

Vita

Dr. Jörg Aßmann

Leiter Forschungszentrum Digitale Kommunikation, Mitglied der Geschäftsleitung
Institute of Electronic Business e.V.

Kurzprofil



Dr. Jörg Aßmann (1965) studierte BWL an der FU Berlin und promovierte an der Universität Leipzig im Bereich Marketing/Marktforschung.

Er verfügt über eine langjährige Projekt- und Beratungserfahrung, insbesondere in wissensintensiven Branchen und Unternehmensbereichen (neue Medien, Internet, Forschung).

Dr. Jörg Aßmann begleitete eine Vielzahl von technologieorientierten Unternehmensgründungen und gründete auch ein eigenes Internetunternehmen, das von der Bertelsmann AG finanziert wurde. 2005 wurde er Bundessieger in einem Start-up-Wettbewerb, der von der Sparkasse, McKinsey, ZDF und Stern durchgeführt wird.

Themenexpertise

- Leiter Competence Center eCommerce und Performance Marketing
- Marktforschung/ Marketing
- E-Commerce/ Web 2.0
- Performance Marketing
- E-Entrepreneurship

Berufserfahrung

Seit 15.08.2005

Leiter Forschungszentrum für Digitale Kommunikation & Projekte

Institute of Electronic Business e.V.

Schwerpunkte: Marktforschung, E-Commerce, online-Marketing und -Vertrieb

05/2002 – 08/2005

Berater Technologietransfer

Forschungsverbund Berlin e.V.

zuständig für Marktforschung, Marketing und Vertrieb von Forschungsergebnissen

12/1999 – 02/2002

Geschäftsführer

yuleclub GmbH (finanziert durch die Bertelsmann AG)

12/1994 – 12/1999

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Universität Leipzig, Lehrstuhl für Marketing

Lehre und Projektmanagement: Marktforschung, Marketing, Innovation, neue Medien

09/1993 – 12/1994

Regionalbetreuer

Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Brandenburg

05/1991 – 06/1993

Wissenschaftlicher Mitarbeiter im DFG-Forschungsprojekt „Neue Logistikkonzepte in der Automobilindustrie“

Freie Universität Berlin

Fähigkeiten, Methoden

Projekterfahrung

Projektleitung, Projektcontrolling/ -steuerung, Inhaltliche Qualitätssicherung

Projekttypen

Forschungsprojekte (analytisch und konzeptionell), Marketing-/Marktforschungsprojekte, Öffentlich geförderte Projekte, Beratungsprojekte

Führungserfahrungen

fachliche und disziplinäre Mitarbeiterführung

Organisation

Unternehmensgründung und -aufbau, Aufbau-/ Ablauforganisation Abteilung

Methoden

Multivariate Analyseverfahren mit SPSS, Kreativitätstechniken

Besondere Fähigkeiten

Verhandlungsführung, Lehrerfahrung

Auszug Projekte

- **Skatbank (2008): Entwicklung Online-Shop und Online-Marketing-Konzept**
- **Bluechip (2008): Entwicklung Online-Shop**
- **Berliner Sparkasse (2008): Online-Leitfaden email-Marketing**
- **easyJet (2007): Optimierung des Affiliate-Marketings**
- **Indigo Lodges (2007): Suchmaschinenoptimierung für www.indigolodges.com und alle Länderseiten**
- **Vattenfall (2007): Usability-Lab und Optimierungsempfehlungen für www.vattenfall.de**
- **Berliner Sparkasse (2007): Optimierung Website Berliner Akzente**
- **EnBW (2007): Trendmonitoring Internet, online-Marketing bei Second-Life**
- **Bayerischer Sparkassenverband (2007): Strategien und Maßnahmen zur Neukundengewinnung im Internet**
- **Deutscher Sparkassen- und Giroverband (2006-2007): Intensivierung online-Vertrieb**
- **Sparkasse Fürstenfeldbruck (2006): Beratung Suchmaschinenoptimierung**
- **Marktforschungsstudie RFID (2006): RFID-Befragung von Experten auf der Cebit für das Informationsforum RFID**
- **HSE24.de (2006): Usability-Lab Senioren-Site 55+**
- **Digital Spirit GmbH (2006): Beratung Suchmaschinenoptimierung**
- **Bundesverband des Deutschen Versandhandels (2006): Studie Best-Practices im E-Commerce**
- **MSN (2006): Relaunch MSN-Portal**
- **Verkehrsverbund Berlin Brandenburg (2006): Usability-Lab**
- **easyJet (2006): Permission-Marketing**
- **Strato (2006): Strategien und Maßnahmen zum Suchmaschinenmarketing**
- **easyJet (2006): Rollout Affiliate-Marketing**
- **easyJet (2005-2006): Performance-Marketing-Konzept**
- **BayerBusinessServices: Usability-Lab**
- **Startup 2005: Bundessieger im Businessplanwettbewerb Startup für das beste Gründungskonzept (2005)**
- **Forschungsverbund Berlin e.V.: Businessplan und Projektantrag für das Gründungsvorhaben „Nutzung von Wanzen zur minimal-invasiven Blutabnahme bei Tieren“; gefördert durch das BMBF und 2005-08-22**
- **Forschungsverbund Berlin e.V. (2003): Businessplan und Projektantrag für eine Wissens- und Technologietransferagentur im Forschungsverbund Berlin e.V.; gefördert durch das BMBF**
- **Yuleclub GmbH (2001): Marktforschungsstudie zum Schenkverhalten der Internetuser; in Zusammenarbeit mit der Forsa GmbH**
- **Universität Leipzig (1998-2002): Konzept- und Produkttests mit Hilfe der Conjoint-Analyse, Forschungs- und Dissertationsprojekt, Universität Leipzig**

