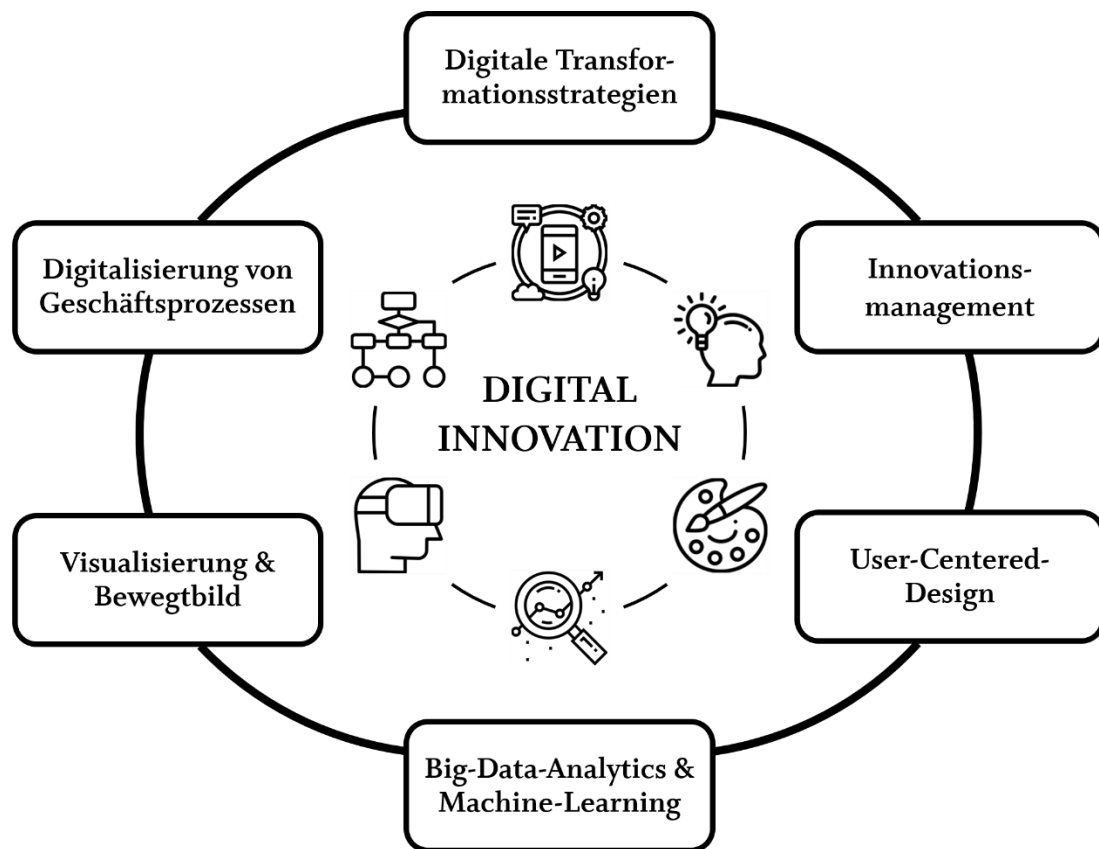


# FORSCHUNGSCLUSTER DIGITAL INNOVATION

## KOOPERATIONSPORTFOLIO

EIN ZUSAMMENSCHLUSS INNOVATER FORSCHUNGSGRUPPEN



### KONTAKT

Hochschule Mainz – University of Applied Sciences  
Fachbereich Wirtschaft – School of Business  
Lucy-Hillebrand-Straße 2  
55128 Mainz

Matthias Brunnbauer, M.Sc.  
T: +49 (0)6131 628-3448  
[digital.innovation@hs-mainz.de](mailto:digital.innovation@hs-mainz.de)  
<http://digital-innovation.hs-mainz.de/>

# INHALT

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 1. MITGLIEDER .....                   | 3  |
| 1.1. KERNTTEAM.....                   | 3  |
| 1.2. WEITERE FORSCHUNGSGRUPPEN.....   | 4  |
| 2. KOOPERATIONEN & THEMEN.....        | 5  |
| 2.1. KOOPERATIONSFORMEN.....          | 6  |
| 2.2. PROJEKTSTART & -ABLAUF.....      | 7  |
| 2.3. PROJEKTPARTNER (AUSZUG).....     | 8  |
| 3. PROJEKTE & REFERENZEN.....         | 9  |
| 3.1. INNOVATIONSMANAGEMENT.....       | 9  |
| 3.2. USER-CENTERED-DESIGN.....        | 10 |
| 3.3. BIG-DATA & MACHINE-LEARNING..... | 12 |
| 3.4. BEWEGTBILDKOMMUNIKATION.....     | 14 |
| 3.5. VISUALISIERUNG.....              | 15 |
| 3.6. DIGITALE SUPPLY CHAIN.....       | 16 |
| 4. FÖRDERMÖGLICHKEITEN.....           | 17 |



