängigkeit gelegt und man ist nicht abhängig von irgendwelchen Brands. Ziel ist es das Leben voll berufstätigen Menschen zu erleichtern. Die Zielgruppe sind Personen mit einem höherem Einkommen, die Wert auf Design legen und einen gewissen Lifestyle haben.</p>

Thema 10	eServices (V): Catch me if you can (Eagle eye)
Inhalt	<p>Punkte sammeln durch fotografieren von Werbung. Ziel ist es die Werbewirkung von Marken im Bewusstsein von Konsumenten stark zu verankern. Z.B. geht es um den Produktlaunch eines neuen Mountainbikes. Über alle Werbekanäle kann per Handy ein Code abgescannt/fotografiert werden, der ein Punktekonto eröffnet mit dem Ziel so viele Punkte über die entsprechenden Werbekanäle zu sammeln wie es geht (Plakat, TV, Online, Print, etc.) Je mehr Punkte man gesammelt hat, desto mehr Rabatt gibt es beim Kauf des neuen Mountainbikes. Durch das ständige suchen nach der entsprechenden Werbung wird die Marke im Bewusstsein des Konsumenten stark verankert und der Werbeeffect ist langfristig positiv belegt.</p> <p>Zielgruppe sind Konsumenten mit einer mobile Affinität, die sich Vorteile durch Rabattaktionen verschaffen möchten.</p>

V. Termine und Fristen

Datum	Inhalt
<p>03.07.15 13-17Uhr</p> <p>Esplanade 36 Raum 4031</p>	<p>Kick-Off Seminar</p> <p>Das Seminar startet mit der Vorbesprechung. Inhalt sind</p> <ul style="list-style-type: none"> • der Ablauf und die Meilensteine des Seminars, • die inhaltliche Vorstellung der Themen (Prof. Dr. Peters mit DPDHL), • die organisatorischen Punkte (insbesondere Reisen), • die Erläuterung des Mitarbeiter-Vertrags der DPDHL für die Dauer des Seminars (insb. zur Versicherung bei den Reisen), • eine erste Anleitung zur Generierung der Projektideen, • Vorgehen bei der Teambildung, • sowie die Beantwortung Ihrer weiteren Fragen. • Ebenso erhalten Sie ein erstes Training zu Präsentationstechniken
<p>10.07.15 12 Uhr</p> <p>Esplanade 36 Fr. Bombeck</p>	<p>Abgabe der unterzeichneten Exemplare des Arbeitsvertrags</p> <p>Im ersten Schritt müssen Sie den unterzeichneten Arbeitsvertrag mit der DPDHL einreichen. Ohne diesen Vertrag kann die DPDHL insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> • das Versicherungsrisiko während der Reisen, • Ihre Reisekosten (Fahrt, Unterkunft, Verpflegung) nach Königstein und Bonn, • Ihre Aufwandsentschädigung von 200,00 Euro p. Person, • sowie Ihre Marktforschungskosten im Rahmen des Seminars <p>nicht für Sie übernehmen. Ohne diese Unterstützung können Sie jedoch nicht am Seminar teilnehmen, weil Sie die Anwesenheitspflicht (insbesondere 2x in Königstein und 1x in Bonn) nicht einhalten können.</p> <p>Fragen zum Vertrag beantworten wir am 3.7. ausführlich und stehen auch darüber hinaus jederzeit gerne für Ihre Fragen zur Verfügung.</p>
<p>09.10.15 24 Uhr</p>	<p>Einsenden Ihrer 3 persönlichen Projektideen</p> <p>Jede(r) TeilnehmerIn am Seminar muss sich zu 3 der vorgestellten Projektthemen oder weiteren, selbst generierten Ideen rund um die beiden Themen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Identität • eServices <p>vorbereiten. Ziel ist, dass Sie eine der Ideen aufgreifen und ausgestalten oder eigene neue Ideen entwickeln. Jede dieser Ideen muss auf 2-3 Powerpoint Charts oder auf einer (1) DIN A4 Seite skizziert werden.</p> <p>Bitte senden Sie Ihre Ideenskizzen bis zum 9.10.2015 (24Uhr) per Mail an Johannes Wenzel (johannes.wenzel@uni-hamburg.de).</p>

