

SoSem 2024

# KI, Big Data und ChatGPT: Technologischer Wandel bei Rossmann

im Rahmen des Seminars: „Praxis der wissenschaftlichen Unternehmensberatung“

Belegnummer: 273007

Du bist im vierten oder sechsten Semester und denkst über Deine Karriereplanung nach? Du könntest Dir eine Karriere in der Beratung vorstellen oder möchtest wissen, wie sich dieser Job anfühlt? Mit **ROSSMANN** bietet Dir eines der größten Unternehmen der Region die Chance für einen praktischen Einblick. Gemeinsam mit einer Kommilitonin oder einem Kommilitonen gehst du als externe:r Berater:in in das Unternehmen. Dort arbeitet Ihr gemeinsam mit Führungskräften und Fachexpert:innen aus verschiedenen Abteilungen an einer konkreten Fragestellung. Dieses Jahr läuft alles unter dem Thema **KI, Big Data und ChatGPT: Technologischer Wandel bei Rossmann**. Dabei werdet ihr von wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen des **Instituts für Wirtschaftspolitik** betreut. Die wissenschaftliche Leitung des Seminars liegt bei **Prof. Dr. Stephan Thomsen**. Eure Ergebnisse dokumentiert Ihr in einer Seminararbeit. Außerdem habt Ihr die Chance, die Ergebnisse in einer gemeinsamen Abschlussveranstaltung mit ROSSMANN zu präsentieren. Bist Du fit für diese Herausforderung? Dann bewirb Dich jetzt! Es gibt 16 Seminarplätze.

## Formalia

Zielgruppe	Bachelorstudiengang Wirtschaftswissenschaften, 4. Bis 6. Fachsemester (PO 2017) <sup>1</sup>
Bewerbungsfrist	<b>So., 18.02.2024</b> , 23:59 Uhr
Maximale Teilnehmerzahl	16 Personen
Wissenschaftliche Leitung	Prof. Dr. Stephan Thomsen (Institut für Wirtschaftspolitik)
Seminarleistung	Schriftliche Hausarbeit und Präsentation
Arbeitsteilung	2er-Gruppen
Kompetenzbereiche	VWL und BWL.
Bewerbungsmodalitäten	Siehe Zeitplan

## Leistungsanforderungen

80 % der Endnote	Seminararbeit im Umfang von 20 bis 25 Seiten (2er Gruppen)
20 % der Endnote	Präsentation der Arbeit (25min) und anschließende Diskussion (15min) Anwesenheitspflicht bei allen Vorträgen

---

<sup>1</sup> Um einen ungehinderten Studienverlauf zu gewährleisten, werden Studierende des 5.+6. Semesters denen des 4. Semesters vorgezogen.

## Zeitplan

- So. 18.02.2024 **Verbindliche Bewerbung** auf eines der 8 Themen (siehe Themenübersicht, Veröffentlichung Anfang Dezember). Erforderlich sind ein halbseitiges Motivationsschreiben sowie ein aktueller Notenspiegel. Bitte geben Sie zusätzlich Zweit- und Drittwunsch an. Bei einer Bewerbung als 2er-Gruppe sind diese Unterlagen von beiden Bewerbenden einzureichen. Die Bewerbung senden Sie bitte per Mail an Li Kathrin Kaja Rupieper ([rupieper@wipol.uni-hannover.de](mailto:rupieper@wipol.uni-hannover.de)).
- Mo. 19.02.2024 **Rückmeldung** über die Teilnahme.
- Mo. 26.02.2024 **Bekanntgabe der Themenverteilung** (9 Uhr, Raum 1501-442 am Conti-Campus). Anmeldung der Seminarleistung, erste Informationen zur Seminarkooperation und Betreuung, sowie Bearbeitungshinweise.
- Mi. 06.03.2024 **Kick-off Veranstaltung** (Vorstellung des Unternehmens, Kontaktaufnahme mit Betreuer:innen und Ansprechpartner:innen, Lagerführung). Die Einladung erfolgt gesondert.
- So. 09.06.2024 **Abgabe der Seminararbeiten** als pdf-Datei an [rupieper@wipol.uni-hannover.de](mailto:rupieper@wipol.uni-hannover.de), [gulden@wipol.uni-hannover.de](mailto:gulden@wipol.uni-hannover.de) sowie die betreuende(n) Person(en) der Dirk Rossmann GmbH bis 23:59 Uhr.
- Di. 18.06.2024 **Ergebnispräsentation** vor Vertreter:innen der Abteilungen, interessierten Mitarbeiter:innen und ggf. der Geschäftsführung. Die Einladung erfolgt gesondert.

