



## Personendetailseite (LSF Cache)

### Prof. Dr. rer. oec. Andrea Müller

Raum: 2.19  
Klosterstraße 9  
77723 Gengenbach

 07803 9698-4482

 andrea.mueller@hs-  
offenburg.de

 nach Vereinbarung

#### Funktion

- Fakultät Betriebswirtschaft und Wirtschaftsingenieurwesen (B+W), Professor/in
- Gleichstellung, Stellvertretende/r Ansprechpartner/in für Fragen im Zusammenhang mit sexueller Belästigung
- Institut für Angewandte Forschung, Mitglieder IAF
- Institute for Trade and Innovation (IfTI), Mitglied
- Masterstudiengang Dialogmarketing und E-Commerce (M.Sc.), Studiendekan/in

#### Lehrveranstaltungen (aktuelles und vorhergehendes Semester)

- Dialogmarketing Grundlagen, B+W1146
- Dialogmarketing Workshop, B+W1147
- Direct Marketing Workshop bilingual, B+W0028w
- Direktmarketing, B+W0166
- E-Commerce, B+W0164
- E-Commerce Workshop Bilingual, B+W0009w

- E-Commerce-Konzeption und Testing, B+W1138
- Entrepreneurship, B+W0042w
- Market Research, B+W714
- Marketingforschung, B+W0231
- Projektmanagement, B+W0609

## **Aufgaben**

Direktmarketing, Electronic Commerce, Marketingforschung, Projektmanagement, E-Business-Workshop

## **Sprechzeiten**

nach Vereinbarung

## **Stellenbeschreibung**

Stiftungs-Professur für Direktmarketing und E-Commerce der Firma Printus

Studiendekanin des Masterstudiengangs Dialogmarketing und E-Commerce

Gleichstellungsbeauftragte der Fakultät B+W

## **Lebenslauf**

### **Akademischer Werdegang**

1990 bis 1995 Studium Wirtschaftsingenieurwesen Schwerpunkt Werbetechnik/-wirtschaft Hochschule der Medien in Stuttgart

2006 bis 2009 Promotion Steinbeis-Hochschule Berlin

2010 bis 2012 Lehrauftrag Hochschule Albstadt-

Sigmaringen

2011 bis 2012  
Gastprofessur HTWG  
Konstanz

seit 2012 Professur für  
Direktmarketing und E-  
Commerce an der  
Hochschule Offenburg

### **Berufstätigkeit**

1995 bis 1999  
Wissenschaftliche  
Mitarbeiterin Universität  
Stuttgart

1999 bis 2003  
Wissenschaftliche  
Mitarbeiterin Fraunhofer  
IAO in Stuttgart

2003 bis 2004  
Selbständige  
Unternehmensberatung

2004 bis 2010  
Projektleitung e-pro  
solutions GmbH in  
Stuttgart

2010 bis 2011  
Projektleitung infoman AG  
in Stuttgart

### **Awards, Preise, Auszeichnungen**

DigiGlobe Award 1999 in  
der Kategorie „Wirtschaft  
und Politik“ für das  
Forschungsprojekt VR-  
Shop verliehen von der  
Deutschen Telekom und  
Focus  
Nachrichtenmagazin.

Menschen in der  
Forschung, in:  
Jahresbericht 2000 der

Fraunhofer Gesellschaft.

Erfolg mit Projektarbeit:  
Karriere mit Fraunhofer,  
in: Fraunhofer  
Gesellschaft.

Outstanding Paper Award  
Applied Human Factors  
and Ergonomics  
Conference AHFE  
International 2017 in Los  
Angeles

## **Forschungsschwerpunkte**

### **Forschungsprojekte**

ZIM-Projekt  
EmotionSensor3D (2014  
bis 2016 gefördert vom  
BMW in Zusammenarbeit  
mit der Firma realtime  
visions, Koblenz)

ZIM-Projekt ProfessionalUX  
(2017 bis 2019 gefördert  
vom BMW in  
Zusammenarbeit mit der  
Firma Dr. Hornecker  
Softwareentwicklung,  
Freiburg)

### **Kooperationen mit der Praxis**

Referenzprojekte:

- Zentrag: User Experience  
Testing
- SevenIT: User Experience  
Testing
- Burda Direct: Evaluation  
MillionenChance

## **Publikationen**

### **Bücher und Buchbeiträge**

### **Monografien**

Erfolgsfaktoren in  
Crossmedia-Publishing –  
Erfolgsfaktorenbasierte

<https://www.hs-offenburg.de/nc/personendetailseite-lsf-cache/lsf/824/11/>  
25 Mai 2019 15:01:39

Konzeptualisierung und Operationalisierung eines strategischen Ansatzes zum Management von Leistungsportfolios im Bereich Crossmedia-Publishing, Berlin 2009 (zugl. Dissertation Berlin 2009).

### **Mitautorenschaften**

Media vision trend – Akzeptanz, Stand der Technik und Perspektiven ausgewählter multimedialer Anwendungen – Dokumentation der Ergebnisse 1996 (gemeinsam mit Sören Ott et al.), Stuttgart 1996.