Datum	Inhalt
15.10.15	<p>Anreise nach Königstein zum Siegfried Vögele Institut (SVI)</p> <p>Am Nachmittag des 15.10. reisen Sie gemeinsam mit Ihrem Betreuersteam der UHH nach Königstein. Details der Anreise gehen Ihnen rechtzeitig zu (erstmalig am 3.7.).</p>
16.-17.10.15	<p>Seminar im SVI, Königstein</p> <p><u>Tag 1 – Freitag – 16.10. – 8.00-18.00 Uhr</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in den Customer Development Process (CDP): <ul style="list-style-type: none"> ○ Customer Centric New Product Development ○ Customer Discovery ○ Blue Ocean Strategy ○ Design Thinking ○ Concept Testing ○ Schätzungen des Marktpotenzials ○ Einführung in „Analytic Dashboards“ ○ Einführung in die Fallstudien TruEarth & Kookaburra ○ Teambuilding <p>Abends: Teamabend im SVI</p> <p><u>Tag 2 – Samstag – 17.10. – 8.00-17.00 Uhr</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vormittags: Jedes Team trifft sich und wählt aus den 12 Teamideen (4 StudentInnen x 3 Ideen) die 3 jeweils besten aus. Diese werden dann für den Nachmittag aufbereitet. • Nachmittags: Jedes Team trifft sich mit 2 anderen Teams. Es werden gegenseitig die 3 besten Ideen kurz präsentiert (á 2-3 PPT Slides) und erstes Feedback generiert. Ebenso treffen sich die Teams mit dem Betreuersteam der UHH sowie der DPDHL für erweitertes Feedback. <p>Samstagabend erfolgt die Rückreise nach Hamburg.</p>
18.-31.10.	<p>Durchführung der 1. Kundvalidierung der Projektidee</p> <p>Jedes Team erhält Zugang zu „Analytic Dashboards“ (ADB), einem Online-Portal für Befragungen, Analysen und Reportgenerierung. ADB ist eine Ausgründung der UHH und unterstützt u.a. die Lehre an der UHH (http://www.analytic-dashboards.com/).</p> <p>Damit die Teams in den Online-Panels potenzielle Kunden befragen können, erhalten Sie vom Stifter DPDHL ein Marktforschungsbudget in Höhe von 500,00 Euro für insgesamt 3 online-Befragungsrunden. Zusätzlich sollen die Teams Face-2-Face Befragungen an der UHH und in Hamburg durchführen.</p>



Datum	Inhalt
30.10. 15 Uhr	<p>1. Zwischenpräsentation: Einsendung der Präsentationen zu Ihrem Teamprojekt für den 1.11.</p> <p>Die Präsentationen der Teams für Sonntagnachmittag (ca. 3-6 Slides) müssen am 30.10.2015 bis spätestens 15:00 Uhr an Johannes Wenzel (johannes.wenzel@uni-hamburg.de) gesendet werden.</p>
31.10. 18 Uhr Write-Up einsenden	<p>Write-Up: Einsendung Ihrer persönlichen Zusammenfassung eines wiss. Artikels mit Anwendung auf Ihr Gruppenprojekt</p> <p>Details zum Write-Up finden Sie in Sektion VII. dieses Dokuments.</p> <p>Bitte senden Sie Ihr Write-Up bis zum 31.10. (18Uhr) per Mail an Johannes Wenzel (johannes.wenzel@uni-hamburg.de).</p>
1.11. 10-18Uhr Esplanade 36 Raum 4031	<p>Seminar im HCHE der UHH</p> <p><u>Sonntag – Vormittag – 10.00-13.00 Uhr</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Conjoint-Analyse (CA) <ul style="list-style-type: none"> ○ Einführung in die CA ○ CA-Übung ○ Einführung in die CA mit „Analytic Dashboards“ <p><u>Sonntag – Nachmittag – 14.00-18.00 Uhr</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 1. Zwischenpräsentation der Teams (15 Min je Team, ca. 3-6 Slides) Ergebnisse der ersten Kundvalidierung – Next Steps • Rapid Design & Prototyping Exercise Jedes Team baut seinen ersten Prototypen • Einführung in die beiden Fallstudien Hasbro & Metabical
2.-12.11.	<p>Durchführung der 2. Kundvalidierung der Projektidee</p> <p>Jedes Team führt die zweite Kundvalidierung mit „Analytic Dashboards“ durch (http://www.analytic-dashboards.com/).</p> 
11.11. 18 Uhr	<p>Fallstudien TruEarth & Kookaburra: Einsendung der Präsentationen zu Ihren Falllösungen für den 13.11.</p> <p>Die 2 oder 3 Teams, die sich für die Fallstudien TruEarth und Kookaburra entschieden haben, erstellen bis zum 11.11. um 18Uhr Ihre Lösungen in Powerpoint (je Team und Case 6-10 Slides) und senden Sie bis zur Deadline an Johannes Wenzel (johannes.wenzel@uni-hamburg.de).</p>
12.11. 12 Uhr	<p>2. Zwischenpräsentation: Einsendung der Präsentationen zu Ihrem Teamprojekt für den 13.11.</p> <p>Die Präsentationen der Teams für Freitag (ca. 6-10 PPT Slides) müssen am 13.11.15 bis spätestens 12 Uhr an Johannes Wenzel (johannes.wenzel@uni-hamburg.de) gesendet werden.</p>