# 1. MITGLIEDER

## 1.1. KERNTTEAM

DREI FORSCHUNGSGRUPPEN - EIN ZIEL: DIGITAL INNOVATION

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <p>Prof. Dr. Oliver Mauroner</p> <p>Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre,<br/>insb. zukunftsorientiertes Management</p> <p>Innovations-, Kreativitäts- und Ideenmanagement,<br/>Design-Thinking, Co-Creation, Maker-Spaces</p>         |
|  | <p>Prof. Dr. Sven Pagel</p> <p>Professor für Wirtschaftsinformatik &amp;<br/>Medienmanagement (WIMM)</p> <p>Forschungsgruppe WIMM</p> <p>Bewegt bildkommunikation in Internetmedien,<br/>Nutzerforschung &amp; UX, Dig. Transformation &amp; KI</p> |
|  | <p>Prof. Dr. Gunther Piller</p> <p>Professor für Wirtschaftsinformatik</p> <p>Forschungsgruppe Big-Data-Analytics</p> <p>Data-Mining und Machine-Learning, Predictive-<br/>Analytics, Adoption neuer IT-Technologien</p>                            |

GEFÖRDERT DURCH



Rheinland-Pfalz  
MINISTERIUM FÜR  
WISSENSCHAFT, WEITERBILDUNG  
UND KULTUR



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie



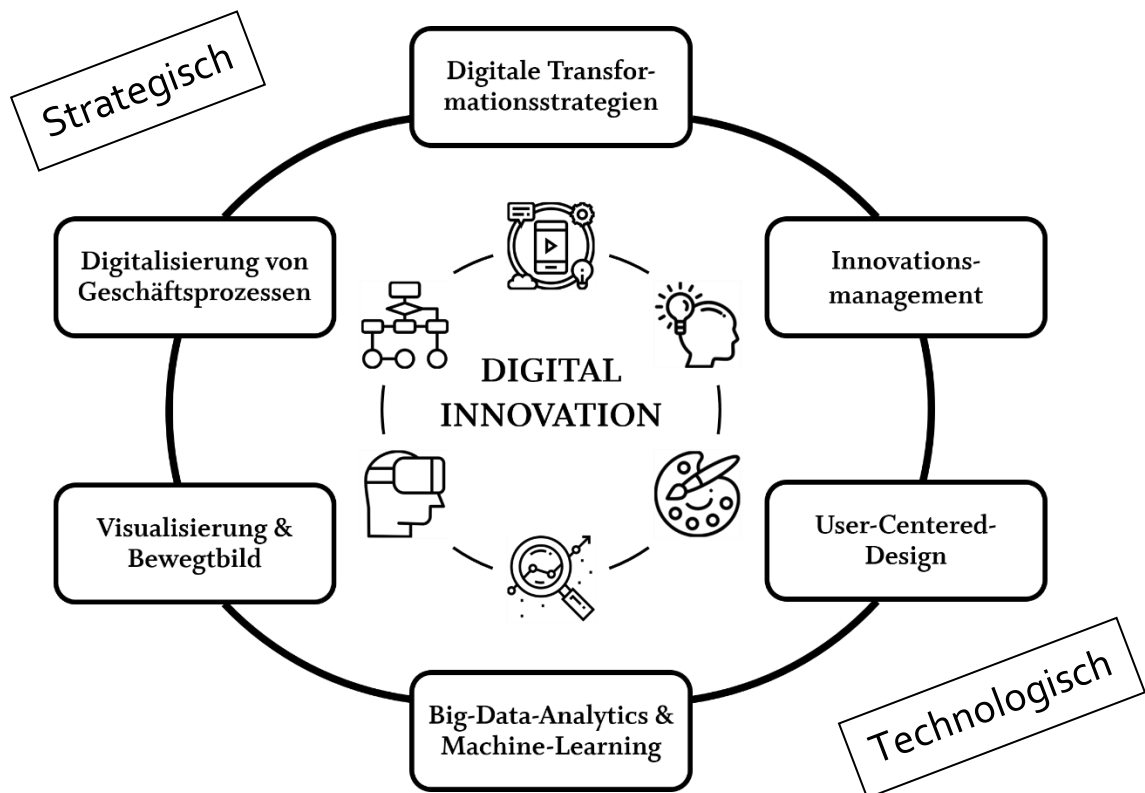
Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