Media vision trend – Detailstudie Banken, Sparkassen und Versicherungen. Dokumentation der Ergebnisse 1997 (gemeinsam mit Bernhard Kellner, Daniel Palm, Sören Ott und Sven Krüger), Stuttgart 1997.

Elektronische Kataloge und andere multimediale Anwendungen: Teil 1: Marktübersicht 1995. Teil 2: Marktübersicht 1996 (gemeinsam mit Arno Hitzges et al.), Stuttgart 1997.

Media vision trend – Akzeptanz, Stand der Technik und Perspektiven ausgewählter multimedialer Anwendungen. Dokumentation der Ergebnisse 1997

(gemeinsam mit H. Javadi  
und M. Hastenteufel),  
Stuttgart 1997.

Media vision special –  
Electronic Commerce.  
(gemeinsam mit S. Köhler  
und B. Vielhauer),  
Stuttgart 1998.

Media vision trend –  
Akzeptanz, Stand der  
Technik und Perspektiven  
ausgewählter,  
multimedialer  
Anwendungen.  
Dokumentation der  
Ergebnisse 1999  
(gemeinsam mit S. Ott, D.  
Wäscher et al.), Stuttgart  
1999.

Media vision special –  
Virtual Communities.  
Multimediale 3D  
Mehrbenutzer  
Kommunikationsplattformen.  
(gemeinsam mit M.  
Rohrbach et al.), Stuttgart  
2000.

Cross Media Publishing  
Marktstudie 2006 –  
Aktueller Umsetzungsgrad  
in deutschen  
Unternehmen (gemeinsam  
mit M. Mucha), Stuttgart  
2006.

Cross Media Publishing  
Marktstudie 2007 –  
Kommunikationsinstrumente  
und Prozesse. Eine Studie  
im Rahmen des  
Forschungsprojektes M3V  
(gemeinsam mit M.  
Mucha), Stuttgart 2007.

Cross Media Publishing  
Marktstudie 2008 – Fokus  
Vertrieb –

Kommunikationsziele und  
Anwendungsszenarien.  
Eine Studie im Rahmen  
des Forschungsprojektes  
M3V (gemeinsam mit M.  
Mucha), Stuttgart 2008.

Cross Media Publishing  
Marktstudie 2009 –  
Datenmanagement. Eine  
Studie im Rahmen des  
Forschungsprojektes M3V  
(gemeinsam mit M.  
Mucha), Stuttgart 2009.

Customer Experience  
Tracking – Online-Kunden  
conversion-wirksame  
Erlebnisse bieten durch  
gezieltes  
Emotionsmanagement  
(gemeinsam mit O. Gast).  
In: Keuper, F. et al. (Hrsg.):  
Daten-Management und  
Daten-Services – Next  
Level, Berlin 2014.

E-Joy – Markenerlebnisse  
messbar machen  
(gemeinsam mit M.  
Stopfkuchen). In: Keuper,  
F./Schomann, M. (Hrsg.)  
Entrepreneurship heute –  
Unternehmerisches  
Denken angesichts der  
Herausforderungen einer  
vernetzten Wirtschaft,  
Berlin 2015.

Defining Recrutainment: A  
Model and a Survey on the  
Gamification of Recruiting  
and Human Resources  
(gemeinsam mit O. Korn,  
F. Brenner, J. Börsig, F.  
Lalli, M. Mattmüller). In:  
Ahram, T./Karwowski, W.  
(Hrsg.) Applied Human  
Factors and Ergonomics  
2017, Proceedings of the  
conference 8th

<https://www.hs-offenburg.de/nc/personendetailseite-lsf-cache/lsf/824/11/>  
25 Mai 2019 15:01:39

international conference  
of Applied Human Factors  
and Ergonomics, AHFE  
2017, Los Angeles 2017.

Entscheidungsfindung:  
Die Rolle der  
Kundenemotionalen – Was  
Mimik über Emotion und  
Entscheidung verrät  
(gemeinsam mit O. Gast).  
In: Keuper, F./Schomann,  
M./Sikora, L. I. (Hrsg.)  
Homo Connectus –  
Einblicke in die Post-Solo-  
Ära des Kunden,  
Wiesbaden 2018.

Wenn der Kunde auf  
Reisen geht: Die  
kanalübergreifende  
Customer Journey  
inszenieren (gemeinsam  
mit O. Gast, C. Miclau). In:  
Keuper, F./Schomann,  
M./Sikora, L. I./Wassef, R.  
(Hrsg.) Disruption und  
Transformation  
Management, Wiesbaden  
2018.

E-Commerce – Potenziale  
zur Optimierung des  
virtuellen  
Einkaufserlebnisses  
(gemeinsam mit O. Gast,  
C. Miclau). In: Zerres, C.  
(Hrsg.) Handbuch  
Marketing-Methodik,  
Wiesbaden 2018.

## **Herausgeber**

## **Mitherausgeberschaften**

Media vision special –  
Fashion Online  
(gemeinsam mit Sören Ott,  
TNS EMNID), Stuttgart  
2001.



## Sonstige

### Mitgliedschaften

Marketing Club Ortenau,  
Offenburg

### Links

- Projektseite  
Masterstudiegang DEC