



In der Marketingvorlesung Gründerluft schnuppern

Studierende der Hochschule Aalen erarbeiten Marketingkonzept für Q.big 3D

20.07.2021 | Seit einigen Jahren zählt die Hochschule Aalen zu den Top-Gründerhochschulen in Baden-Württemberg. Im Innovationszentrum INNO-Z der Hochschule Aalen werden zukunftssträchtige Produkte und Dienstleistungen von der anfänglichen Idee bis hin zur Marktreife von ambitionierten Gründer:innen entwickelt. Eines der erfolgreichen Start-ups aus dem INNO-Z ist die Q.big 3D GmbH. Sie hat sich auf großformatigen 3D-Druck spezialisiert. Mithilfe eines patentierten Druckverfahrens ist es möglich, Objekte mit großen Volumina in kürzester Zeit zu drucken. Diese Neuentwicklung finden nicht nur Unternehmen z. B. aus der Automobilbranche interessant, sondern auch die Studierenden des Studienangebots User Experience und Technical Content Creation der Hochschule Aalen.

Über ein ganzes Semester haben 25 Studierende aus dem vierten Semester mit Q.big 3D zusammengearbeitet. Im Rahmen der Vorlesung „Grundlagen Marketing“ erstellten sie eine Buying Center Analyse für potentielle Kunden von Q.big 3D. „Einer unserer wichtigsten Ansprechpartner beim Kunden sind die Entwicklungsingenieure“, erklärt Katja Schlichting, Gründerin und Geschäftsführerin von Q.big 3D im Auftaktmeeting zum ersten Projektarbeitsteil. „Wir sind im B2B-Bereich tätig. Dort hat mehr als eine Person ein Mitspracherecht bei Kaufentscheidungen. Deshalb wünschen wir uns von euch eine Aufstellung aller Personen, die für den Kaufprozess relevant sind.“

In Kleingruppen von maximal sechs Personen recherchierten und erarbeiteten die Studierenden die Funktionen, Motive, den Informationsbedarf und die Pain Points der unterschiedlichen Rollen eines sogenannten Buying Centers. Ihre Ergebnisse fassten die Gruppen in einer übersichtlichen und anschaulichen Infografik zusammen. Im zweiten Teil der Projektarbeit konzipierten die Studierenden einen Marketingplan für Q.big 3D. Als Grundlage für die Zielgruppe verwendeten sie ihre Ergebnisse aus der Buying Center Analyse. Den potentiellen Kunden von Q.big 3D kann nun einiges geboten werden: Von einem Druckerwettrennen auf Onlinemessen über ein Inhouse-Networking-Event bis hin zu einem individualisierten Punktesammelsystem für besonders treue Kunden, überlegten sich die Gruppen attraktive Marketingmaßnahmen. Dabei



achteten sie auf den vorgegebenen Budget- und Zeitrahmen und präsentierten detaillierte Kostenaufstellungen und Zeitpläne.

Der Mix aus Theorievorlesung und Praxisprojekt in Kooperation mit dem INNO-Z fand bereits zum zweiten Mal positiven Anklang. Dazu das Resümee von User Experience Student Jon Lühmann: „Es war ein sehr spannendes Projekt, da man durch die Zusammenarbeit mit Q.big 3D den in den Vorlesungen erlernten Stoff direkt in die Praxis umsetzen konnte. Ich empfinde dieses Vorlesungsmodell als sehr gelungen, gerade weil Theorie mit Praxis so eng miteinander verbunden werden.“ Auch nächstes Semester wird das Erfolgsmodell fortgeführt. Diesmal mit einem neuen Start-up aus dem INNO-Z.