## 1.2. WEITERE FORSCHUNGSGRUPPEN

|  |                                                                                                                                                                                                  |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher</p> <p>Professorin für Allgemeine Wirtschaftsinformatik<br/>Schwerpunkte Netzwerke und Softwareentwicklung<br/>Virtual- &amp; Augmented-Reality, E-Business</p> |
|  | <p>Prof. Dr. Lydia Bals</p> <p>Professorin für Supply Chain &amp; Operations Management<br/>Einkauf, Organisation, Mitarbeiterkompetenzen,<br/>Nachhaltigkeit</p>                                |
|  | <p>Prof. Dr. Elmar D. Konrad</p> <p>Professor für Interdisziplinäres Gründungsmanagement<br/>und Kreatives Unternehmertum<br/>Leiter iuh - Institut für unternehmerisches Handeln</p>            |
|  | <p>Prof. Dr. Sebastian Schlütter</p> <p>Professor für Quantitative Methoden in den<br/>Wirtschaftswissenschaften<br/>Risikomanagement, Finanz- und Versicherungswesen</p>                        |

## 2. KOOPERATIONEN & THEMEN

GEMEINSAM AUF DEM WEG ZUR DIGITALEN TRANSFORMATION



Egal ob strategisch oder technologisch, themenspezifisch oder themenoffen – gemeinsam erarbeiten wir eine passende Lösung

Nachfolgende Inhalte:

- mögliche Kooperationsformen und Projektabläufe
- Referenzprojekte zu den Oberthemen - z.B. Data-Analytics, User-Experience, ...
- Fördermöglichkeiten für Ihr Projekt

## 2.1. KOOPERATIONSFORMEN

INDIVIDUELL - ZIELGERICHTET - FLEXIBEL

JE NACH ART & KOMPLEXITÄT IHRER PROBLEMSTELLUNG

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>WORKSHOPS &amp; BERATUNGEN</b></p>  <p>Was Workshops oder Beratungen zu Ihrer Problemstellung</p> <p>Wer Professoren &amp; wissenschaftliche Mitarbeiter</p> <p>Dauer Ein- oder mehrtägig</p> <p>Beispiele Design-Thinking, Vorab-Datenanalyse</p>                                                         | <p><b>PROJEKTE MIT STUDIENGÄNGEN</b></p>  <p>Was Kurzprojekte in Ihrem Unternehmen</p> <p>Wer Engagierte Studierende unter der Leitung ihres Professors</p> <p>Dauer Wenige Wochen bis Monate</p> <p>Beispiel Prototyperstellung für ein Service-Terminal</p>                             |
| <p><b>INDIVIDUELLE FORSCHUNGS- &amp; PRAXISPROJEKTE</b></p>  <p>Was Forschungs- &amp; Praxisprojekte in Ihrem Auftrag</p> <p>Wer Professoren, Doktoranden, wissenschaftliche Mitarbeiter</p> <p>Dauer Einige Monate bis zu 3 Jahren</p> <p>Beispiele Predictive-Analytics-Projekt, Online-Marketingkonzept</p> | <p><b>ÖFFENTLICH GEFÖRDERTE PROJEKTE</b></p>  <p>Was Forschungs- &amp; Praxis- &amp; Verbundprojekte</p> <p>Wer Professoren, Doktoranden, wissenschaftliche Mitarbeiter</p> <p>Dauer Einige Monate bis zu 3 Jahren</p> <p>Vorteil Erhebliche Zuschüsse von Fördergebern (z.B. BMWi)</p> |



## 2.2. PROJEKTSTART & -ABLAUF

WIE KÖNNTE IHR PROJEKT MIT UNS KONKRET AUSSEHEN?

INDIVIDUELL & FLEXIBEL - SPRECHEN SIE UNS GERNE AN

### BEISPIEL 1:

*Sie sind an mehreren Themenfeldern zur Digitalen Transformation interessiert?*

**Stufe 1** – Identifikation möglicher Digitalisierungs- & Innovationspotentiale

- Welches sind Ihre wichtigsten Probleme und Fragestellungen?
- Welche Bereiche Ihres Unternehmens werden betroffen sein?
- Wo liegen die größten Potentiale?

