

Prof. Dr. habil. Alexander Pohl

Partner der HW Partners AG, Bonn

Professor an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg



BERUFLICHE TÄTIGKEIT

- 2013 - heute Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbes. marktorientierte Unternehmensführung und Innovationsmarketing an der *Hochschule Bonn-Rhein-Sieg*
- Studiengangsleiter M.Sc. Marketing
 - Studiengangsleiter B.Sc. Wirtschaftspsychologie
- 2006 - heute Partner der *HW Partners AG*, Bonn
- Verantwortlich für Mergers & Acquisitions
 - Gründung und Aufbau der *Scopevisio AG*

AUSBILDUNG UND AKADEMISCHER WERDEGANG

- 2007 - heute Adjunct Professor (apl. Prof.) an der *European Business School*
- 2007 - heute Honorarprofessor an der *Universität Trier*
- 2004 Habilitation in Betriebswirtschaftslehre an der *Universität Trier*, Erhalt der VENIA LEGENDI für Betriebswirtschaftslehre
- 1999 Executive Education (Essentials of Management Program) an *The Wharton School*, University of Pennsylvania (USA)
- 1991 - 1996 Promotion (Dr. rer. pol., summa cum laude) und wissenschaftlicher Mitarbeiter am *Marketinglehrstuhl*, *Universität Trier*
- 1986 - 1991 Studium Betriebswirtschaftslehre an der *Universität Trier*
- Schwerpunkte Marketing und Statistik
 - ERASMUS Auslandsstudium an der *Dublin City University*
 - Abschluss: Diplom-Kaufmann (Prädikatsexamen, ø 1,9)

BERUFSERFAHRUNG IN DER UNTERNEHMENSPRAXIS

- 2004 - 2006 Directeur Général Délégué der *Agfa HealthCare Enterprise Solutions S.A.*, Paris; zuvor Leiter Strategische Entwicklung der *GWI AG*
- 2003 - 2004 Forschungs Kooperation mit der *TUI Deutschland GmbH* im Rahmen einer empirischen Studie während der Habilitation
- 1996 - 2003 Partner der Unternehmensberatung *Simon, Kucher & Partner*, Bonn und Managing Director der französischen Landesgesellschaft (Paris Office)

FORSCHUNGSGEBIETE

- Innovations- und Technologiemarketing
- Pricing für digitale Produkte
- Preistheorie und Preismanagement, Behavioral Pricing
- Open Innovation und Cloud Computing
- Kundenbindung- und -zufriedenheitsmanagement
- Einsatz quantitativer Methoden in der Marketingforschung

AKTUELLE PUBLIKATIONEN (insgesamt > 80 Publikationen)

- Pohl, A./Musial, J. (2025): Dynamic Pricing und Choice Overload im Onlinehandel, in: Hoog, P./Berentzen, J. (Hrsg.): Modernes Handelsmanagement, Springer Gabler.
- Weiber, R./Pohl, A.: Innovation und Marketing, 2. Aufl., Stuttgart 2024. In Vorbereitung, Publikation im Kohlhammer-Verlag Edition Marketing.
- Pohl, A./Mohr, L./Musial, J.: Einfache vs. komplexe Preismodelle bei grenzkostenarmen digitalen Produkten, in: Kleinaltenkamp, M./Gabriel, L./Morgen, J./Nguyen, M. (Hrsg.): Marketing und Innovation in disruptiven Zeiten, Verlag Springer Gabler, Wiesbaden 2023, S. 303-328.
- Pohl, A./Engel, B.: Open Innovation: Systematische Darstellung des State-of-the-Art auf Basis einer Zitationsanalyse, in: CENTIM Working Papers, Band 2, Rheinbach 2021, S. 1-35.
- Pohl, A./Engel, B.: Open Innovation, in: Kollmann, T. (Hrsg.): Handbuch Digitale Wirtschaft, erscheint 2017.
- Weiber, R./Pohl, A.: Innovation und Marketing, Stuttgart 2017.
- Weiber, R./Pohl, A.: Grundlagen des Marketings, in: Schweitzer, M./Baumeister, A. (Hrsg.): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 11. Aufl., Berlin 2015, S. 615-663.
- Jacob, F./Kleipaß, U./Pohl, A.: Nature and role of customer satisfaction in the business of solutions, in: European Management Journal, Vol. 32 (2014), pp. 487-498.

LEHRERFAHRUNG UND VORTRAGSTÄTIGKEIT

Inhaltsschwerpunkte:

- Marketing
- Pricing in the Digital Age
- Innovationsmanagement, neue Technologien, neue Geschäftsmodelle
- Digitale Wirtschaft
- Markt-, Werbe-, Konsumpsychologie
- TOPSIM Unternehmenssimulation

Lehrtätigkeit auf Bachelor, Master und MBA Level

Laufende Vortragstätigkeit auf Konferenzen, Tagungen und Praxisveranstaltungen