



Firma und Forschung auf Augenhöhe

Kommunikationsprobleme zwischen Wirtschaft und Wissenschaft

Die Mehrheit der deutschen Unternehmen sei innovationsfeindlich – heißt es zumindest in einer Studie, die ein Schweizer Verlag im Oktober des vergangenen Jahres veröffentlicht hatte. Trotz aller vollmundigen Ankündigungen zu ihrer Innovationsbereitschaft würden sich die meisten Unternehmen selbst ausbremsen. Die Behauptung der Studie: Sie nutzen eher Altbewährtes und setzen auf feste Regeln, statt Neues und Unkonventionelles zu wagen. Neue Ideen entwickeln, querdenken, auch wenn sich diese Ideen als Fehlgriff herausstellen – dafür sei in deutschen Unternehmen kein Platz. Innovationen ja, aber keine Experimente.

Auf dem Weg vom klassischen Industrie- und Handelsbetrieb zur Ideenschmiede sind viele deutsche Unternehmen sicherlich weiter, als es die sich selbst vermarktende Studie darzustellen scheint. Gleichwohl: Reibungslos funktioniert das Miteinander von Wirtschaft und Wissenschaft trotz millionenschwerer Innovations-Förderprogramme von Bund, Ländern und Europäischer Union nicht immer und vor allem nicht überall. Während in einigen Regionen besonders viele Firmen mit Wissenschaftlern an Universitäten, Fachhochschulen und Forschungsinstituten zusammenarbeiten, bleibt in anderen Gebieten die Zahl der Kooperationen trotz umfangreicher Bemühungen auf verhältnismäßig

niedrigem Niveau. Das hat seine Ursachen auch in der Kommunikation miteinander.

EINE SPRACHE SPRECHEN

Die InnovationsAllianz der NRW-Hochschulen hat in einer gemeinsamen Erklärung mit Vorständen und Geschäftsführern von Konzernen und mittelständischen Unternehmen im Sommer 2011 zu mehr Vertrauen im Miteinander aufgerufen. Unternehmen seien aufgefordert, mehr Zusammenarbeit mit der Wissenschaft zu wagen, ebenso wie sich die Hochschulen stärker für Kooperationen mit Wirtschaft und Mittelstand öffnen sollten.

Gelegentlich drohen aber Mut und Offenheit für das Miteinander an ganz simplen Verständigungsproblemen zwischen Forschung und Firma zu scheitern. Denn oft erschwert der unterschiedliche Fachjargon eine problemlose Kommunikation. Zum Beispiel „FuE“, was für Wissenschaftler klar erkennbar „Forschung und Entwicklung“ bedeutet. Geschäftsführer und Inhaber mittelständischer Unternehmen können mit solchen Abkürzungen aber nicht in jedem Falle etwas anfangen – vor allem dann nicht, wenn sie noch nie mit Hochschulen oder Forschungseinrichtungen zusammengearbeitet haben. Aber genau diese Zielgruppe der

„ Nur ein Beispiel für Kommunikationsprobleme: Unter „Transfergesellschaft“ verstehen Unternehmen und Hochschulen zwei vollkommen unterschiedliche Dinge.“

Claudius Kroker



Autor:
Claudius Kroker
ist freier Journalist,
Redenschreiber und
Dozent für Hoch-
schulen, Unterneh-
men und Verbände.
(www.claudius-
kroker.de).

in der Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen noch unerfahrenen Betriebe soll erreicht werden, um die Zahl der Kooperationen weiter zu steigern.

Ein weiteres Beispiel sind die sogenannten Transfergesellschaften. In der Wissenschaft bezeichnen sie hochschuleigene Unternehmen, die sich um den Transfer von Forschung und Entwicklung bemühen. Sie haben zur Aufgabe Ergebnisse aus der Forschung der Hochschulen zur Anwendung in der Praxis zu führen. Transfergesellschaften stellen das Forschungspotenzial ihrer Hochschule in der Öffentlichkeit dar, akquirieren Forschungsaufträge für die Hochschule (und damit die so genannten Drittmittel) und betreuen hochschuleigene Ausgründungen (Spin-offs). Sie sind also ein wichtiges Bindeglied zwischen Wissenschaft und Wirtschaft – nur leider hat der Begriff in der Sprache der Wirtschaft eine völlig andere Bedeutung. Hier sind Transfergesellschaften Firmen im Sinne einer Auffanggesellschaft, in der Arbeitskräfte für einen bestimmten Zeitraum beschäftigt bleiben, ohne eine konkrete Aufgabe in ihrem ursprünglichen Betrieb zu haben. Transfergesellschaften haben ausschließlich zum Ziel, diese betreuten Beschäftigten in neue Beschäftigungsverhältnisse zu vermitteln – also ein Transfer aus ihrer ursprünglichen Position in einen neuen Aufgabenbereich.