➔ **Einleitender Workshop (Dauer ca. 1-3 Tage) oder Beratung**

**Stufe 2** – Eingrenzung des oder der Themenfelder und der Ziele, **Erstellung eines Projektplans**, Festlegung des Teams, Wahl der geeignetsten Kooperationsform und sonstiger Rahmenbedingungen wie z.B. Kosten & Fördermöglichkeiten

**Stufe 3** – Umsetzung & anschließende Evaluierung

### BEISPIEL 2:

*Sie haben Interesse an einem bestimmten Thema – z.B. Predictive-Analytics*

**Stufe 1** – unverbindliches **Vorabgespräch & Beratung** durch die beteiligten Professorinnen und Professoren zur Abstimmung der groben Rahmenbedingungen

**Stufe 2** – Definition von Zielen und dafür nötigem Input (z.B. Menge & Qualität an Daten), der Kooperationsform, des Teams, der Kosten und des Zeitplans

➔ **Erstellung eines Projektplans und ggf. Überprüfung von Fördermöglichkeiten**

**Stufe 3** – Umsetzung & anschließende Evaluierung



## 2.3. PROJEKTPARTNER (AUSZUG)



DEUTSCHE  
AMPHIBOLIN-WERKE  
VON ROBERT MURJAHN



Gienanth





## 3. PROJEKTE & REFERENZEN

### 3.1. INNOVATIONSMANAGEMENT

NEUE PROZESSE ODER PRODUKTE ETABLIEREN?

STARRE UND FESTGEFAHRENE STRUKTUREN AUFBRECHEN?

INNOVATIVE IDEEN - DESIGN-THINKING SEI DANK?



**Ihre Vorteile:** Durch die Anwendung erprobter Verfahren können in kurzen Workshops und Projekten innovative Ideen für Ihr Unternehmen generiert werden.

**Unsere Methodik:** Dank Verfahren wie z.B. Design-Thinking und bewährten Räumlichkeiten, die als Maker-Spaces, bieten sich optimale Ausgangsbedingungen zur kreativen Problemlösung.

**Projektdauer:** von Ein-Tages-Workshops bis hin zu Kleinprojekten über einige Wochen oder Monate.

GUTE EINSTIEGSMÖGLICHKEIT:

#### DESIGN-THINKING-WORKSHOP

KREATIVITÄT - KANN DOCH JEDER?



##### Was ist Design-Thinking?

- Ansatz zur Schaffung kreativer Lösungen für verschiedenste Probleme
- Basiert auf den drei Säulen *interdisziplinäre Teams*, *variable Räume* und *Design-Thinking-Prozessen*

##### Mögliche Inhalte & Ziele:

- Identifizierung neuer Geschäftsideen
- Verbesserung bestehender Prozesse mittels kreativer IT-Lösungen
- Gestaltungskonzept für ein neues Produkt erarbeiten
- ...

**Workshop-Leitung:** Prof. Dr. Oliver Mauroner

**Dauer:** Ein- oder Mehrtages-Workshops

## 3.2. USER-CENTERED-DESIGN

USER-EXPERIENCE? USABILITY?

GESTALTUNG VON PRODUKTEN UND MEDIEN VERSTEHEN?



Wie müssen Medien, Marketingkonzepte und ähnliche Kanäle gestaltet werden, damit der Nutzer, Ihr Kunde, begeistert und bestmöglich angesprochen werden kann?

GUTE EINSTIEGSMÖGLICHKEIT:

### USER-EXPERIENCE-WORKSHOP

DESIGN & ANWENDBARKEIT - WIE PASST DAS ZUSAMMEN?



#### Mögliche Inhalte & Ziele:

- Identifikation von Schwachstellen an der Kundenschnittstelle
- Vorab-Analyse Ihrer Marketing- und Medienkanäle
- Kurz-Analyse Ihrer Produkte – egal ob digital und/oder analog

Workshop-Leitung: Prof. Dr. Sven Pagel

Dauer: Ein- oder Mehrtages-Workshops

### REFERENZ: USER-EXPERIENCE-DESIGN VON ONLINE-GEWINNSPIELEN

Praxisprojekt mit der Savencia Fromage & Dairy Deutschland GmbH

Projektteilhabe: Prof. Dr. Sven Pagel, 20 Studierende des Studiengangs „Medien, IT & Management“ und eine studentische Hilfskraft



Methodik: Qualitative Nutzerbeobachtungen zum Gewinnspielverhalten spezifischer Zielgruppen, Datenanalyse mittels Marktforschungsdaten, Inhaltsanalyse von Gewinnspielen, Experten-Interviews

#### Ziele:

- Trends im Umfeld von Online-Gewinnspielen feststellen
- Best Practices und No-Gos bei der Gestaltung von Online-Gewinnspielen erarbeiten
- Neue Gestaltungsansätze aufzeigen

