

Neue Herausforderungen durch die Entwicklung vom einseitigen Transfer zum Science-to-Business Marketing

Fördergeber

Bundesministerium für Bildung und Forschung

Programm: FHprofUnd

Fördervolumen: 231.555,00 €

Laufzeit: 1.3.2007 bis 30.10.2010

Förderkennzeichen: 1737X07

Projektpartner

Schmitz Cargo Bull, Altenberge

RWTH Aachen

3T GmbH, Aachen

TransferAgentur der Fachhochschule Münster GmbH, Münster

TTN TechnologieTransferNetzwerk Hessen, Wiesbaden

Westfalen AG, Münster



Projektleiter

Prof. Dr. Thomas Baaken

Projektteam

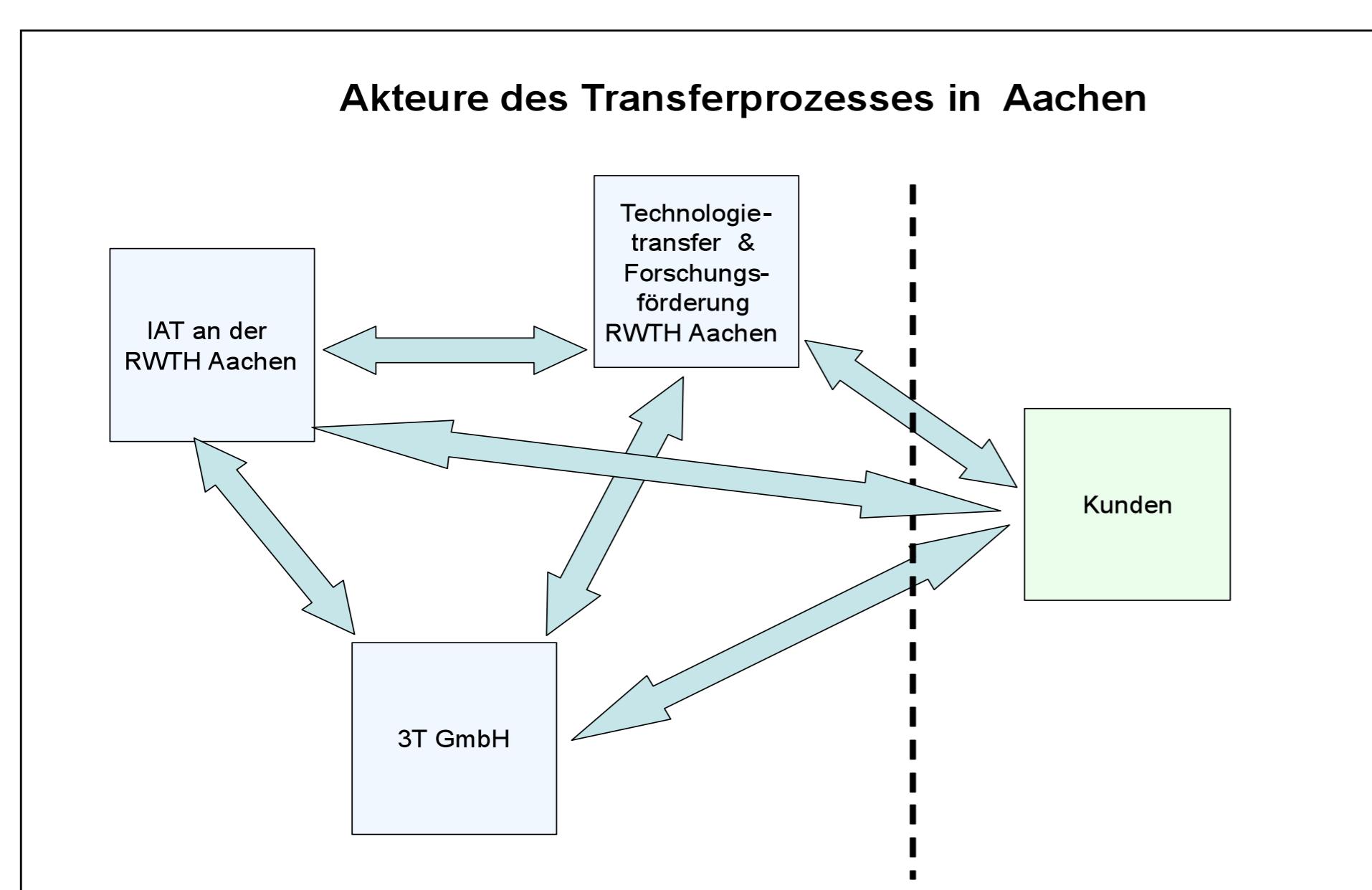
Tobias Kesting MA

Volker Hölscher

Todd Davey

Stefanie Gosejohann MA

Kerstin Linnemann



Ausgangslage

Der Hauptgrund für die unzureichende Fähigkeit, Forschungsergebnisse und technologische Kompetenz in Innovationen und Wettbewerbsvorteile umzusetzen, liegt in einem ineffektiven Wissens- und Technologietransfer. Das geplante Forschungsvorhaben „Optimierung der wissenschaftlichen Wertschöpfungskette durch einen nachfrageorientierten Wissens- und Technologietransfer“ setzt genau in diesem Punkt an, denn es zielt darauf ab, durch verschiedene Teilprojekte neue strategische Optionen des Technologie- und Wissenstransfers zu entwickeln und zu erproben.

Ziel und Auftrag

Erstmals wurden Verwertungsschritte der wissenschaftlichen Wertschöpfungskette analysiert werden und bewertet. Darauf aufbauend wird ein Modell zur Optimierung der wissenschaftlichen Wertschöpfungskette entwickelt und erprobt.