Datum	Inhalt
13.11. 9-17 Uhr Esplanade 36 Raum 4031	Seminar im HCHE der UHH <u>Freitag – Vormittag – 9.00-12.00 Uhr</u> <ul style="list-style-type: none"> • 2. Zwischenpräsentation der Teams (20 Min je Team, ca. 6-10 PPT Slides) Ergebnisse der zweiten Kundenvalidierung – Next Steps • Fallstudie „TruEarth“: Präsentation der Ergebnisse und Diskussion <u>Freitag – Nachmittag – 13.30-17.00 Uhr</u> <ul style="list-style-type: none"> • Fallstudie „Kookaburra“: Präsentation der Ergebnisse und Diskussion • Einführung in das Business Case Design • Rapid Design & Prototyping Exercise Jedes Team <u>überarbeitet</u> seinen Prototypen
14.-25.11.	Erstellung des 1. Entwurfs des Business Case Bis zum Termin in Bonn am 27.11. muss jedes Team einen ersten Entwurf des Business Case entwerfen und zugleich als Präsentation aufbereiten.
24.11. 18 Uhr	Fallstudien HASBRO & Metabical: Einsendung der Präsentationen zu Ihren Falllösungen für den 27.11. Die 2-3 Teams, die sich für die Fallstudien HASBRO und Metabical entschieden haben, erstellen bis zum 24.11. um 18Uhr Ihre Lösungen in Powerpoint (je Team und Case 6-10 Slides) und senden Sie bis zur Deadline an Johannes Wenzel (johannes.wenzel@uni-hamburg.de).
25.11. 12 Uhr	3. Zwischenpräsentation: Einsendung der Präsentationen zu Ihrem Teamprojekt für den 27.11. Die Präsentationen der Teams für Freitag (ca. 10-15 PPT Slides) müssen am 25.11.15 bis spätestens 12 Uhr an Johannes Wenzel (johannes.wenzel@uni-hamburg.de) gesendet werden.
26.11.	Anreise nach Bonn zum Post Tower – International Headquarter der DPDHL Am Nachmittag des 26.11. reisen Sie gemeinsam mit Ihrem Betreuersteam der UHH nach Bonn. Details der Anreise gehen Ihnen rechtzeitig zu (erstmalig am 3.7.). Wir gehen in Bonn Abendessen und übernachten dort. Frühstück ist im Hotelaufenthalt enthalten. 

Datum	Inhalt
<p>27.11. 9-17 Uhr</p>	<p>Seminar im Konferenzzentrum des Post Towers</p> <p><u>Freitag – 9.00-17.00 Uhr</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 3. Zwischenpräsentation mit Fokus auf dem Entwurf des jeweiligen Business Plans (30 Min. je Team, ca. 10-15 PPT Slides) • Fallstudie „HASBRO“: Präsentation der Ergebnisse und Diskussion • Fallstudie „Metabical“: Präsentation der Ergebnisse und Diskussion <p>Mittagessen erhalten Sie über die DPDHL.</p> <p>Freitagabend fahren wir gemeinsam nach Hamburg zurück.</p> 
<p>28.11.-10.12.</p>	<p>Durchführung der 3. Kundvalidierung der Projektidee</p> <p>Jedes Team führt die 3. Kundvalidierung mit „Analytic Dashboards“ durch – vorzugsweise erneut mit Hilfe der CA (http://www.analytic-dashboards.com/).</p> 
<p>9.12. 12 Uhr</p>	<p>4. Zwischenpräsentation: Einsendung der Präsentationen zu Ihrem Teamprojekt für den 11.12.</p> <p>Die Präsentationen der Teams für Freitag (Service plus Business Case, ca. 20-25 PPT Slides) müssen am 9.12.15 bis spätestens 12 Uhr an Johannes Wenzel (johannes.wenzel@uni-hamburg.de) gesendet werden.</p>
<p>10.12.</p>	<p>Anreise nach Königstein zum Siegfried Vögele Institut (SVI)</p> <p>Am Nachmittag des 10.12. reisen Sie gemeinsam mit Ihrem Betreuersteam der UHH nach Königstein. Details der Anreise gehen Ihnen rechtzeitig zu (erstmalig am 3.7.).</p>