Budget: ca. 5.000 €, Dauer ca. 5 Monate



# BEOBACHTUNGSLABOR

DER ORT FÜR USER-EXPERIENCE & USER-CENTERED-DESIGN

## Features

- Räumlich getrennte Echtzeitbeobachtung
- Video- und Tonaufzeichnung (Ferngesteuerte 360° Kameras)
- Abdunkelung und Ausleuchtung
- Präsentations- und Diskussionsequipment



## Werkzeuge



### Eyetracker

- Mobil und im Beobachtungslabor
- Visualisierung der Ergebnisse



### IoT Workbench

- Sammlung von IoT Devices
- Entwicklung, Test & Konzeption



### Video-Production-Set

- Hochwertiges Equipment
- Klassisch oder 360-Grad-Videos / VR



### Studio

- Kontrollierte Aufnahmebedingungen
- Gut erreichbare Lage

## Nutzen

|                   |                 |                 |                    |
|-------------------|-----------------|-----------------|--------------------|
| Usability-Tests   | Eye-Tracking    | User-Experience | Experteninterviews |
| Fokusgruppenbefr. | Produktanalysen | Inhaltsanalysen | Literaturanalysen  |



## 3.3. BIG-DATA & MACHINE-LEARNING

SIE MÖCHTEN IHRE DATEN BESSER VERSTEHEN?

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IM UNTERNEHMEN INTEGRIEREN?

PROGNOSE-TOOLS: HEUTE WISSEN, WAS MORGEN PASSIERT?



**Ihre Vorteile:** Bestehende Daten Ihres Unternehmens, die bislang womöglich ungenutzt oder noch nicht ausreichend analysiert wurden, können nun zum besseren Verständnis von Kunden, Produkten, Maschinen, Mitarbeitern etc. beitragen und dadurch Mehrwert generieren.

**Unsere Methodik:** Verfahren der Datenanalyse (z.B. Segmentierungen, multiple Regressionen, Prognoseverfahren, ...) werden für Ihre Datensätze angewandt und verfeinert, um die angestrebten Informationsgewinne realisieren zu können.

**Projektdauer:** von kurzen Vorab-Workshops über Kurzprojekten von wenigen Monaten bis hin zu geförderten Projekten über mehrere Jahre.

GUTE EINSTIEGSMÖGLICHKEIT:

### DATA-MINING- / ANALYTICS-WORKSHOP

VERSTEHEN, WAS DATA-ANALYTICS EIGENTLICH KANN



**Wir richten uns nach Ihren Problemstellungen und Datenangeboten**

#### Mögliche Inhalte & Ziele:

- Vorab-Analysen Ihrer Daten, um Potentiale für nachfolgende Projekte abschätzen zu können
- Identifizierung bislang ungenutzter Datensätze, deren möglicher Nutzen und konkrete Implementierungsmaßnahmen geeigneter Data-Analytics-Methoden
- Entwicklung von Prognosemodellen zur Verbesserung von Serviceangeboten, Maschinenlaufzeiten & -auslastungen, Kundensegmente, Mustern in Kundendaten, ...

**Workshop-Leitung:** Prof. Dr. Gunther Piller

**Dauer:** Kurze Ein-Tages-Workshops bis hin zu mehrwöchigen Workshops mit mehreren Zwischenzielen

REFERENZ: „SAML4KMU“ - ZIM-KOOPERATIONSPROJEKT,  
GEFÖRDERT DURCH DAS BMWI

Kooperation zwischen der Hochschule Mainz, der CubeServ GmbH und  
einem Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

**Projektleitung:** Prof. Dr. Gunther Piller

**Förderung:** Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM), das bis zu  
50% der Kosten trägt

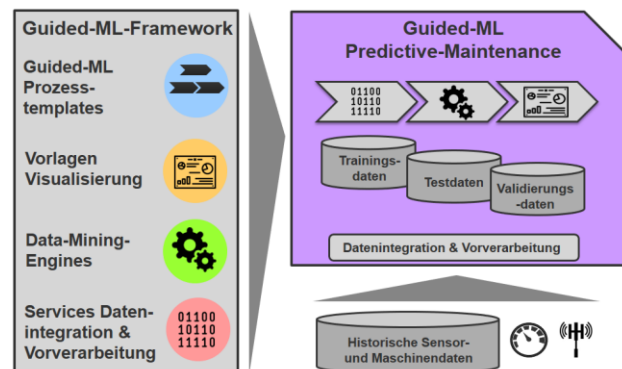
**Thema:** Semi-autonomes maschinelles Lernen für kleine und mittlere  
Unternehmen, sowie dessen konkrete Implementierung für den  
Anwendungsfall „vorausschauende Wartung“



**Projektziel:** Kleinere Unternehmen  
erstmalig in die Lage versetzen, innovative  
Methoden aus dem Bereich Data-Mining  
und Machine-Learning für betrieblich  
wichtige Fragestellungen einzusetzen

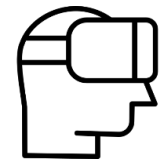
**Laufzeit:** Juli 2017 – März 2019

**Ressourcen:** ca. 3 Personen



## 3.4. BEWEGTBILDKOMMUNIKATION

SIE MÖCHTEN NEUE MEDIEN ZIELFÜHREND EINSETZEN?



