



Neues aus dem Studiengang W

W(e) come together – W(e) stay together

Juli 2022

Liebe Alumni/Ehemalige,

mit dieser Ausgabe möchte ich Sie u.a. auf unser bereits etabliertes Alumni-Treffen am 9.11.22 aufmerksam machen. Beim Treffen wird das derzeitige aktuelle Thema „Innovation und Energietransformation“ aufgegriffen.

Um eine bestmögliche und effektivere Grundlage zur Kommunikation bzw. Zusammenarbeit zu erreichen, haben wir begonnen die Alumni-Datenbank zu aktualisieren.

Besten Dank für Ihre zahlreichen Rückmeldungen!

Weiterhin habe ich Ihnen wieder Zahlen/Fakten, einen Kurzbericht aus der Forschung, Alumni-Aktivitäten und Sonstiges zusammengestellt.

Ich freue mich über Rückmeldungen jeglicher Art. Zusendung unter w-alumni@hs-aalen.de oder über das Kontaktformular auf der [W-Alumni-Homepage](#).

Viel Spaß beim Lesen.

Zahlen / Fakten:

Studierende:	292, davon 25 Erstsemester.
Absolventen:	41 seit November 2021
Professoren:	8
Mitarbeiter:	5

(ohne Projektmitarbeiter)

Derzeit sind 3 Professorenstellen und eine Mitarbeiterstelle nicht besetzt.

Personal



Andrej Kolobnev
Abschluss 2021

Wissenschaftliche Hilfskraft

Herr Kolobnev studiert aktuell im Master „Industrial Management (IDM)“ an der Hochschule und übrigens, ist er auch W-Alumni. Seit diesem Semester arbeitet er als wissenschaftliche Hilfskraft im Studiengang. Unter anderen Tätigkeiten, ist er für die Aktualisierung der Alumni Datenbank zuständig.



Prof. Dr. Ingmar Geiger

Neue Forschungsarbeit von Prof. Ingmar Geiger und W-Alumnus David Naacke im Journal of Business & Industrial Marketing erschienen.

Was im Frühjahr 2020 in erster Fassung als Bachelorarbeit von W-Alumnus David Naacke auf dem Schreibtisch von Ingmar Geiger, Professor für Marketing und Statistik im Studienbereich W, lag, wurde dieser Tage nach vielen Ergänzungen und Überarbeitungen in einer führenden internationalen Fachzeitschrift für Business-to-Business Marketing veröffentlicht: eine Meta-Analyse zum Thema Geschäftsbeziehungswert aus Kundenperspektive mit dem Titel

“What’s it really worth?” A meta-analysis of customer-perceived relationship value in B2B markets

In einer Meta-Analyse werden bereits veröffentlichte, quantitative Primärstudien zusammenfassend statistisch untersucht, um so einen möglichst soliden aktuellen Stand des Wissens zu erlangen. Auch ist eine solche Analyse in der Lage, Rahmenbedingungen zu untersuchen, die zwischen den Primärstudien variieren, um so ein differenzierteres Bild der betrachteten Thematik zu erlangen.

Dass der vom Kunden wahrgenommene Geschäftsbeziehungswert für die Stabilität und Profitabilität einer Geschäftsbeziehung aus Anbietersicht von großer Bedeutung ist, war eine kaum zu übersehende Erkenntnis, die sich in praktisch allen Primärstudien widerspiegelte. Hingegen konnte die nun neu vorliegende zusammenfassende Studie zeigen, dass Kunden durchaus bereit sind, eigene Mühen einzugehen, um einen hohen Geschäftsbeziehungswert zu erzeugen. Ein Anbieter sollte sich demnach vor allem darauf konzentrieren, die wahrgenommene Qualität seiner Leistungen sowie die Beziehungsvorteile für den Kunden zu optimieren. Dem Kunden hingegen Mühe abzunehmen, spiegelt sich nicht in einem höheren Geschäftsbeziehungswert für den Kunden wider.

Weiterhin zeigt die Studie, dass die Schönheit im Auge des Betrachters liegt: So waren die positiven Wirkungen eines hohen Geschäftsbeziehungswerts für den Kunden dann weniger stark, wenn ein Einkäufer anstelle eines anderen Mitglieds des Kundenunternehmens über seine Einschätzung befragt wurde. Schließlich fanden die Autoren heraus, dass der vom Kunden wahrgenommene Geschäftsbeziehungswert von besonderer Bedeutung ist, wenn ein Unternehmen in erster Linie Dienstleistungen vermarktet.

