



## **Studienpreis Wirtschaftschemie**

### **Carsten Gelhard ausgezeichnet**

**Die Vereinigung für Chemie und Wirtschaft (VCW), eine Sektion in der Gesellschaft Deutscher Chemiker (GDCh), vergibt seit 2008 jährlich einen Preis für exzellente Studienleistungen im Fach Wirtschaftschemie. In diesem Jahr wurde mit dem VCW-Studienpreis Wirtschaftschemie Carsten Gelhard ausgezeichnet, der im August 2012 sein Masterstudium Wirtschaftschemie an der Westfälischen Wilhelms-Universität mit Auszeichnung abgeschlossen hatte. Professor Dr. Jens Leker, Geschäftsführender Direktor am Institut für betriebswirtschaftliches Management im Fachbereich Chemie und Pharmazie der Universität Münster, schlug Gelhard darauf hin für den VCW-Studienpreis vor. Gelhard nahm den mit 1.000 Euro dotierten Preis am 7. November 2013 in Frankfurt zu Beginn der eintägigen VCW-Konferenz „Social Media in der chemischen Industrie“ vom VCW-Vorsitzenden, Professor Dr. Thomas Beisswenger, entgegen.**

Gelhard hat seine Masterarbeit mit dem Titel „The relationship between integration and ambidexterity: An empirical investigation of innovative organizations“ in enger Zusammenarbeit mit der School of Business Administration der University of San Diego angefertigt, wo er auch ein Auslandssemester absolvierte. Schon zuvor nutzte er vorlesungsfreie Zeiten, um internationale Praxiserfahrungen und interdisziplinäre Kenntnisse zu erwerben. Der 1987 in Fulda geborene Gelhard erhielt bereits während des Studiums eine zweijährige Förderung aus dem NRW-Stipendienprogramm.

GDCh-Öffentlichkeitsarbeit  
Postfach 90 04 40  
D-60444 Frankfurt am Main  
Tel.: 069/7917-493  
Fax: 069/7917-1493  
E-Mail: [pr@gdch.de](mailto:pr@gdch.de)

## **Ausgezeichnete Ideen im Wettbewerb „Social Media in der Chemischen Industrie“**

Vom 1. September bis 6. Oktober 2013 lief der VCW-Ideenwettbewerb „Social Media in der chemischen Industrie“. Die drei besten von einer Jury ausgewählten Ideen wurden während der VCW-Konferenz vorgestellt und prämiert. Den ersten Preis erhielt Jutta Velhagen, Diplom-Informatikerin, Strategic Account Executive – Chemical & Resources bei salesforce.com Germany GmbH, für ihre Idee „Social Customer Channels / Communities“. An der Idee, aktuelle Social-Media Netzwerke, wie Twitter und Facebook, in der täglichen Unternehmenskommunikation zu nutzen, hatte die Jury insbesondere die hohe Aktualität und Relevanz überzeugt.

Den zweiten Platz belegte Julian Valkieser, Student des Wirtschaftsingenieurwesens, Betreiber des Blogs startupscout.tv, für seinen Ansatz „Chemistry Connect – Jedes Projekt ist wertvoll“. Wegen der zielorientierten Vernetzung von Wissensträgern, spezifischen Problemen und Investoren, die eine zunehmende Herausforderung in Zeiten immer schnellerer Innovationszyklen ist, sah die Jury hier ein stetig wachsendes Potential.

Dritte im Ideenwettbewerb wurde Dr. Katrin Schuhen, Juniorprofessorin für Organische und Ökologische Chemie an der Universität Koblenz-Landau, für ihre Idee „DAS SOCIAL MEDIA LAB (eLab//CrossLinkedLab)“. Social Media einzusetzen, um junge Menschen gezielt ansprechen zu können und Lernstoff gleichzeitig wesentlich anschaulicher, beispielsweise über Videos, darstellen zu können, entspricht zu 100% dem veränderten Lernverhalten der jungen Generation, hieß es in der Begründung.

Die GDCh gehört mit rund 31.000 Mitgliedern zu den größten chemiewissenschaftlichen Gesellschaften weltweit. Sie hat 27 Fachgruppen und Sektionen, darunter die Vereinigung für Chemie und Wirtschaft, die 2002 aus der 1999 gegründeten Arbeitsgemeinschaft für Chemie und Wirtschaft hervorgegangen ist. Die VCW hat sich zum Ziel gesetzt, Naturwissenschaften, insbesondere Chemie, und Wirtschaftswissenschaften zu verbinden und ein internationales "chemiewirtschaftliches" Netzwerk aufzubauen. Der Studienpreis soll dazu beitragen, das Profil des Fachs Wirtschaftschemie innerhalb der naturwissenschaftlichen Fakultäten zu schärfen und eine höhere Außensichtbarkeit zu erreichen. Insbesondere sollen das Fach Wirtschaftschemie und die prämierten Studienabgänger im industriellen Umfeld stärker bekannt gemacht werden, um so auf die Attraktivität des Studiengangs für Studenten/innen hinzuweisen.