Datum	Inhalt
<p>11.-12.12.</p>	<p>Seminar im SVI, Königstein</p> <p><u>Tag 1 – Freitag – 11.12. - 9.00-17.00 Uhr</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 4. Zwischenpräsentation (ca. 20-25 Slides PPT) Service mit Business Plans (60 Minuten je Team) • Peer Evaluation – jedes Team-Mitglied bewertet die Leistungen seiner anderen Team-Mitglieder. <p>Abends: Teamabend im SVI</p> <p><u>Tag 2 – Samstag – 12.12. – 9.00-15.00 Uhr</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit jedes Teams – Überarbeitung der finalen Präsentationen und Erstellung des finalen Reports • Finales Coaching durch die Betreuer der UHH und der DPDHL <p>Samstagabend erfolgt die Rückreise nach Hamburg.</p> 
<p>18.12. 12 Uhr</p>	<p>Abgabe der finalen Reports und Präsentationen</p> <p>Bis zum 18.12. um 12Uhr sendet jedes Team seine finale Präsentation (Service plus Business Case, ca. 30 PPT Slides) und den Report (Kommentierung der Slides in der Notizensektion) an Johannes Wenzel (johannes.wenzel@uni-hamburg.de).</p>

VI. Teilleistungen des Seminars

Für ein erfolgreiches Bestehen des Seminars müssen mehrere Teilleistungen erfolgreich bestanden werden:

Voraussetzungen:

- Es besteht Anwesenheitspflicht für alle Tage des Seminars.
- Unterzeichneter Arbeitsvertrag mit der DPDHL für den Seminarzeitraum.

Individuelle Leistungen (60%) – Voraussetzung unterschriebener Arbeitsvertrag

- Mündliche Teilnahme im Seminar [Einsendungen, Präsentationen und Beteiligung] (15%)
- Erstellung eines Write-Ups gemäß Vorgabe bis zum 31.10. (s. Punkt VII.; 15%)
- Peer-Evaluation (15%): jedes Team-Mitglied bewertet die Leistungen seiner anderen Team-Mitglieder.
- Verantwortete, namentlich markierte Sektion des finalen Berichts (15%)

Teamleistungen (40%):

- Lösung der Fallstudie im Team (10%)
- Bewertung der 4 Zwischenpräsentationen und des finalen Reports (30%)

VII. Individueller Write-up

Das individuelle Write-Up dient zunächst der persönlichen Vertiefung eines Aspekts der Innovation. Dazu soll der Inhalt eines wissenschaftlichen Beitrags verstanden und dessen Inhalte auf das eigene Projekt übertragen werden. Innerhalb eines Teams können so 4 verschiedene Aspekte aus Forschungsbeiträgen systematisch und komplementär vertieft sowie anschließend auf das eigene Gruppenprojekt übertragen werden.

- Innerhalb eines Teams muss jede(r) TeilnehmerIn einen anderen Beitrag für das Teamprojekt aufarbeiten.

Das Write-Up ist in folgendem Format zu erstellen:

- Die Write-ups haben die Form einer "Executive Summary". Sie sollen zum einen die wesentlichen Erkenntnisbeiträge der zugrunde liegenden Beiträge zusammenstellen. Zum anderen muss darüber hinaus eine eigenständige Transferleistung auf das eigene Teamprojekt erfolgen. Diese Transferleistung kann über Skizzen und Charts im Anhang ergänzt werden.
- Das Write-up ist zweizeilig; in Times Roman size 12 Font; mit maximal 3 Seiten einzureichen (plus ggf. Anhang).
- Das Write-up ist wie folgt zu strukturieren:

- Einführung (1 para, 1/3 Seite max)
- Summary der “Key Take-Aways” (Bullet Points, max. 2/3 Seite)
- Persönliche Kommentare und Transfer auf das eigene Teamprojekt (≈2 Seiten)
- Zusammenfassung (1 para, 1/3 Seite)