Weitergehende Informationen erhalten Sie während der Einführungsveranstaltung am 26.02.2024. Über Änderungen hinsichtlich der anstehenden Termine werden Sie umgehend informiert. Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an Kaja Rupieper ([rupieper@wipol.uni-hannover.de](mailto:rupieper@wipol.uni-hannover.de)).

## Themenübersicht

### (1) Ethik der Künstlichen Intelligenz im Handel: Datenschutz und Transparenz im Zeitalter von KI (IT / Personalentwicklung)

Der Schutz unserer Kund:innen und Mitarbeiter:innen sowie die Schaffung von Transparenz in KI-gestützten Prozessen sind grundlegende Anforderungen im modernen Handel. Im Rahmen dieses Themas soll beleuchtet werden, wie künstliche Intelligenz im Einzelhandel ethisch korrekt eingesetzt werden kann und welche KI-Leitlinien etabliert werden sollten, damit Kund:innen und Mitarbeiter:innen sich zu jeder Zeit informiert und sicher fühlen können. Hierbei werden insbesondere ethische Fragen behandelt sowie eine geeignete Kommunikationsstrategie erarbeitet, welche die Schaffung von Transparenz zum Ziel hat.

### (2) Datenbasierte Argumentationsgrundlage für eine Ausweitung des Diversity-Managements: Wie kann man den Mehrwert von Diversity messbar machen? (Organisationsentwicklung / Vielfalt und Chancengleichheit)

Positive Ergebnisse eines gut funktionierenden Diversity-Managements (mehr Innovation, mehr Kreativität,...) sind oft nur qualitativ messbar und werden in der Regel durch Interviews erhoben. Darüber hinaus beziehen sich die Ergebnisse meist auf klassisch ausgerichtete Teams in akademisch geprägten Tätigkeiten. Was uns interessiert, ist, wie der Mehrwert von Diversity auch in Teams „auf der Fläche“, also in unseren Filialen und Verkaufsstellen erhoben werden kann. Welche KPIs können in Bezug auf das Miteinander und den Umgang mit Kund:innen erfasst werden? Wie können KI-basierte Daten helfen, eine schlüssige und quantitative Argumentationsgrundlage hin zu einer Ausweitung des Diversity-Managements im Vertrieb zu liefern?

### (3) Produktdesign 2.0: Welche Chancen und Risiken bietet ChatGPT/KI bei der Entwicklung des Produktdesigns der Rossmann-Marken? (ROSSMANN Qualitätsmarken)

Die ROSSMANN-Marken sind das Herzstück des Unternehmens. Das Produktmanagement der ROSSMANN Marken bildet den Fokus, denn wir entwickeln mit viel Liebe zum Detail unsere bestehenden Marken weiter oder bringen neue Produktideen ins Regal. Oberstes Ziel ist es hier die einzelnen Produkte optimal an den Markt- und Kundenbedürfnissen auszurichten, um so den größtmöglichen Erfolg unserer Rossmann Marken zu gewährleisten. Mit Hilfe von KI ergeben sich hier für die Zukunft viele neue Möglichkeiten. Welche Möglichkeiten der Nutzung von KI ergeben sich für das Produktmanagement Team beim Produktdesign der Rossmann Marken und wie sind diese zu bewerten? Welche Chancen aber auch Risiken bieten die neuen Anwendungen? Und wie können die ersten Schritte zur Implementierung von KI im Produktdesign aussehen?

**(4) Unterstützungsmöglichkeiten von KI fürs (HR-)Projektmanagement  
(HR-Systeme, Projekte und Controlling)**

Thematisch geht es darum, die Potenziale von künstlicher Intelligenz im Projektmanagement zu untersuchen und darzustellen. Ziel ist es, zentrale Möglichkeiten aufzuzeigen, wie KI zur effizienteren und produktiveren Gestaltung von Projektmanagement-Prozessen beitragen kann. Zunächst sollte eine Übersicht über mögliche Einsatzmöglichkeiten erstellt werden, woraufhin ein Aspekt dann im Anschluss vertieft werden kann.

**(5) Wie kann dem durch den demografischen Wandel bedingten Wissensverlust in administrativen- und Servicebereichen von HR mithilfe von KI entgegengewirkt werden?  
(HR-Systeme, Projekte und Controlling)**

Untersuche, wie Künstliche Intelligenz genutzt werden kann, um dem demografischen Wissensverlust in HR-Bereichen entgegenzuwirken. Du erforschst innovative KI-Strategien und -Systeme, um Erfahrungswissen zu sammeln, speichern, und für neue Generationen verfügbar zu machen. Zugleich gewinnst du ein tieferes Verständnis für KI als Werkzeug zur Wissenskontinuität und erarbeitest strategische Empfehlungen für Rossmann in der sich wandelnden Arbeitswelt.