Vorgehensweise

In vier verschiedenen Teilprojekten mit unterschiedlichen Partnerkonsellationen wurden Transferprozesse erhoben, abgebildet und auf ihre Effizienzpotenziale hin untersucht. Dabei sind die Projekte unter sich heterogen in ihrer Zusammensetzung (Unternehmensgröße, Branchen, Institut, Transfermittler und Transfermanager).

Außerdem wurden Erhebungen bei Unternehmen und bei Professoren (Forschern) durchgeführt.

Ergebnis

In einer im Projekt erfolgten empirischen Untersuchung bei 2.000 Unternehmen in Deutschland, Belgien und den Niederlanden stand die Zusammenarbeit mit unternehmensexternen Forschungsanbietern im Zentrum.

48% der Befragungsteilnehmer haben und/oder hatten bereits Kontakte zu externen Forschungsanbietern im Rahmen einer Zusammenarbeit. Der erste kooperationsbezogene Kontakt zwischen Forschungskunden und externen Forschungsanbietern erfolgt überwiegend direkt. Transfermittler spielen bei der Kontaktanbahnung nur eine geringe Rolle. Vertrauen und Verlässlichkeit sind für Forschungskunden maßgeblich bei der Auswahl eines geeigneten Forscher.

Auch auf Seiten der Professoren und Forscher wurde die Akzeptanz der Transferstellen in den Hochschulen als gering eingestuft. Es konnte nachgewiesen werden, dass die Rollenträger im Transfer eher auf Wissenschaftlerseite stehen.