AUFEINANDER ZU BEWEGEN

Die Liste solcher Beispiele abweichender Kommunikation lässt sich beliebig fortsetzen. Die Tatsache, dass es trotz aller Schwierigkeiten aber eine ganze Reihe funktionierender gemeinschaftlicher Projekte von Unternehmen mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen gibt, zeigt, dass Kommunikation gelin-

gen kann. Eine wichtige Voraussetzung hierfür ist, die Positionen des Gegenübers zu verstehen.

Innovationen ja, Experimente nein – diese Gleichung aus der Schweizer Unternehmens-Studie klingt aus Sicht der Forscher naturgemäß anders: Innovation geht nur durch Experimente. Versuchsreihen mit zahlreichen Messungen, Tests und Vergleichen, mit Stoffproben und Versuchsballons, langfristigen Beobachtungen und Auswertungen machen einen Großteil wissenschaftlicher Forschungsarbeit aus. Den richtigen Weg zu finden heißt falsche Wege durch Tests auszuschließen.

Für viele Unternehmen hat hingegen das Kosten-Nutzen-Verhältnis eine herausragende Bedeutung. Weniger Experimente kosten weniger Geld. Für Hochschulen ist es dagegen wichtig, belastbare Ergebnisse zu liefern. Gründlichkeit geht dabei vor. Daher werden bei Aufgabenstellungen oft zahlreiche Tests und Vergleichsmessungen durchgeführt, und die haben eben ihren Preis.

Diese scheinbar nur schlecht zu vereinbarenden Standpunkte von Wirtschaft und Forschung verdecken aber eine wichtige Tatsache: Beide Seiten streben letzten Endes nach einem Nutzen aus der Zusammenarbeit. So kann für die Firma am Ende eine für sie und ihre Kunden brauchbare und gewinnbringende Neuo- oder Weiterentwicklung herauskommen. Eine Garantie dafür gibt es nicht, aber viele hundert Beispiele erfolgreicher Kooperationen von Firmen und Forschern allein in Nordrhein-Westfalen zeigen: sicherere Tanks, schärfere Klingen, leichtere Autos, geringerer Energieverbrauch und weniger Kosten bei gleicher Qualität – solche Erfolgsmeldungen basieren fast immer auf dem Zusammenwirken von wissenschaftlichem Know-how und betrieblicher Praxis.



100 % ELEKTRISCH. 0 % EMISSIONEN¹.

DER NEUE RENAULT KANGOO Z.E.

zzgl. Batteriemiete

ab netto EUR **20.000,-³** ab netto EUR/mtl. **72,-³**

• Null Emissionen • Laderaumvolumen bis zu 3,5 m³ • Ladelänge: 2,50 m • Nutzlast: 650 kg

Z.E.
ZERO EMISSION

DER NEUE RENAULT KANGOO Z.E. ist der erste erschwingliche und voll alltagstaugliche Elektrotransporter auf Deutschlands Straßen. Mit bis zu 3,5 m³ Laderaumvolumen und bis zu 170 Kilometern Reichweite. Erleben Sie den „International Van of the Year 2012“² und testen Sie jetzt den neuen Renault Kangoo Z.E. – am besten gleich bei einer Probefahrt!

RENAULT
RETAIL
GROUP

**NIEDERLASSUNG
RHEIN-SIEG**

Renault Retail Group Rhein-Sieg

53757 Sankt Augustin | Einsteinstraße 33

Ein Unternehmen der Renault Retail Group Deutschland GmbH

Tel.: 02241 92913-0

www.renault-rhein-sieg.de



¹Keine Emissionen im Fahrbetrieb. ²www.van-of-the-year.com ³Unser Verkaufspreis für das Fahrzeug ohne Antriebsbatterie: 20.000,- EUR netto ohne USt./23.800,- EUR brutto inkl. 19% USt. Fahrzeug wird nur verkauft bei gleichzeitigem Abschluss eines Mietvertrags für die Antriebsbatterie mit der Renault Leasing, z. B. zu einem monatlichen Mietzins von 72,- EUR netto ohne USt./85,68 EUR brutto inkl. 19% USt. bei einer Jahresfahrleistung von 10.000 km und 36 Monaten Laufzeit. Der monatliche Mietzins deckt die Bereitstellungskosten für die Batterie ab. Abbildung zeigt Sonderausstattungen.

Die Hochschulen können durch die Kooperationen ihr Wissen und ihre Erkenntnisse in unmittelbare Industrie- und Wirtschafts-Praxis umsetzen. Was wiederum für viele Betriebe eine wichtige Grundlage ist, sich im wachsenden Wettbewerb zu behaupten. Beide Kooperationspartner haben also dasselbe Ziel, nämlich durch die Zusammenarbeit etwas zu erreichen. Erfolgsrezept: sich auf diesen gemeinsamen Zielpunkt und damit aufeinander zu bewegen.

