

Thema 1: Nachhaltige Mobilität

Mobilität basiert nicht länger notwendigerweise auf dem Konzept des privaten Besitzes von Fahrzeugen, sondern kann als Dienstleistung nach Bedarf („on demand“) abgerufen werden. Um eine Strecke von A nach B zurückzulegen, sind allerdings häufig mehr unterschiedliche Verkehrsangebote zu kombinieren. Bspw. ist es notwendig, zunächst eine Bushaltestelle mit einem E-Scooter zu erreichen, um dann mit dem Bus zum Bahnhof zu fahren und nach Ankunft mit dem Zug mit der nächsten Straßenbahn zum gewünschten Ziel zu gelangen. Die Suche ist häufig aufwendig, da unterschiedliche Portale genutzt und mehrere Tickets gekauft werden müssen und tlw. auch die Anschlusszeiten nicht passen.

Hier setzt „Mobility-as-a-Service“ an. Dies ist ein Konzept für integrierte Mobilität zur gemeinschaftlichen Nutzung von Verkehrsmitteln. Hierbei werden Mobilitätsangebote wie bspw. ÖPNV, Car-Sharing, Bike-Sharing, E-scooter-Sharing intermodal gebündelt und Mobilitätspakete geschnürt, die eine bestimmte „Menge“ (zumeist zeit- oder streckenabhängig) für die Nutzung verschiedener, miteinander kombinierter Verkehrsmittel als Mobilitätsdienstleistung beinhalten. Gleichzeitig wird eine technische Lösung zur Optimierung der Wegeoptionen angeboten und ein einheitliches, transparentes sowie übersichtliches Bepreisungssystem erschaffen, sodass ein attraktives Angebot als Alternative zum motorisierten Individualverkehr entsteht.

Ihre Aufgabe:

Entwickeln Sie ein Geschäftsmodell für ein intermodales Mobilitätskonzept gemäß Mobility-as-a-Service zur gemeinschaftlichen Nutzung von Fahrzeugen, das attraktiv und wettbewerbsfähig etabliert werden kann. Konzentrieren Sie sich dabei vor allem darauf, Mobilitätslösungen für die Stadt Bochum mit besonderem Fokus auf den Pendelverkehr zwischen dem Hauptcampus der Ruhr-Universität und dem Standort Mark 51°7 anzubieten

Thema 2: Kubezec

Große Unternehmen erhoffen sich, durch den Einsatz neuer Technologien wie „Cloud Computing“ und „Kubernetes“ Wettbewerbsvorteile, die nicht selten auf Kosten der Sicherheit gehen.

Die steigende Zahl von Cyberattacken gegen diese Unternehmen stellt bereits heute ein nicht zu unterschätzendes Risiko dar. Das Thema IT-Sicherheit gerät immer stärker in den Fokus der Unternehmen und ihrer Wirtschaftsprüfer. Der Fachkräftemangel in der IT-Sicherheit verschärft das Problem zusätzlich. Genau hier setzt „Kubezec“ an, um das Problem effizient und sicher mit Hilfe von Kubernetes zu lösen.

Kubernetes ist ein Tool zum Managen von großen Container-Umgebungen, mit deren Hilfe z.B. sehr schnell umfangreiche Websites umgestaltet werden können. Ein Container ersetzt dabei die Funktion einer virtuellen Maschine. Moderne Software wird in mehreren verschiedenen Containern betrieben. Kubernetes kümmert sich um den Betrieb aller Container sowie der zusätzlich benötigten Tools. Dies führt zu einer enorm hohen Komplexität von großen Kubernetes-Umgebungen, die jedoch in Unternehmensumfeldern viel Zeit und Geld sparen können.

Ihre Aufgabe:

Entwickeln Sie ein Geschäftsmodell für „Kubezec“! Wie kann Kubezec große Unternehmen auf sich aufmerksam machen? Ermitteln Sie den Finanzierungsbedarf der ersten 3 Jahre und die von Ihnen bevorzugte Art der Finanzierung (Eigenkapital vs. Fremdkapital)? Welches Alleinstellungsmerkmal könnte Kubezec einen Wettbewerbsvorteil bringen? Welche Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken liegen in dem Geschäftsmodell? Wie können Kunden gewonnen werden? Wie lautet das Wertversprechen?

Thema 3: Gedankensalto-Werteexpedition

Die Einflüsse, die zur Entwicklung junger Menschen beitragen, sind durch die Digitalisierung nicht weniger geworden. Neben Eltern, Familie und Freunden lassen sich Kinder und Jugendliche, aber auch Erwachsene auch durch digitale Angebote wie Social Media beeinflussen. Die Konsequenz ist oft, dass sich junge Menschen nicht mehr anhand ihrer Interessen, Fähigkeiten und ihrer Werte entwickeln, sondern versuchen, in vorgegebene Raster zu passen oder besser zu sein als jemand anderes.

Das führt über kurz oder lang zur Ausbildung von Krankheiten wie z. B. Burnout, Boreout, Magersucht oder Angststörungen. Darüber hinaus fühlen sich viele Menschen auch in ihrem späteren Leben privat wie beruflich nicht angekommen.