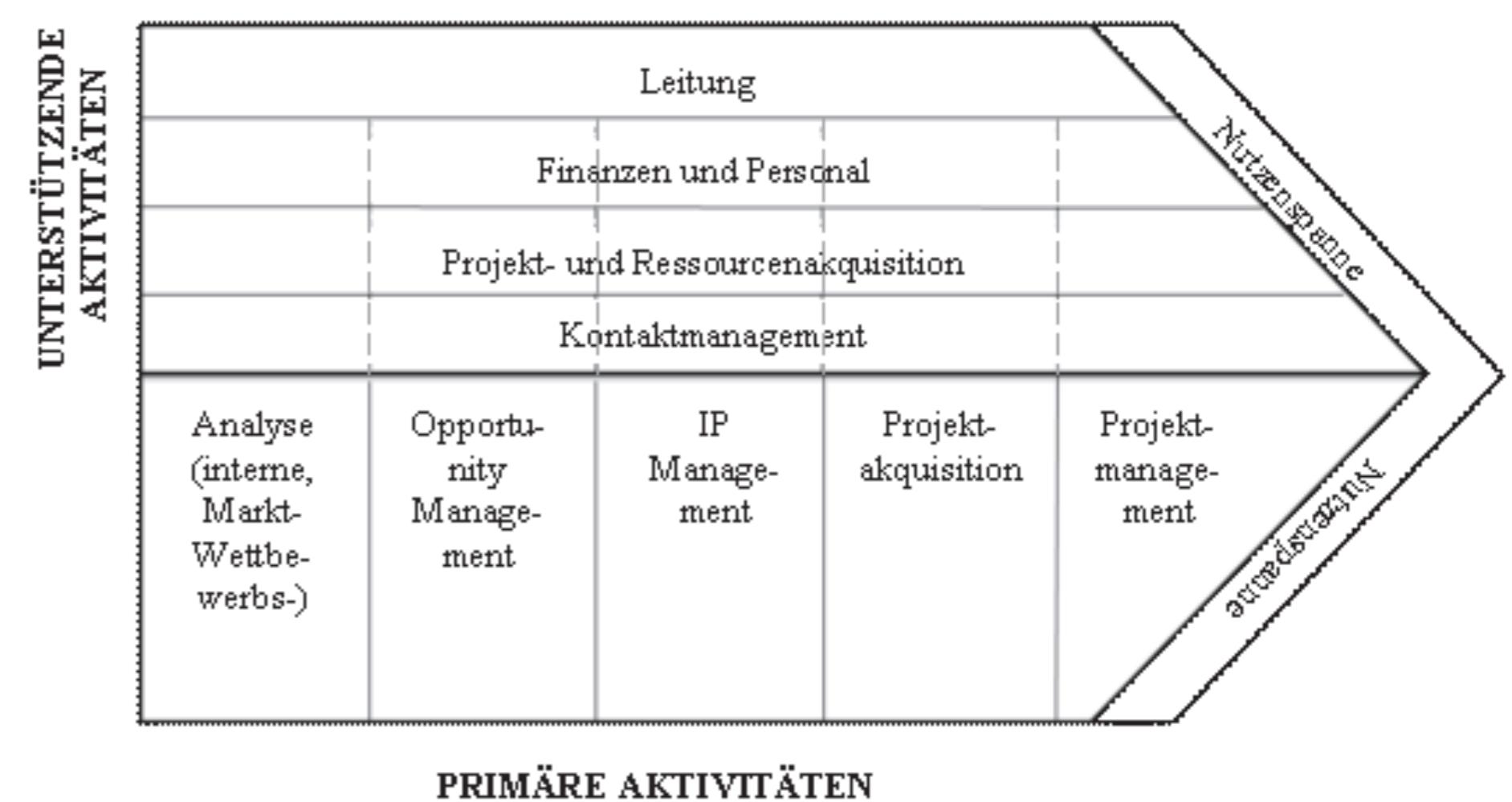


Bild: Die Wertekette des Technologietransfers

An Publikationen sind entstanden:

Baaken, Thomas (2010): Science-to-Business Marketing als Auslöser und Treiber für Innovationen, in: Baaken, Thomas; Höft, Uwe; Kesting, Tobias (Hrsg.), Marketing für Innovationen - Wie innovative Unternehmen die Bedürfnisse ihrer Kunden erfüllen, Lichtenberg (OdW.), S. 3-12. (ISBN 978-3-938363-42-3)

Baaken, Thomas (2009): Science-to-Business Marketing und Partnering als konsequente Weiterentwicklung des Technologietransfers, in: Merten, W. (Hrsg.), Wissenschaftsmarketing – Dialoge gestalten, Bonn, pp. 41-53. (ISBN 978-3-932306-97-5)

Baaken, Thomas; Kesting, Tobias (2009): Wertkettenkonzepte im Science-to-Business Marketing. in: Voss, Rödiger (Hrsg.): Hochschulmarketing. 2., völlig überarbeitete Auflage, Lohmar und Köln, S. 181-200. (ISBN 978-3-89936-792-8)

Baaken, Thomas; Schröder, Carsten (2008): The Triangle for Innovation in Technology Transfer at University of Applied Sciences, in: Laine, Kari; van der Sijde, Peter; Lähdeniemi, Matti; Tarkkanen, Jaakko (Eds.): Higher Education Institutions and Innovation in the Knowledge Society, Helsinki, pp. 103-116. (ISBN 978-952-67165-0-3)

