

imari betreibt Kooperative Forschung auf den Gebieten IT-gestütztes Marketing (Online-Marketing, CRM) und Risikomanagement (IT-Sicherheit, Datenschutz, unternehmerisches Risikomanagement) sowie im Umfeld dieser Themenbereiche.

Die Ergebnisse der Forschungsvorhaben und -projekte sind unmittelbar anwendbar und von praktischer Relevanz; sie stehen im Mittelpunkt der Tätigkeit des Zentrums. Grundlagenforschung hat lediglich ergänzenden Charakter.

imari Zentrum für innovative Marketingsysteme und Risikomanagement der DHBW Heidenheim  
 Prof. Dipl.-Phys. Till Hänisch  
 Prof. Dr. Hans Jürgen Ott  
 Marienstraße 20  
 89518 Heidenheim  
 Tel. +49 (0) 7321 2722-281, -292  
 Fax. +49 (0) 7321 2722-289  
 eMail: info@imari.dhbw-heidenheim.de



**Forschung**  
**Beratung**  
**Studien**  
**Qualifizierung**

<http://imari.dhbw-heidenheim.de>

Zentrum für  
 innovative Marketingsysteme  
 und Risikomanagement

Wir bieten:

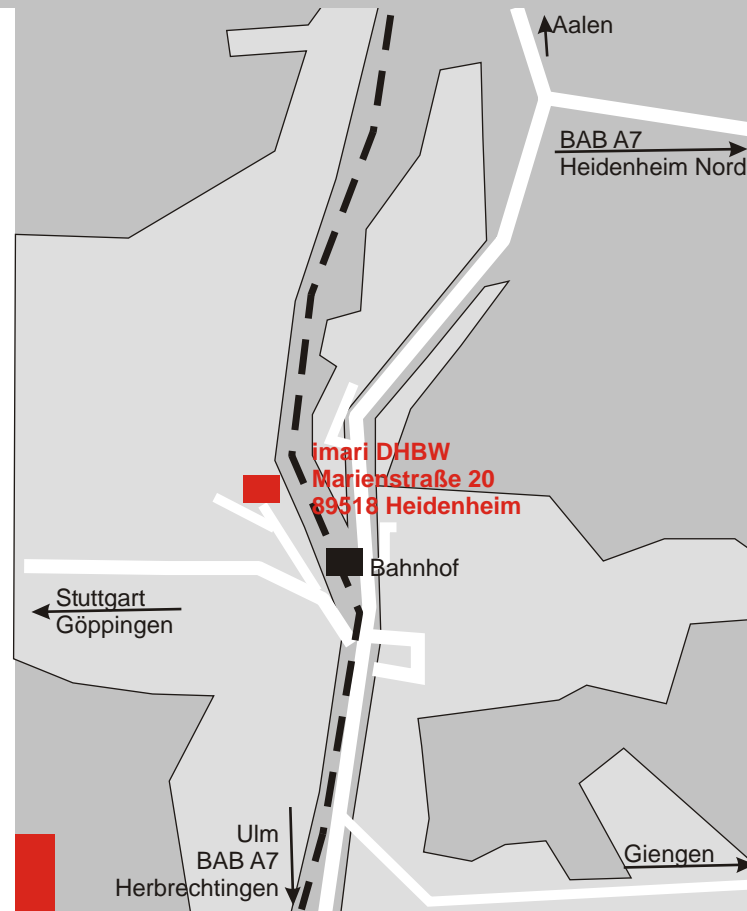
- Erstellung von wissenschaftlichen Studien und Gutachten.
- Beratung, Coaching und Begleitung von Unternehmen aller Art zur Umsetzung moderner Techniken und Verfahrensweisen in die betriebliche Praxis.
- Erstellung und Evaluierung von prototypischen Marketing- und Risikomanagement-Dienstleistungen.
- Entwicklung und Durchführung von Beratungs-, Informations- und Qualifizierungskonzepten für KMU.
- Fachschwerpunkte: Versicherungs- und Finanzvertrieb, Marktstrategien, Bildung, Marktforschung, Internet/E-Commerce, Hard- und Software, Kommunikationstechniken, Diversity Management..

