



KUNDENBEZIEHUNGEN – AUCH FÜR INGENIEURE EINE CHANCE

**Professor Dr.-Ing. Henning Hinderer lehrt
„Business Administration and Technical Sales“
im Bereich Wirtschaftsingenieurwesen**

>> Kundenorientierung ist für erfolgreiche Unternehmen nicht nur ein Schlagwort, sondern ein wesentlicher Faktor für die Ausrichtung der Managements. Nicht zuletzt aufgrund der zunehmenden

Konkurrenz auf den Weltmärkten auch in hochtechnisierten Bereichen spielen verlässliche und langfristig tragende Kundenbeziehungen eine entscheidende Rolle für den unternehmerischen Erfolg. Dies gilt nicht nur für die Beziehungen und Prozesse mit Endkunden, sondern in verstärktem Maße auch für den zwischenbetrieblichen Bereich, wenn in sogenannten Business-to-Business-Prozessen Geschäft generiert wird.

Insbesondere wenn es sich um erklärungsbedürftige Produkte oder Dienstleistungen handelt, entsteht hier eine herausfordernde Aufgabe auch für Ingenieure. Den Kunden nicht nur von der technischen Leistungsfähigkeit einer vorgeschlagenen Lösung zu überzeugen, sondern auch das notwendige Vertrauen in eine verlässliche Zusammenarbeit zu vermitteln, hat große Bedeutung für den Erfolg eines Unternehmens am Markt.

Genau dieses Spannungsfeld zwischen betriebswirtschaftlichen bzw. Marketing-bezogenen Anforderungen und der Erarbeitung technisch-konstruktiver Konkurrenzvorteile eingebettet in die Zusammenhänge und Abhängigkeiten internationaler Wertschöpfungsnetzwerke hat mich persönlich in meinem bisherigen Werdegang besonders gereizt. Wenn dazu dann noch der Bedarf an einer Prozessunterstützung durch geeignete informationstechnische Systeme hinzukommt, wird offensichtlich, dass es hier auch in Zukunft noch großes Potenzial für Wissenschaft, Forschung, Lehre und natürlich auch für die Unternehmen selbst geben wird. Zudem werden sich dadurch große Chancen am Arbeitsmarkt für diejenigen ergeben, die es verstehen, die „Schnittstelle“ zwischen Betriebswirtschaft und Technik optimal auszugestalten.

In meiner bisherigen Laufbahn spielten das Interesse an betrieblichen Abläufen im Zusammenspiel zwischen technischem Vertrieb und Einkauf im internationalen Kontext, aber auch an der Technik bzw. den jeweiligen Produkten die wesentliche Rolle. So konnte ich bereits während meines Maschinenbaustudiums mit Schwerpunkt Technologiemanagement durch längere Aufenthalte in den USA und in Spanien und durch die Mitarbeit an Forschungsprojekten der Europäischen Union erste praktische Erfahrungen in diesem Bereich sammeln. Im Anschluss daran hatte ich die Gelegenheit, am Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation dieses Themengebiet als Leiter des Competence Center „Business Integration“ zu vertiefen. Ein wesentliches wissenschaftliches Resultat der Arbeit dort war meine Dissertation zum Thema zwischenbetriebliche Zusammenarbeit im Vertrieb technischer Produkte.

Ein weiterer, für mich – von Haus aus ja Techniker – prägender Abschnitt war die Möglichkeit, die Presse- und Öffent-

lichkeitsarbeit des Instituts leiten zu dürfen. Hier hatte ich die Chance, die Kommunikationspolitik und die dafür geeigneten Instrumente mitzugestalten.

Genau diese Mischung aus fundierter prozessbezogener Arbeit verbunden mit der Verantwortung für Marketingaspekte und den konkreten Projektvertrieb veranlassten mich dann, eine neue Herausforderung bei Mieschke Hofmann und Partner, einem Tochterunternehmen der Porsche AG, anzunehmen. In der Verantwortung für den Fachbereich Beschaffung und Logistik hatte ich dort die Möglichkeit, meine Kenntnisse hinsichtlich zwischenbetrieblicher Prozesse auf international ausgerichteten Einkauf, Lieferantenentwicklung sowie logistische Anforderungen weiter auszubauen.

Mit Kunden, die über Hersteller von Automobilen bzw. Nutzfahrzeugen über globale Zulieferkonzerne bis zu mittelständischen Betrieben reichten, waren die Tätigkeiten sehr abwechslungsreich und anspruchsvoll.

Mit diesem beruflichen und fachlichen Hintergrund freue ich mich nun auf meine neue Aufgabe an der Hochschule Pforzheim. Ich hoffe insbesondere, dass es gelingt, Interesse und vielleicht sogar Begeisterung an den vielfältigen Inhalten, die sich durch Aufbau und Bearbeitung kundenorientierter wie auch zwischenbetrieblicher Beziehungen und Prozesse ergeben, wecken und weiterzugeben können.

Für die wissenschaftliche Arbeit und auch für mögliche Projekte an der Hochschule habe ich mir vorgenommen, einen interdisziplinären Schwerpunkt zu untersuchen. Ich halte es für eine Schlüsselfrage, wie die erfolgreiche Umsetzung von Konzepten zur nachhaltigen Gestaltung von Mobilität durch Erkenntnisse aus dem Umfeld des industrieorientierten Marketing verbunden mit den Erfahrungswerten der global agierenden Automobilindustrie wirtschaftlich sinnvoll unterstützt werden können. Um einen Beitrag zur Beantwortung dieser Frage leisten zu können, erscheinen mir die Ausrichtung, das vorhandene Know-how in den unterschiedlichen Disziplinen sowie das wirtschaftliche Umfeld der Hochschule Pforzheim geradezu prädestiniert und erfolgversprechend.

Außerhalb der beruflichen Aufgaben steht meine Familie für mich im Mittelpunkt. Zeit mit meinen drei Kindern zu verbringen ist eine tolle, wenn auch manchmal durchaus fordernde Beschäftigung, die viel Freude macht. Zudem helfen Kinder, den Blick für das wirklich Wesentliche nicht komplett aus den Augen zu verlieren. Wenn dann noch Zeit bleibt, reise ich gerne, treibe Sport, insbesondere Fußball und Skifahren, oder mache Musik.

Meine ersten Eindrücke an der Hochschule sind positiv. Vom den Kollegen bin ich sehr freundlich und mit großer Offenheit und Bereitschaft zur Unterstützung aufgenommen worden. Die ambitionierten Ziele der Hochschule halte ich für sehr reizvoll und zukunftsweisend. In meinen ersten Vorlesungen haben sowohl das Interesse als auch die Beteiligung an den aufkommenden Diskussionen meine Erwartungen übertroffen. Dafür möchte ich mich schon jetzt ganz herzlich bedanken und freue mich auf die kommende abwechslungsreiche und herausfordernde Zeit ■