

## NEWS

---



### Trotz Brexit den Markt erobern

Master-Studenten der Hochschule Aalen entwickeln Markteintrittsstrategie

**21.02.2019** | Dass der Brexit die britische Wirtschaft stark beeinflussen wird, steht fest. Das hat eine Projektgruppe der Hochschule Aalen jedoch nicht abgeschreckt. Die sechs Master-Studenten aus den Fakultäten „Wirtschaftswissenschaften“ und „Maschinenbau und Werkstofftechnik“ entwickelten gemeinsam im Kurs „Führungskompetenz/Strategisches Management“ bei Prof. Dr. Veit Etzold eine Markteintrittsstrategie für die Software eines Aalener IT-Unternehmens für Großbritannien. „Der Brexit spielt für unsere Strategie eigentlich keine Rolle“, ist sich die Gruppe sicher und ergänzt: „Der Markteintritt lohnt sich mit oder ohne Brexit.“

„Wilhelm der Eroberer kam nach England und brachte Neuerungen ins Land“, rekapi-  
tulierte Martin Groganz zu Beginn der Präsentation ihrer Strategie. Luis Rauscher er-  
gänzt: „Er brachte die gepanzerte Reiterei mit, baute den Tower of London und führte  
eine Landvermessung durch.“ Dass dieser Teil englischer Geschichte viel mit den Mas-  
ter-Studiengängen „Industrial Management“ und „Technologiemanagement“ der Hoch-  
schule Aalen zu tun hat, stellten die sechs Studenten dar: Sie erarbeiteten eine Markt-  
einführungsstrategie für die Zoll-Software des Aalener Unternehmens BEX Compon-  
ents AG und wählten als Story zum Markteintritt die Parallele zu Wilhelm.

„Für BEX ist es wichtig, in den Markt hineinzuwachsen“, weiß Martin Groganz. Die Ver-  
marktungsstrategie zur Software war schnell im historischen Vorbild gefunden: Wie  
Wilhelm der Eroberer wolle die BEX nach England gehen. Sie biete eine Software-Lö-  
sung an, die quasi als gepanzerter Ritter gegen den Feind, den „bösen“ Exportagenten,  
vorgehe. „Momentan erledigen Exportagenten die Formalitäten bei der Ausfuhr von  
englischen Gütern“, erklärt Martin Groganz und ergänzt: „Je höher der Warenwert die-  
ser Güter, desto mehr verdienen die Agenten.“ Hier greife dann künftig die Zoll-Soft-  
ware der BEX, um die es in der Strategie geht. „Die Software wäre weitaus günstiger al-  
s die Dienstleistung der Exportagenten“, resümiert Groganz. Und wie Wilhelm der Er-  
oberer würde die BEX als positive Gestalt in England wahrgenommen werden. Domini-  
k Wild, Vorstand der BEX sagt: „Das Studententeam hat uns mit einer professionellen  
Marktanalyse überrascht. Noch dazu haben sie ihre Ergebnisse in eine gute Geschich-

te gepackt, die jedem im Kopf hängen bleibt.“ Prof. Dr. Veit Etzold, selbst Bestseller-Autor und Storytelling-Experte, ist zufrieden mit seinen Studenten. „Wir haben vorher etwas Brainstorming gemacht, wie man die Strategie-Story aufsetzen könnte. Den Rest haben die Studierenden hervorragend umgesetzt“, erklärt Prof. Dr. Etzold rückblickend.

### **Die Suche nach Projektpartner und verlässlichen Daten**

Die Zusammenarbeit hatte sich während der Aalener Industrie-Messe „AIM for students“ ergeben. „Wir hatten die BEX angesprochen, ob sie Interesse hätten, unser Projektpartner zu sein. Das Thema hatten wir dann schnell gefunden“, erinnerte sich Michael Grözbach. „Für unsere Arbeit mussten wir die Anzahl der Unternehmen ermitteln, mit denen die BEX kooperieren könnte und eine Vergleichsrechnung zwischen Software und Exportagenten erstellen“, fasst Dennis Weik zusammen. „Es war besonders schwierig, die Datenlage zu ermitteln“, erinnert sich Jochen Huber. „Verlässliche Zahlen zu finden war schwer. Es gab nicht für alles statistische Erfassungen“, fügt Alexander Graf hinzu. Doch die BEX unterstützte die Studenten. So konnten diese ihre Projektarbeit erfolgreich abschließen.

Bildnachweis: © Hochschule Aalen/ Bianca Kühnle