**Ihre Vorteile:** Durch den optimierten Einsatz von Medien wie z.B. dem Bewegtbild können sowohl Kunden als auch Mitarbeiter und Partner besser angesprochen und die Wahrnehmung, Zufriedenheit und Akzeptanz Ihres Unternehmens erhöht werden.

**Unsere Methodik:** Wir fokussieren uns je nach Anwendungsfall auf nachgewiesene wissenschaftliche Methodiken, die die Gestaltung, Anwendung und Wirkung von Medien wie z.B. Videos, Social-Media oder auch Bildern optimieren.

**Projektdauer:** von kurzen Vorab-Workshops über Kurzprojekten von wenigen Monaten bis hin zu geförderten Projekten über mehrere Jahre.

### REFERENZ: QUALITATIVE ANALYSE VON ONLINE-VIDEOS FÜR PATIENTEN IN DER GESUNDHEITSKOMMUNIKATION

Kooperation zwischen der Hochschule Mainz und Böhlinger Ingelheim

**Projektleitung:** Prof. Dr. Sven Pagel

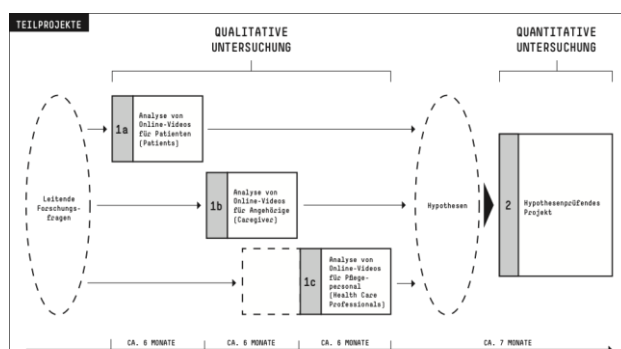
**Thema:** „Analyse von Online-Videos für Patienten“ – Pilotstudie zur umfassenden Analyse der "Bewegtbildkommunikation in der digitalen Gesundheitskommunikation"



**Methodik:** Mehr-Methoden-Design zur Analyse der Wirkung unterschiedlicher Gestaltungen von Videos (z.B. mit/ohne Infografik, viel/wenig Informationen, mit/ohne Personalisierung) auf Patienten

**Ergebnisse:** Zahlreiche merkmalsbezogenen Erkenntnisse (wie z.B., dass die vermittelnde Person eher ein Arzt sein sollte und dass ein Dialog mit einem Interviewer besser als ein Monolog ist) und darauf aufbauende konkrete Handlungsempfehlungen für die Produktion von Patientenvideos

**Laufzeit:** ca. 2 Jahre





## 3.5. VISUALISIERUNG

SIE MÖCHTEN MODERNSTE DARSTELLUNGSFORMEN ANWENDEN?  
IN EINE VÖLLIG NEUE WELT EINTAUCHEN?



Mittels Virtual- & Augmented-Reality lassen sich Konzepte wie z.B. Raumgestaltungen greifbarer machen und andere Anwendungsszenarien wie die virtuelle Vorstellung eines Showrooms gar erst ermöglichen. Neben der zielgerichteten Auswahl der geeigneten Darstellung lassen wir neueste Erkenntnisse der Forschung in unsere Arbeit mit einfließen.