Hier setzt Gedankensalto mit der Idee der Werteexpedition an. Es geht darum durch Reflexion den Kontakt zu den eigenen Werten zu finden oder wiederzufinden und sich zu fragen, was eigentlich wirklich wichtig für das Individuum und seine oder ihre Erfüllung ist. In der jetzigen Phase richtet sich das Angebot in Form eines Online-Kurses oder persönlichen Coachings ausschließlich an Privatpersonen, wie beispielsweise junge Menschen vor Abschluss ihrer Schulausbildung, in Ausbildung, oder auch in oder nach dem Studium.

Ihre Aufgabe:

Entwickeln Sie ein Geschäftsmodell für den Einsatz der Gedankensalto-Werteexpedition im Kontext von Unternehmen. Fokussieren Sie sich dabei auf den Ansatz, das Modell in den Personalauswahlprozess von Auszubildenden und Young Professionals zu implementieren. Welche Unternehmen fänden die Anwendung hilfreich? Über welche Vertriebskanäle sollte es angeboten werden? Welche Wettbewerber gibt es für ähnliche Angebote und wie hoch ist die Zahlungsbereitschaft der potenziellen Unternehmen? Entwickeln Sie dazu passende Wertversprechen, mit denen den Unternehmen die Dienstleistung erfolgreich vermittelt werden kann.

Thema 4: Nachhaltigkeitsfond der RUB

Kaum ein Tag vergeht ohne Berichte zur Nachhaltigkeit in den Medien. Die Landesregierung NRW hat sich u.a. das Ziel der klimaneutralen Landesverwaltung gesteckt und auch die Hochschulen sind aufgefordert, sich mehr als bisher um Nachhaltigkeit zu bemühen. An der RUB wurde das Nachhaltigkeitsbüro (NHB) gegründet, dessen Aufgabenbereich (bisher) im Wesentlichen in den Bereichen Vernetzung, Information und Koordination liegt. Viele gute Ideen für Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit wurden gesammelt. Einige Maßnahmen lassen sich ohne zusätzliche Ressourcen umsetzen, in anderen Fällen sind zusätzliche Mittel erforderlich. Für die Umsetzung stehen jedoch aktuell meist weder ein Budget noch Personalkapazitäten zur Verfügung, auch wenn sich einige Maßnahmen, z.B. der Bau von Photovoltaikanlagen, nach einer Anschubfinanzierung amortisieren würden. Zudem besteht auch bei Mitarbeiter:innen und Studierenden zunehmend die Bereitschaft, sich im Kontext der Nachhaltigkeit finanziell zu engagieren.

Ihre Aufgabe:

Entwickeln Sie ein Geschäftsmodell für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen an der RUB. Wie kann sich ein Nachhaltigkeitsfond langfristig finanzieren, welches Produkt könnte angeboten werden? Wer könnten Kunden sein und wie könnten diese angesprochen werden? Wie würden die Kriterien zur Auswahl geeigneter Projekte aussehen? Wie sähe eine geeignete Organisationsform aus und wie wäre diese personell aufzustellen? Entwickeln Sie Wertversprechen, mit denen die Produkte den Kunden angeboten werden kann.

Thema 5: World of Wind

Inlandsurlaub wird im Zuge der Corona-Pandemie immer beliebter. Ferien auf den deutschen Inseln liegen 2021 besonders im Trend. Die mit 31 Quadratkilometern größte deutsche Nordseeinsel Borkum bietet der etablierten Strandsegel- und Wassersportschule „World of Wind“ dabei optimale Voraussetzungen für das Angebot verschiedenster Sportarten. Hierzu zählen neben dem Strandsegeln Kitebuggy Fahren, Kitelandboarden und Powerkiten auf dem Strand sowie Kitesurfen, Windsurfen, Stand up Paddeling, Wingsurfen und Foilkiten auf dem Wasser. In der Saison von Ostern bis Ende Oktober werden über 2.000 Kurseinheiten in den genannten Sportarten durchgeführt.

Neben dem Kursangebot gehört auch der Vor-Ort-Verkauf von Equipment an die Kursteilnehmer:innen zum Geschäftsmodell. Ebenfalls wird ein Onlineshop betrieben, der allerdings trotz medialer Präsenz der Sportschule in Fernsehberichten (bspw. RTL, ZDF, NDR, Spiegel TV) nur selten genutzt wird.

Ihre Aufgabe:

Erarbeiten Sie ein tragfähiges Konzept für den Onlinevertrieb von Equipment für die angebotenen Sportarten der „World of Wind“. Welche Produkte sollten angeboten werden, was sind die jeweiligen Wertversprechen? Was ist die jeweilige Zielgruppe? Wie können Kund:innen auf das Angebot aufmerksam gemacht werden? Welche Stärken der Sportschule können dafür genutzt werden? Wo liegen Chancen und Risiken des Geschäftsmodells? Wer sind die Wettbewerber?