Ausgewählte Veröffentlichungen

- Aßmann/ Drücke: Evaluation der Fördermaßnahme Software Engineering 2006 – 1. Auswahlrunde des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF), Berlin 2008 (erscheint demnächst)
- Aßmann: E-Commerce bei Schuhen: Der leise Klick zum Kauf. In: Hämmerling, Anette (Hrsg.): Kompendium der Schuhwirtschaft 2009, FAZ-Institut, Frankfurt a/M, S. 66-71
- Aßmann/ Schildhauer: Kundenkarten im CRM: Nutzen für Kunden und Unternehmen. In: Hämmerling, Anette (Hrsg.): Kompendium der Schuhwirtschaft 2009, FAZ-Institut, Frankfurt a/M, S. 80-85
- Aßmann/ Böpple: Communities in Spielen, in: Schildhauer, Thomas/Peppel, Claudia (Hrsg.): Jahrbuch für digitale Kommunikation, Band 03, 2008, S. 18-21
- Aßmann/ Schildhauer: Digitale Markenführung (E-Branding) und Markennamenswechsel. In: Hamer, H.H.: Brandnamechange – Strategien für den erfolgreichen Markennamenswechsel, 2008, S. 83 - 89
- Aßmann/ Waller/ Schildhauer: Interaktive Wertschöpfung im Social Web als neue Grundlage der Produktentwicklung, in: Zerfaß/ Welker/ Schmidt (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web – Weblogs, Wikis, Podcasts und Communities aus interdisziplinärer Sicht, 2008
- Aßmann/Schildhauer/Werg: Kundenkartenprogramme im Customer Relationship Management. Einsatzmöglichkeiten und Erfolgsfaktoren von Kundenkarten aus Unternehmenssicht, Berlin 2008
- Aßmann: Messung des Erfolgs von Online-Marketingkampagnen, in: eBusiness 2007/2008 – Jahrbuch der deutschen Wirtschaft, Berlin 2007
- Aßmann/Johannsen/Herz: Business-to-Government, in: T. Schildhauer, C. Peppel: Jahrbuch für digitale Kommunikation 2007
- Aßmann/ Täubrich: Publikumszeitschriften im mobilen Internet, in: Friedrichsen, M. & Brunner, M. (Hrsg.): Perspektiven für die Publikumszeitschrift. Heidelberg, New York: Physica-Verlag 2007
- Resatsch/ Aßmann/ Michelis/ Schildhauer. Start a grassroots RFID initiative! The relevance of communication and showcases on the success of RFID, WI 2007
- Aßmann/ Her/ Schildhauer: Intensivierung Online-Vertrieb. Vertriebs- und Marketinghandbuch. Hrsg. Deutscher Sparkassen- und Giroverband (DSGV), Berlin 2006
- Aßmann,/ Resatsch/ Schildhauer. Ubiquitous Computing im Wissensmanagement. Die Bedeutung allgegenwärtiger Informationsstrukturen auf das Wissensmanagement, i-com Sonderheft Knowledge Media Design, Volume: 5 Issue: 2, 2006
- Aßmann: Der Einfluss computeranimierter Produktpräsentationen auf die Validität von Konzepttests – eine informationsökonomische Analyse alternativer Präsentationsformen, Berlin 2004
- Aßmann/Elminger/Remmler/Schlesier: Verbundprojekt Innovationsleitstelle: Einrichtungsübergreifendes Marketing von Forschungsergebnissen – Projektendbericht für das BMBF, Berlin 2003
- Aßmann/ Löbler: Nutzerorientierte Immobiliengestaltung mit Hilfe virtueller Realitäten, Kongressbeitrag in „Wirtschaftsfaktor Virtual Reality – Planen, Bauen und Marketing mit VR“, 1998
- Meissner/Bochum/Kisker/Aßmann: Die Teile und die Herrschaft – Die Reorganisation der Automobilproduktion und der Zulieferbeziehungen, Berlin 1994

Ausgewählte Vorträge

- Aßmann: Vom E- zum Social-Commerce, Vortrag beim Intershop-Anwendertag (DIAG) am 14.05.2009
- Aßmann: The Future of Ecommerce. Podiumsdiskussion auf der Cebit 2008 im Bitkom EBusiness-Forum am 03.03.2009
- Aßmann: Wireless Transfer Center Berlin, Vortrag bei der Zukunftsagentur Brandenburg am 17.10.2008
- Aßmann: Wireless City Berlin – Technologieentwicklung aus Nutzersicht, Vortrag bei der m2m-Konferenz am 08.10.2008
- Aßmann: Dem Kunden in die Karten schauen – Erfolgsfaktoren von Kundenkarten aus Unternehmenssicht; Vortrag bei der Tagung easybusiness von easycash am 10.09.08, Bergisch Gladbach 2008
- Aßmann: Strategien im E-Business; Vortrag bei den Versicherungsforen Leipzig am 23.04.08, Leipzig 2008
- Aßmann: E-Commerce in virtuellen Welten; Vortrag im Arbeitskreis E-Business der Bitkom am 15.01.08, Hamburg 2008
- Aßmann: E-Commerce in virtuellen Welten; Vortrag am Customer Day der Gasag am 04.12.07, Berlin 2007
- Aßmann: E-Commerce in virtuellen Welten; Vortrag am Customer Day der Vattenfall AG, Berlin 2007
- Aßmann,: E-Commerce in virtuellen Welten; Vortrag bei den Versicherungsforen Leipzig am 24.10.07, Leipzig 2007
- Aßmann: Trends im Electronic Business; Vortrag „Fit im Online-Marketing“ für die Sparkassen-Finanzportal GmbH Juni 2007 in Berlin
- Aßmann: Performance-Marketing im B2B-Handel, Vortrag managementforum Oktober 2006