

## Forschungsprofil

Name	Wolfgang Rams
Akademische Ausbildung	<p>1997 – 2001 Mercator School of Management, Universität Duisburg-Essen, Promotion in Betriebswirtschaftslehre (Dr. rer.oec.) Thema: Kundenbindung im Deutschen Mobilfunkmarkt</p> <p>1994 – 1997 FernUniversität Hagen, Diplom-Wirtschaftsingenieur. Themenschwerpunkte: Marketing, Organisation &amp; Planung, Operations Research</p> <p>1989 – 1994 Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule (RWTH) Aachen, Diplom-Ingenieur Elektrotechnik Themenschwerpunkte: Hochfrequenztechnik, Mobilfunk</p>
An der Hochschule seit	<p>Seit 2012 als Lehrbeauftragter</p> <p>Seit 2014 als Angestellter</p>
Fachbereich	BWL
Schwerpunkte der Lehre	Innovationen und Entrepreneurship
Fachliche Interessensgebiete	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Systemtheoretische Ansätze zur Steigerung der Innovationskraft von Wirtschaftssystemen mit dem Fokus auf junge Unternehmen/Startups.</li> <li>• Bedeutung von Startups für eine moderne Volkswirtschaft</li> <li>• Ansätze zur Steigerung der Erfolgswahrscheinlichkeit von Gründungen</li> <li>• Vom Jäger und Sammler zum Gärtner - Wie Investoren erfolgreicher in Startups investieren und profitieren können</li> </ul>
Praxiserfahrungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seit Mai 2017: AR-Vorsitzender, AfricaGreenTec</li> <li>• Seit Juli 2006: Geschäftsführender Gesellschafter, Con-Smart GmbH – Management &amp; Strategie Beratung, Düsseldorf</li> <li>• Feb. 2004 – Feb. 2006: Direktor für Strategie und Geschäftsentwicklung, Polska Telefonia Cyfrowa Sp. Z o.o., Warschau, Polen</li> <li>• Juli 2002 - Jan 2004: Senior Investment Manager, T-Venture Holding GmbH, Bonn</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mai 1998 - Dez. 1999: Projekt Manager Kundenbindung, T-Mobile Deutschland GmbH, Bonn</li> <li>• Nov. 1996 - Apr. 1998: Manager Unternehmensentwicklung und Strategie, T-Mobile Deutschland GmbH, Bonn</li> <li>• Sep. 1994 - Okt. 1996: GSM Testingenieur, T-Mobile Deutschland GmbH, Bonn</li> </ul>
Publikationen	<p>Rams, W. / Winters, B. (2016): Warum das Silicon Valley kein geeignetes Vorbild ist. Frankfurt am Main. Perspectives Magazin, 11/16: 78-81.</p> <p>Rams, W. (2001): Kundenbindung im deutschen Mobilfunkmarkt – Determinanten und Erfolgsfaktoren in einem dynamischen Marktumfeld. Wiesbaden: DUV.</p> <p>Gerpott, T. J. / Rams, W. / Schindler, A. (2001): Customer retention, loyalty, and satisfaction in the German mobile cellular telecommunications market. In: Telecommunications Policy, 25: 249-269.</p> <p>Gerpott, T. J. / Rams, W. (2000): Kundenbindung, -loyalität und -zufriedenheit im deutschen Mobilfunkmarkt: Ergebnisse einer empirischen Studie. In: Die Betriebswirtschaft, 60: 738-755.</p> <p>Gerpott, T. J. / Rams, W. (2001): Bindung, Loyalität und Zufriedenheit von Geschäftskunden im deutschen Mobilfunkmarkt. In: Telekom Praxis, 78(2): 11-22.</p> <p>Gerpott, T. J. / Rams, W. (1999): Kundenbindung, -loyalität und -zufriedenheit im deutschen Mobilfunkmarkt: Ergebnisse einer empirischen Kausalanalyse, ZfTM-Work in Progress Papier Nr. 7, Duisburg: ZfTM.</p>

Vorträge	<p>„Innovation als Werttreiber am Beispiel eines mittelständischen Unternehmens“; Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt</p> <p>„Internationales Kundenbeziehungsmanagement im deutschen Anlagen- und Maschinenbau: Ziele – Strategien – Instrumente – Beispiele“; Fachhochschule Düsseldorf</p>
Expertentätigkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensgründungen</li> <li>• Corporate Strategy</li> <li>• Telekommunikationsmanagement</li> </ul>
Patente	<p>“Verfahren zur Integration von Schnurlos-Telefonnetzen in zellulare Mobiletelefonnetze”, Deutsche Patentnr.: 196 17 441</p> <p>“Zielobjekt für Helium-Ballons”, Patentnr.: PCT/DE2003/ 004142</p>
Mitgliedschaften (Gremien, Verbände, Arbeitskreise, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZfTM: Zentrum für Telekommunikations- und Medienwirtschaft</li> <li>• BAAR: Business Agentur Ruhr e.V.</li> </ul>
Interdisziplinäre Aktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telekommunikation</li> <li>• Entrepreneurship</li> <li>• Gründerfinanzierung</li> </ul>
Wie werden (eigene) Forschungsergebnisse in die Lehre eingebracht?	<p>Vorlesungen Übungen</p>