Beide Autoren aus dem Studienbereich W zeigten sich sehr glücklich über die Veröffentlichung. In insgesamt vier Review-Runden kritisierten und kommentierten anonyme fachkundige Gutachter, denen die Autoren wiederum nicht bekannt waren, die Forschungsarbeit, so dass das finale Manuskript mit der ursprünglichen Bachelorarbeit nur noch wenig gemein hatte. Auch für den Studienbereich W ist die Veröffentlichung ein schöner Erfolg, zeigt er doch, dass mit einem Studium des Wirtschaftsingenieurwesens an der Hochschule Aalen auch eine vertiefte wissenschaftliche Ausbildung und Tätigkeit möglich ist.

Alumni-Aktivitäten



Ludwig Haas
Abschluss 2017

Alumni on Online-Campus

Wie jedes Semester konnten wir auch in diesem Semester einen Alumnus für die fakultätsübergreifende Veranstaltung „Alumni on Online-Campus“ gewinnen. Ludwig Haas referierte über seinen Werdegang, seine aktuelle Tätigkeit bei INNEO Solution und gab Tipps für Studierende.

2017 wurde ihm der Titel „Bachelor of Engineering“ verliehen. Sein Praxissemester absolvierte er bei der Firma PTC in Boston, USA – laut Ludwig Haas war die Spracherfahrung für seinen weiteren beruflichen Lebensweg sehr wichtig. 2019 erwarb er den Titel „Master of Engineering“, Industrial Management an der Hochschule.

Seine berufliche Laufbahn begann er bei der Firma INNEO Solutions GmbH, einem Anbieter von Softwarelösungen in Ellwangen. INNEO Solutions wurde 1984 gegründet und hat heute mehr als 300 Mitarbeiter mit einem Umsatz von 80 Mio €. Mit einem „Bagger“ als Protagonist, führte Ludwig Haas durch das Portfolio der Firma und zeigte, wie Software ein zentraler Baustein ist, um die Produktentwicklung erfolgreich durchzuführen. Die dabei entstehenden 3D Modelle sind ein exaktes Abbild, des späteren realen Produktes – quasi ein digitaler Zwilling. 3D Modelle geben Aufschluss über Form, Funktion und Eigenschaften von Bauteilen, und sind zugleich die Basis für weitere Softwareanwendungen wie z.B. Simulation, Digitale Produktbilder, IoT und zahlreiche Prozesse im Unternehmen. Die Digitalisierung der einstigen technischen Zeichnungen auf Papier ist sehr weit fortgeschritten, dennoch gibt es noch Verbesserungspotenziale in den Prozessen vieler Unternehmen.

Als Assistent der Geschäftsleitung hat Ludwig Haas einen abwechslungsreichen Alltag, seine Tätigkeiten beinhalten Marketing mit Website, Blog, Webinare sowie Messeauftritte, Vertriebsaufgaben wie Angebotserstellung und Verhandlungen sowie technischen Aufgaben wie z. B. Produktpräsentationen, Support, Consulting uvm. Allesamt Tätigkeiten, bei denen er auf sein Studium des Wirtschaftsingenieurwesens zurückgreifen kann.



Video von Alumni für Bewerber und Studierende

In der Vorlesung „Qualitätsmanagement und nachhaltige Entwicklung“ bei Prof. Dr. Holzbaur wurden von Studierenden Videos mit dem Titel „W-Alumni im Interview“ erstellt.

Herzlichen Dank an alle Mitwirkenden.

Das Projekt wird im nächsten Semester weitergeführt. Die ersten Videos werden demnächst auf unserer Homepage und auf Instagram veröffentlicht.



Alumni-Treffen 2022

Alumni-Treffen am 9.11.2022 um 18:00 Uhr

Safe the Date

Thema: Innovation und Energietransformation

Als Referent zum Thema konnte ich Herrn Jörg Singer gewinnen.

Die Veranstaltung wird an der Hochschule und Online stattfinden.

Waldcampus

Am 12.05.2022 war Richtfest des Fakultätsgebäudes Wirtschaftswissenschaften. Der Umzug in das neue Gebäude ist für Frühling 2023 geplant.



Abbildungen 1: Aufnahmen - privat



Abbildungen 2: Aufnahme - Hochschule Kommunikation

Themen und Termine

Neue E-Mail-Adresse: W-Alumni@hs-aalen.de

Links zu weiteren aktuellen Themen und Terminen von der Hochschule finden Sie unter folgendem Link, www.hs-aalen.de.

W(e) come together – W(e) stay together

Ich wünsche Euch und Euren Familien erholsame Urlaubstage.

Mit besten Grüßen aus der Hochschule
Monika Bühr

Zur Kündigung des Newsletters können Sie folgenden Link verwenden:
<https://www.hs-aalen.de/de/pages/w-alumni-kontakt-halten>.