REFERENZ: INHATLICHE, MEDIENDIDAKTISCHE WIE TECHNISCHE  
NEUGESTALTUNG DES „HAUS DES ERINNERNS“ IN MAINZ

Kooperation zwischen der Hochschule Mainz, des ZDF, SWR, MESI, der  
Alexander-Karl-Stiftung und dem Bundesprogramm „Demokratie leben!“



**Projektleitung:** Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher, Prof. Dr. Anja Stöffler

**Thema:** Darstellung und Verbindung des Wissens um die Verbrechen der nationalsozialistischen Diktatur mit dem Streit für Demokratie und Akzeptanz

**Methodik:** Interaktive mediale Installationen wie z.B. der „Raum der Namen“ (s. Bild) oder Multiuser-Games zur aktiven Präsentation und Teilhabe an den Darbietungen

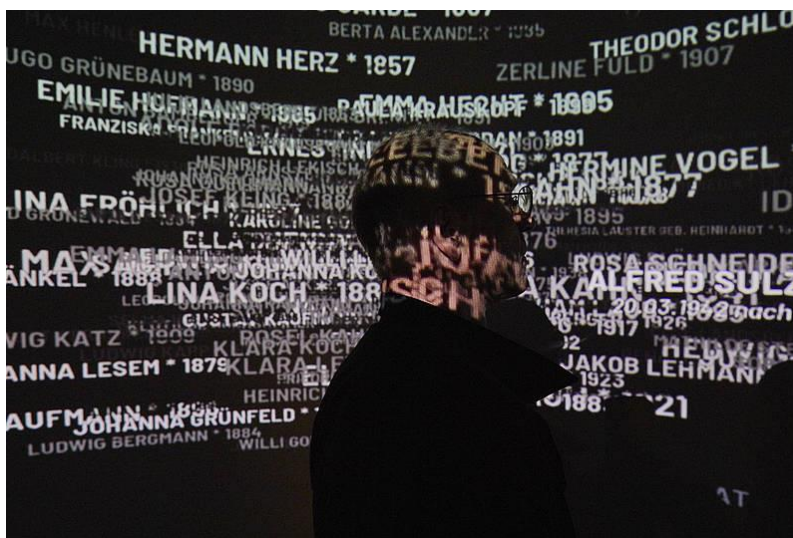
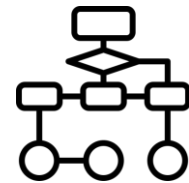


Foto: Katharina Dubno

## 3.6. DIGITALE SUPPLY CHAIN

DIE GESAMTE SUPPLY CHAIN WIRD ZUNEHMEND DIGITALER  
BEISPIEL EINKAUF / PROCUREMENT



Die Digitalisierung betrifft alle Bereiche eines Unternehmens entlang der Supply Chain. Daher ist dessen Management im Kontext des digitalen Wandels von größter Bedeutung.

MÖGLICHE WORKSHOPS (LEITUNG PROF. DR. LYDIA BALS):

### EINKAUFSORGANISATION IM KONTEXT DIGITALISIERUNG & AGILITÄT



#### Beispielagenda (Ein-Tages-Workshop):

- Begrüßung & Agenda samt Kennenlernrunde
- Impulsvortrag 1 – Trends in Digitalisierung und Agilität: Bedeutung für den Einkauf
- Impulsvortrag 2 – Überblick über (aktuelle) Einkaufsorganisationsmodelle
- Bestandsaufnahme der Teilnehmersituationen & Fragerunde
- Interaktiv - Die Phase der Projektplanung, Projektdurchführung & potenzieller Einsatz externer Dienstleister
- Zusammenfassung

(dieses Format hat Prof. Dr. Bals bereits mit mehr als 20 Unternehmen durchgeführt; dabei nahmen mehrere Unternehmen pro Workshop teil)

### DIGITALISIERUNG IM EINKAUF - HYPE ODER TRANSFORMATION?



#### Beispielagenda (Impulsvortrag mit anschließenden Diskussionsrunden):

- Wie verändert sich der Beschaffungsbereich in den kommenden 10 Jahren?
- Wie wird sich die Digitalisierung auf den Beschaffungsbereich auswirken?
- Was sind die zukünftigen Erfolgsfaktoren für Einkaufsorganisationen in Unternehmen?
- Worauf werden sich Unternehmen im Einkaufsbereich fokussieren?
- In welchen Bereichen können Unternehmen Ihre Digitalisierungsaktivitäten im Einkauf verstärken?
- Wie können Unternehmen dabei den Anfang finden?

(dieses Format hat Prof. Dr. Bals bereits mit zwei Unternehmen durchgeführt; dabei nahm jeweils nur ein Unternehmen, jedoch mit jeweils zwischen 10-15 Teilnehmern, teil)

## 4. FÖRDERMÖGLICHKEITEN

OB BERATUNG, KLEIN- ODER GROBPROJEKT: ZAHLREICHE INSTRUMENTE ERMÖGLICHEN IHNEN ERHEBLICHE ZUSCHÜSSE



### **BITT - Beratungen zu Innovation und Technologietransfer:**

Zuschüsse für Beratungen von max. 50% der förderfähigen Kosten und max. 6.000€ für KMU aus RLP ( < 250 MA, < 50 Mio. Jahresumsatz); Fördergeber: ISB RLP über die IHK <https://www.ihk-rlp.de/service/marken/IHK-Innovationsnetz-Rheinland-Pfalz/Innovationsfoerderung/BITT>