**(6) Voraussetzungen, Chancen und Risiken von KI-gestütztem Skill- und Kompetenzmanagement  
(HR-Systeme, Projekte und Controlling)**

Das Thema befasst sich mit der Untersuchung der Möglichkeiten, die Künstliche Intelligenz (KI) für das Management von Fähigkeiten und Kompetenzen bietet. Es werden die Voraussetzungen für die Implementierung von KI in diesem Bereich, die potenziellen Vorteile, die sich aus der Nutzung von KI ergeben, sowie die Risiken, die mit der Verwendung von KI verbunden sind, untersucht. Ziel ist es, ein besseres Verständnis dafür zu entwickeln, wie KI das Skill- und Kompetenzmanagement verbessern kann und welche Herausforderungen dabei zu berücksichtigen sind.

**(7) KI-Chatbot im Kundenservice von Rossmann: Verbesserung der Kundenzufriedenheit und Bindung (Marketing)**

In dieser Forschungsstudie wird untersucht, wie sich die Einführung eines KI-Chatbots im Kundenservice von Rossmann auf die Kundenzufriedenheit und -bindung auswirkt. Der Einsatz von KI-Chatbots im Kundenservice hat sich in den letzten Jahren vermehrt etabliert und bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihren Kunden schnellere und effizientere Unterstützung anzubieten. Die Studie zielt darauf ab, potenzielle Auswirkungen auf die Kundenzufriedenheit zu identifizieren, indem sie die Wahrnehmung der Kunden hinsichtlich der Servicequalität, der Antwortzeit und der Genauigkeit der Chatbot-Antworten analysiert. Darüber hinaus wird untersucht, ob der Einsatz des Chatbots zu einer stärkeren Bindung der Kunden an Rossmann führt, indem die Zufriedenheit der Kunden mit ihrem Gesamterlebnis bewertet wird. Die Ergebnisse dieser Untersuchung sollen wertvolle Erkenntnisse liefern, die Rossmann bei der Optimierung seines Kundenservice unterstützen.

**(8) In welcher Weise kann die Anwendung und Weiterentwicklung von Künstlicher Intelligenz (KI) die Unternehmensmarktforschung beeinflussen und welche konkreten Maßnahmen sollte ROSSMANN ergreifen, um diese Herausforderungen anzugehen und die sich bietenden Chancen optimal zu nutzen? (Research und Controlling)**

In vielen Marketingbereichen werden zunehmend KI-Anwendungen eingesetzt. Auch im Bereich der Marktforschung wird der Einsatz von KI intensiv diskutiert. Für viele Insights-Spezialisten scheint KI in der Marktforschung der Schlüssel für den zukünftigen Erfolg von Research-Abteilungen zu sein. Ziel dieser Seminararbeit sollte sein, Empfehlungen zu geben, an welchen Stellen und in welchen Bereichen es heute bereits sinnvolle Anwendungsmöglichkeiten für Research-Abteilungen gibt und wie diese in der Unternehmensmarktforschung von ROSSMANN eingesetzt werden könnten.

**(9) KI im Kontext von Wissensmanagement für Kunden und Mitarbeiter  
(Kundenservice)**

Welche Rolle wird zukünftig das Wissensmanagement (Wissensdatenbank, FAQ und Prozessbegleitungen im Kundenservice) im Kontext von KI einnehmen und sich für die jeweiligen Anwender und Nutzer verändern. Welche Chancen werden entstehen, wo wird KI eine zentrale Rolle einnehmen und diesen Bereich verändern? Dank KI entstehen neue Möglichkeiten für Wissensmanagementsysteme, die Erstellung und Verwaltung von Inhalten zu automatisieren und zu optimieren. Gleichzeitig werden die Suchfunktionen verbessert und fortschrittliche Analysen für Wissensadministratoren bereitgestellt. Wie wirkt sich die Verwendung von einem Chatbot in Kombination mit KI zur Bereitstellung und Verteilung des Wissens auf die Erfassung und Organisation des Wissens aus? Wie kann das Wissen zielgerichtet, speziell in Hinblick auf Zugriffsberechtigungen, verteilt werden? Wie wird Barrierefreiheit garantiert und Diskriminierung verhindert? Welche möglichen Ansätze gewährleisten die Kontrolle der Richtigkeit der Antworten (Stichwort fantasieren und Falschaussagen)? Wie kann Rossmann (und hier der Kundenservice) in Punkto Effizienz und Effektivität ihre Prozesse im Bereich Wissensmanagement verbessern?