POSITIVE BEISPIELE SETZEN

Unabhängigbar für eine erfolgreiche Zusammenarbeit sind sowohl Verständnis als auch eine funktionierende Verständigung zwischen Unternehmen und Forschung. Gute Chancen dafür bietet die personelle Mischung von Wirtschaft und Wissenschaft, zum Beispiel durch Geschäftsführer oder Firmeninhaber, die ihrerseits Hochschul-Luft schnupfern – etwa als Dozenten oder Lehrbeauftragte. Das hat auch für die Hochschulen und ihre Studierenden Vorteile, denn niemand bringt mehr unternehmerische Praxis mit als die Unternehmer selbst.

Eine weitere gute Möglichkeit ist es, wenn Wissenschaftler oder Absolventen hochschuleigene Unternehmen ausgründen. Hier können sie nicht nur

Erforshtes und Entwickeltes in Industrie- und Wirtschaftspraxis umsetzen, sie müssen dabei auch unternehmerisch wirtschaften. Es wird ihnen helfen die Sichtweise vor allem von kleinen und mittelständischen Firmen nachzuvollziehen. Für Unternehmen bietet sich umgekehrt die Möglichkeit bei der Leitung ihrer Firma Wissenschaftler hinzuzuziehen, schon bevor es eine konkrete Neu-Entwicklung zu bewältigen gilt.

Betriebe, die noch keine Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Hochschulen haben, müssen sich nicht selbst im Hochschul-Dschungel auf die Suche nach dem richtigen Forschungspartner machen. Für sie bieten sich eine Reihe von Ansprechpartnern als Bindeglied zwischen Wissenschaft und Wirtschaft an: die Industrie- und Handelskammern und die Handwerkskammern als Vertretungen der Wirtschaft, die InnovationsAllianz der NRW-Hochschulen als landesweite Einrichtung, getragen von 29 Universitäten und Fachhochschulen, außerdem weitere Initiativen und Einrichtungen wie die Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungseinrichtungen, Wissenschaftsforen und viele andere. Sie vermitteln nicht nur Ansprechpartner, sondern sorgen auch für Kommunikation, wo es Verständnisschwierigkeiten gibt zwischen Firma und Forschung.

Verstärkte Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Wissenschaft Eva Eichenberg ist neue Ansprechpartnerin in der IHK

Eva Eichenberg, Diplom-Regionalwissenschaftlerin, ist seit dem 1. Januar 2012 bei der Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg (IHK) unter anderem für die Koordination des Bereichs Wirtschaft/Wissenschaft zuständig.

Die IHK Bonn/Rhein-Sieg hat mit Hochschulen und der Universität aus der Region Bonn/Rhein-Sieg



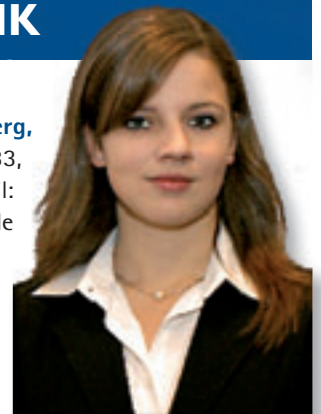
Die Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft, das Alanus Werkhaus und die IHK Bonn/Rhein-Sieg haben einen Kooperationsvertrag geschlossen, um ihre Zusammenarbeit zu intensivieren. Bei der Unterzeichnung der Verträge: Dr. Hubertus Hille, Hauptgeschäftsführer der IHK Bonn/Rhein-Sieg; Wolfgang Griebel, Präsident der IHK Bonn/Rhein-Sieg; Prof. Dr. Steffen Koolmann, Prorektor Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft; Werner Zidek, Geschäftsführer Alanus Werkhaus und Kanzler der Alanus Hochschule (v.l.)

Eva Eichenberg,

Telefon 0228 2284-133,

E-Mail:

eichenberg@bonn.ihk.de



Kooperationsverträge abgeschlossen. Ziel dieser Kooperationsverträge ist unter anderem die Förderung von Forschung, Wissenschaft und Lehre durch unternehmerisches Engagement, die Stärkung des Wissenstransfers sowie die Förderung von Aus- und Existenzgründungen aus dem wissenschaftlichen Raum.

Eva Eichenberg soll den Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft fördern und Verständigungsschwierigkeiten zwischen den beiden Akteuren ausräumen. Auch sollen die Kooperationsverträge zwischen Wissenschaftseinrichtungen und der IHK in diesem Jahr mittels verschiedener Projekte und Veranstaltungen mit mehr Leben gefüllt werden.