Folgende Beiträge stehen hierzu zur Auswahl (wird ggf. vor dem Seminar noch erweitert):

- | | |
|--|----------------|
| 1. The Path to Epiphany: The Customer Development Model
(Chapter 2, The Four Steps to Epiphany, Blank 2004) | |
| 2. Turn Customer Input into Innovation (Ulwick 2002) | R0201H-PDF-ENG |
| 3. The Customer Centered Innovation Map
(Bettencourt & Ulwick 2008) | R0805H-PDF-ENG |
| 4. Blue Ocean Strategy (Kim & Mauborgne 2004) | R0410D-PDF-ENG |
| 5. Customer Discovery and Validation for Entrepreneurs
(Cespedes, Eisenmann & Blank 2012) | 812097-PDF-ENG |
| 6. Design Thinking. (Brown 2008) | R0806E-PDF-ENG |
| 7. Design Thinking and Innovation at Apple.
(Thomke & Feinberg 2012) | 609066-PDF-ENG |
| 8. Why Most Product Launches Fail (Schneider & Hall 2011) | F1104A-PDF-ENG |
| 9. Decisions 2.0: The Power of Collective Intelligence
(Bonabeau 2009) | SMR302-PDF-ENG |
| 10. OpenIDEO (Lakhani, Fayard, Levina & Pokrywa 2012) | 612066-PDF-ENG |
| 11. Innovation’s Holy Grail (Prahalad & Mashelkar 2010) | R1007N-PDF-ENG |
| 12. The New Corporate Garage (Anthony 2012) | R1209B-PDF-ENG |
| 13. A Framework for Scaling Local Innovations
(Soman, Kumar, Metcalfe & Wong 2012) | ROT180-PDF-ENG |

VIII. Empfohlener Leistungsnachweis aus einer Vorlesung

Zulassungsvoraussetzung für Masterstudierende ist die Teilnahme am Schwerpunkt „Unternehmensführung“ oder „Marketing und Medien“.

IX. Zahl der Seminarplätze

Es stehen **maximal 20 Plätze** zur Verfügung.

X. Vergabe der Seminarplätze

Die Anmeldephase für die Seminare im WS 2015/16 in STiNE findet vom 5. – 15.06.2015 statt. Nach der Anmeldephase erfolgt die Platz-Zuweisung durch das Studienbüro.

XI. Abmeldung/Rücktritt vom Seminar

Bezüglich einer Abmeldung vom Seminar gelten die Regeln des Studienbüros: Eine Abmeldung von BWL-Seminaren ist seit dem WiSe 12/13 nicht mehr zulässig!

Ein selbst zu vertretender Rücktritt vom Seminar ist ohne die Zuordnung von Fehlversuchen (Note 5,0) nicht möglich.

Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass Krankheit nur dann als Grund für einen nicht zu vertretenden Rücktritt gilt, wenn diese durch ein qualifiziertes ärztliches Attest nachgewiesen wird. Weitere Informationen zu Krankmeldungen finden Sie auf der Homepage des Studienbüros.

Ein Rücktritt von einem zugeteilten Seminarplatz ist **nur bis zum offiziellen Seminar-Start** (03.07.2015) möglich.

Ein Rücktritt NACH offiziellem Seminar-Start ist nur in sogenannten Ausnahmefällen möglich, z.B. Krankheitsfall (Vorlage eines qualifizierten Ärztlichen Attests, eine Krankschreibung („gelber Zettel“) ist NICHT ausreichend). Bei einem Rücktritt in anderen Fällen wird die Seminarleistung mit 5,0 bewertet.

XII. Krankmeldung

Sie benötigen laut der für Sie gültigen Prüfungsordnung ein qualifiziertes ärztliches Attest zum Nachweis einer Krankheit. Nähere Informationen zu Krankmeldungen finden Sie auf der Homepage des Studienbüros (). Eine Verlängerung der Abgabe der Seminararbeit bei Krankheit ist bis maximal 7 Tage zulässig (bei qualifiziertem ärztlichem Attest). Bei andauernder Krankheit kann nach den unter VIII. genannten Kriterien vom Seminar zurückgetreten werden.

Wir von der SVI Stiftungsprofessur, die DPDHL und das SVI freuen uns auf ein spannendes Seminar mit Ihnen!

Prof. Dr. Kay Peters und Johannes Wenzel