



Prof. Dr. Erko Martins

Fachhochschule des Mittelstands (FHM),
Standorte Schwerin und Rostock

- Abitur, Bankkaufmann, Diplom-Kaufmann (Studienschwerpunkte: Wirtschafts- und Sozialpsychologie, Marketing, Controlling)
- 2005 - 2016: wissenschaftlicher Mitarbeiter und Projektmitarbeiter am Lehrstuhl für ABWL: Wirtschafts- und Organisationspsychologie der Universität Rostock (Prof. Dr. Friedemann W. Nerdinger)
- 2010: Promotion zum Dr. rer. pol. zu einem organisationspsychologischen Thema
- seit 2010: freiberufliche Beratung von Unternehmen zu den Schwerpunktthemen Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie
- seit 2016: Hochschuldozent und Professor für Wirtschafts- und Sozialpsychologie an der Fachhochschule des Mittelstands (FHM) an den Standorten Schwerin und Rostock

Forschungsschwerpunkte:

- Person-Organisation-Beziehung, Personalbindung
- Personalmarketing, Personalrekrutierung, Personalauswahl
- Wirkungen von Mitarbeiterbeteiligung in Organisationen
- Innovatives Verhalten von Mitarbeitern
- Werbe- und Medienpsychologie



Vortrag am 14.11.2019:

Was macht virtuelle Realität mit uns? Zu Wirkungen immersiver virtueller Umgebungen auf das Erleben und Verhalten von Menschen

Immersive virtuelle Umgebungen (IVE) lassen Nutzer durch künstlich erschaffene vielfältige visuelle und auditive Reize in eine virtuelle Welt eintauchen. Sie vermitteln den Nutzern eine Illusion der Realität, die u. a. dadurch verstärkt wird, dass aktiv gesteuerte Interaktionen in dieser illusorischen Welt möglich sind bzw. möglich scheinen. Wenn Menschen in diese Welten eintauchen und darin interagieren, zeigen sich besondere und spannende Effekte auf ihr Erleben, ihre Gefühle und Gedanken und auf ihr Verhalten. Diese Wirkungen der IVEs werden im Beitrag systematisch aufgezeigt und Anwendungsmöglichkeiten – auch jenseits des bislang eher verbreiteten Einsatzes in der Unterhaltungs- und Spieleindustrie – diskutiert.



Prof. Dr. Ellena Werning

Fachhochschule des Mittelstands (FHM), Bielefeld

Frau Prof. Dr. Werning studierte BWL an der Universität Bielefeld, wo sie ebenfalls promovierte. Beruflich war sie vor allem in der Textil- und Logistikbranche, als freiberufliche Trainerin, Beraterin und Speakerin sowie als Geschäftsführerin des Instituts für Unternehmensführung an der Universität Bielefeld aktiv. Seit 2014 arbeitet sie als Professorin an der Fachhochschule des Mittelstands (FHM) Bielefeld und beschäftigt sich seitdem intensiv mit der Digitalisierung im Mittelstand. Der von ihr entwickelte Studiengang „Digital Business Management“ war einer der ersten Studiengänge dieser Ausrichtung in Deutschland. Seit Oktober 2018 verantwortet sie als Forschungsdirektorin für Digitalisierung und Sicherheit mehrere Forschungsprojekte an der Fachhochschule des Mittelstands. Gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium in NRW hat sie den „Digitalisierungsindex für KMU in NRW“ entwickelt, der seitdem im zweijährigen Turnus regelmäßig erhoben wird. Darüber hinaus entwickelte sie im Auftrag des Ministeriums des Innern in NRW das „Lagebild Wirtschaftsschutz NRW“. Die Auseinandersetzung mit den Chancen und Risiken der Digitalisierung in Zusammenhang mit der starken Ausrichtung der FHM im Rahmen der Nachhaltigkeit führten sie zum Thema Corporate Digital Responsibility, zu welchem sie bereits mehrere Artikel verfasst hat, die in Kürze veröffentlicht werden. Sie berichtete deshalb im Mai 2019 in einer Sitzung des parlamentarischen Beirats für nachhaltige Entwicklung zu dem Thema.



Vortrag am 14.11.2019:

Künstliche Intelligenz in der mittelständischen Wertschöpfung. Ersatz oder Ergänzung der menschlichen Arbeit?

Künstliche Intelligenz ist derzeit eines der bedeutendsten Themen in Bezug auf die Digitalisierung. Mittelständische Unternehmen sind beim Einsatz künstlicher Intelligenz jedoch noch relativ wenig fortgeschritten. Dabei bieten sich durch die Nutzung künstlicher Intelligenz Automatisierungs- und Optimierungspotenziale entlang der gesamten Wertschöpfungskette in Unternehmen. Neben Automatisierungs- oder gar Autonomisierungspotenzialen im Einkauf, in der Produktion oder Logistik und im Marketing/Vertrieb bietet KI auch bei strategischen Entscheidungen oder beim Einsatz von Personal Unterstützungspotenziale. Auch neue Geschäftsideen oder Produkte lassen sich mit Hilfe von KI entwickeln. Inwiefern der Mensch durch KI lediglich unterstützt oder gar ersetzt wird ist je nach Einsatzgebiet und Fortschritt der Technologie sehr unterschiedlich. Der Vortrag zeigt die unterschiedlichen Einsatzfelder von KI entlang der Wertschöpfungskette auf und spiegelt anhand von Studien den derzeitigen Status Quo von KI in Unternehmen wider.