*"Das von imari entwickelte Visualisierungswerkzeug erlaubt die frühzeitige Erkennung von Risiken im Personalbereich und führt so zu einer nachhaltigen Verbesserung der strategischen Personalbedarfsplanung."*

*Dr. Markus Keddi, Vice President HR, Voith Paper Fabrics GmbH & Co. KG*



*"imari betreibt für den Landkreis Neu-Ulm das Kompetenzzentrum CEBIS - mit Sachverstand, Sorgfalt und guten Ideen."*  
*Monika Stadler, Wirtschafts-beauftragte Landkreis Neu-Ulm*



Ein Forschungszentrum der





imari ist ein Forschungszentrum der Dualen Hochschule Heidenheim. Forschungsthemen und Projekte aus CRM, Marketing, IT-Sicherheit, Datenschutz und Risikomanagement werden zusammen mit Unternehmen kooperativ, praxisnah und anwendungsorientiert bearbeitet.

Marketingsysteme sind IT-Systeme, die Prozesse in den Bereichen Marketing, CRM, Kundenbindung, Kundenkommunikation und modernem Vertrieb unterstützen, verbessern bzw. erst ermöglichen. Innovative Systeme nutzen dazu neue Technologien und Anwendungen.

Risikomanagement bei imari bezieht sich zum einen auf die Vermeidung von Risiken vor allem im IT-Bereich und zum anderen auf den Schutz vor den finanziellen Folgen durch Versicherungskonzepte. Und dies vor allem bei kleineren Unternehmen (KMU).

kompetent  
praxisnah  
unabhängig

Innovative  
Marketingsysteme  
für KMU

Risikomanagement  
technisch und sozial

- Die Forschungsvorhaben und Projekte werden von Professoren der DHBW geleitet und betreut, die jeweils auf ihrem Gebiet ausgewiesene Experten sind.
- Der ständige Kontakt mit Unternehmen und Studierenden garantiert den Praxisbezug der Maßnahmen, die Anwendbarkeit der Ergebnisse und die Relevanz der Forschungsthemen - vor allem bei KMU.
- Die Maßnahmen und Projekte werden neutral und unabhängig bearbeitet; wir sind finanziell nur unseren Auftraggebern verpflichtet.
- Die Hochschule garantiert für die Qualität und Seriosität der Ergebnisse von Projekten, Studien und Maßnahmen.
- Die Hochschule garantiert auch die Kontinuität der Arbeit und die Dauerhaftigkeit des Forschungszentrums.
- imari arbeitet bei der Durchführung der Projekte und Maßnahmen mit fachlich ausgewiesenen Unternehmen zusammen.

Neuer Projektschwerpunkt:  
Diversity Management  
Projekt: Frauen im Vertrieb



Solche Systeme stellen insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen aus Gewerbe, Handwerk und Dienstleistungen eine große Herausforderung dar. Andererseits werden damit auch Kleinbetrieben gleiche Chancen eröffnet wie großen Unternehmen. Die Forschungspriorität von imari liegt daher in der Entwicklung, Einführung und im Einsatz innovativer Marketingsysteme in kleinen und mittelständischen Unternehmen. Beispiele für solche Projekte sind:

- Im Rahmen der Leitung des Centrums Electronic Business des Landkreises Neu-Ulm (CEBIS) entwickeln wir innovative Informations- und Beratungskonzepte für KMU im Bereich Internet und Neue Medien.
- Wir entwickeln ein Anforderungskonzept für vertriebsunterstützende IT-Systeme im Versicherungs- und Finanzbereich (Amun-Re).
- Wir entwickeln ein Modell zur Abschätzung regionaler Absatzpotenziale für Versicherungsmakler und Agenturen.



Im Rahmen von IT-Sicherheits-Zertifizierungen erhält der Umgang mit Risiken immer stärkere Beachtung. Anfangs galt dies hauptsächlich für technische Risiken wie Hacker-Angriffe, Phishing-Kampagnen und Computerviren sowie deren Abwehr durch technische Maßnahmen wie Firewalls und Virens Scanner. Heute rücken nicht-technische Aspekte immer stärker in den Vordergrund.

Dies zeigt sich im Bereich der klassischen IT-Sicherheit an der zunehmenden Bedeutung von Social-Engineering-Angriffen auf der einen und Awareness-Kampagnen auf der anderen Seite. Vor allem aber dürfen IT-Risiken nicht für sich alleine betrachtet werden, sondern müssen im Rahmen des unternehmensweiten Risikomanagements eingebunden sein und so Teil der Unternehmensstrategie werden.

Wenn sich Maßnahmen zum Risiko-Management an den Vorstellungen der IT-Verantwortlichen und nicht direkt an den Unternehmenszielen orientieren, sind diese nur schwer zu rechtfertigen. Andererseits muss sich das Risikomanagement an der vorhandenen und geplanten IT-Infrastruktur orientieren. Umgekehrt muss sich diese so weiterentwickeln, dass Risiken effizient und effektiv abgefangen werden können.