### **InnoStart:**

Zuwendungen bis max. 12.500€ für KMU aus RLP; max. 12 Monate; Fördergeber: ISB RLP; <https://isb.rlp.de/foerderung/255.html>

### **InnoTop:**

Zuwendungen für Durchführbarkeitsstudien bis max. 37.500€, F&E-Vorhaben bis max. 500.000€ für KMU aus RLP; Fördergeber ISB RLP; <https://isb.rlp.de/foerderung/269.html>

### **KMU-innovativ:**

Einstiegsmodul: Fördersätze bis zu 100% mit max. 50.000€

Hauptmodul: Zuwendungen bis max. 50% der Projektkosten für KMUs auf max. 3 Jahre; Deutschlandweit; Fördergeber: BMBF; <https://www.bmbf.de/de/kmu-innovativ-561.html>

### **ZIM - Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand:**

Zuwendungen mit Fördersätzen von 30-50% der projektbezogenen Kosten und max. 380.000€ Fördersumme für KMU (max. 500 MA); Deutschlandweit; Fördergeber: BMWi <https://www.zim.de/ZIM/Navigation/DE/Home/home.html>

### **EuroStars:**

Zuwendungen von max. 500.000€ und Förderquoten bis zu 100% für forschungstreibende KMU-Hochschul-Kooperation; Projektträger: DLR; <https://www.eurostars.dlr.de/de/1311.php>

### **Allgemeine Ausschreibungen:**

Regelmäßig werden u.a. vom BMBF und BMWi größere Ausschreibungen veröffentlicht, in deren Kontext Forschungs- und Praxisprojekte durchgeführt werden können. Sofern eine solche thematisch zu Ihrem Gebiet passt, bietet sich deren Förderung gut an.

Förderumfang & Dauer

## Bildnachweise

Big-Data-Analytics & Machine-Learning: Icon made by Smashicons from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com) - Creative Commons BY 3.0, CC 3.0 BY <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Visualisierung & Bewegtbild: Icon made by Kiranshastry from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com) - Creative Commons BY 3.0, CC 3.0 BY <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Digitale Transformationsstrategien: Icon made by Eucalyp from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com) - Creative Commons BY 3.0, CC 3.0 BY <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Digitalisierung von Geschäftsprozessen: Icon made by Pause08 from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com) - Creative Commons BY 3.0, CC 3.0 BY <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Innovationsmanagement: Icon made by Freepik from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com) - Creative Commons BY 3.0, CC 3.0 BY <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

User-Centered-Design: Icon made by Freepik from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com) - Creative Commons BY 3.0, CC 3.0 BY <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Workshops & Beratungen: Icon made by Eucalyp from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com) - Creative Commons BY 3.0, CC 3.0 BY <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Projekte mit Studiengängen: Icon made by Eucalyp from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com) - Creative Commons BY 3.0, CC 3.0 BY <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Individuelle Forschungs- und Praxisprojekte: Icon made by turkkub from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com) - Creative Commons BY 3.0, CC 3.0 BY <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Öffentlich geförderte Projekte: Icon made by Freepik from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com) - Creative Commons BY 3.0, CC 3.0 BY <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Visualisierung: Katharina Dubno

Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur: <https://mwwk.rlp.de/de/startseite/>

ISB RLP: <https://isb.rlp.de/home.html>

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: <https://www.bmwi.de/Navigation/DE/Home/home.html>

Bundesministerium für Bildung und Forschung: <https://www.bmbf.de/>

Eurostars: <https://www.eurostars.dlr.de/de/1332.php>



## Impressum

### Forschungscluster Digital Innovation

T +49 (0)6131 628-3448

F +49 (0)6131 628-93448

[digital.innovation@hs-mainz.de](mailto:digital.innovation@hs-mainz.de)

<http://digital-innovation.hs-mainz.de/>

Hochschule Mainz

Lucy-Hillebrand-Straße 2

55128 Mainz

T +49 (0)6131 628-0

F +49 (0)6131 628-7777

[kontakt@hs-mainz.de](mailto:kontakt@hs-mainz.de)

### Konzeption, Gestaltung, Realisierung

Matthias Brunnbauer M.Sc.

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

T +49 (0)6131 628-3448

F +49 (0)6131 628-93448

[matthias.brunnbauer@hs-mainz.de](mailto:matthias.brunnbauer@hs-mainz.de)