

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*
- Studiengangleiter M.Sc. Marketing
 - Gründungsdirektor des CENTIM
 - Studiengangleiter B.Sc. Wirtschaftspsychologie
- 2006 - heute Partner der *HW Partners AG*, Bonn
- Strategische Unternehmensentwicklung der HW Partners AG
 - Gründung und Aufbau der Scopevisio AG (bis 2013)

BERUFSERFAHRUNG IN DER UNTERNEHMENSPRAXIS

- 2004 - 2006 Directeur Général Délégué der *Agfa HealthCare Enterprise Solutions S.A.*, Paris/Bordeaux; zuvor Leiter Strategische Entwicklung der *GWI AG*
- 2003 - 2004 Forschungsk Kooperation mit der *TUI Deutschland GmbH* im Rahmen einer empirischen Erhebung während der Habilitation
- 1996 - 2003 Partner der Unternehmensberatung *Simon, Kucher & Partner*, Bonn/Paris

AUSBILDUNG UND AKADEMISCHER WERDEGANG

- 2007 - heute Adjunct Professor 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 Promotionsstudium (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)

FORSCHUNGSGEBIETE

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

PUBLIKATIONEN (insgesamt > 80 Publikationen):

- 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.
- Pohl, A./Weiber, R.: Neue Technologien, neue Marketingregeln, in: wisu, 43. Jg. (2014), S. 754-760.

LEHRERFAHRUNG UND VORTRAGSTÄTIGKEIT

Inhaltsschwerpunkte:

- Marketing und Vertrieb
- Pricing
- 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

Alexander Pohl, Oktober 2017