

Kooperation zwischen Fachhochschulen und regionalen Unternehmen

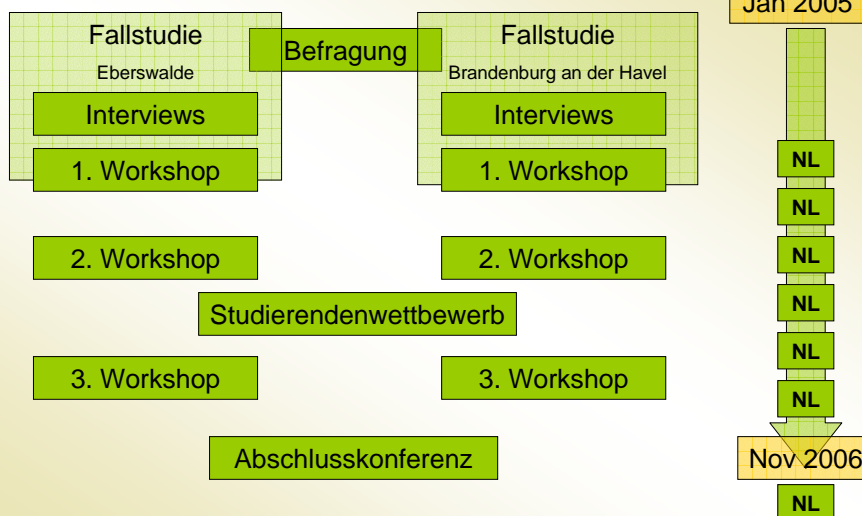
Erkenntnisse aus den Fallstudien Eberswalde und Brandenburg an der Havel

Jörn Krupa, IRS

November 2006

Projektverlauf

Ablaufplan



Diskussion der Fallstudien in Auftaktworkshops

Handlungsfelder

- Profilierung der Fachhochschulen
- Positionierung der Fachhochschulen im regionalen Netzwerk
- Anreize, Ideen- und Projektmanagement für konkrete Kooperation
- Kommunikation und Marketing

Auftaktworkshops mit Arbeitskreisen

- Auftaktworkshop in Eberswalde im September 2005
- in Brandenburg im November 2005
- Diskussion und Bestätigung der Ergebnisse der Interviews
- Diskussion der Handlungsfelder in 2 bzw. 3 Arbeitskreisen, moderiert mittels Metaplantchnik



IRS Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung

Auftaktworkshop in Eberswalde

Ergebnisse des Arbeitsgruppen

AG1: Zukunftswerkstatt & Ideen- und Projektmanagement

- weitere Profilierung in Richtung der Alleinstellungsmerkmale **und** eine stärkere Orientierung auf die regional vorhandenen Branchen
- starke Position in der Einwerbung öffentlicher Drittmittel durch engere Kontakte zur Wirtschaft ergänzen
- Kooperationsmöglichkeiten und -nutzen aufzeigen

⇒ Best-Practice-Transfer

AG 2: Handlungsbedarfe in der regionalen Kommunikation

- Kommunikation zwischen den verschiedenen "Kulturkreisen" FH, Wirtschaft und Stadt(bevölkerung) verbessern
- Unternehmen das Leistungsprofil der FH verdeutlichen, der FH die Bedarfe der Wirtschaft klarmachen
- Marketing verbessern

⇒ Marketing der FH

IRS Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung

Auftaktworkshop in Brandenburg an der Havel

Ergebnisse der Arbeitsgruppen

AG 1: Eine Fachhochschule FÜR die Region

- Unternehmen stärker in die Profilbildung der FH einbinden und FH in die Unternehmensnetzwerke involvieren
- Antennenfunktion der FH für die Region stärken, z.B. durch neue Netzwerkförderung

AG 2: Anreize und Vereinfachungen konkreter Kooperation

- Anreize setzen; Finanzierungshilfen bekannter machen,
- Transaktionskosten bei der Anbahnung und innerhalb der Kooperationen senken

⇒ **Best-Practice-Transfer**

AG 3: Handlungsbedarfe in der regionalen Kommunikation

- Angebote, z.B. Labore und Dienstleistungen, bekannter machen
- Probleme im Marketing und bei der internen Kommunikation der FH beheben, kleine umsetzbare Instrumente definieren

⇒ **Marketing der FH**

IRS Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung

2. Workshop – Best-Practice-Transfer

Eberswalde: Beispiele erfolgreicher Kooperation

Handlungsfeld: Anreize, Ideen- und Projektmanagement für konkrete Kooperation

- Ziel: Nutzen und Know-how von Kooperationen aufzeigen
- Externe Beispiele und Ansätze aus der Region
- jeweils ein Unternehmer und ein Vertreter einer FH

Brandenburg an der Havel: Netzwerke FH / Unternehmen

Handlungsfeld: Positionierung und Profilierung der FH im regionalen Netzwerk

- Ziel: Nutzen und Know-how der Organisation von Kooperation in Netzwerken aufzeigen
- Vorstellung der neuen Wirtschaftsförderpolitik und aktueller Förderungen für Netzwerke und Kooperationen
- Externe Beispiele erfolgreicher Innovationsnetzwerke

VON ANDEREN LERNEN ?!



KOOPERATION ZWISCHEN
FH UND UNTERNEHMEN

BEISPIELE AUS DER PRAXIS

WORKSHOP AN DER
FACHHOCHSCHULE
EBERSWALDE

20. FEBRUAR 2006
15:00 bis 17:45 UHR

HERAUSFORDERUNGEN UND
CHANCEN FÜR UNTERNEHMEN
UND FH BRANDENBURG
IN DER NEUEN WIRTSCHAFTS-
FÖRDERPOLITIK



WORKSHOP AN DER
FACHHOCHSCHULE
BRANDENBURG

30. MAI 2006
14.30 – 17.45 UHR

IRS Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung

Studierendenwettbewerb zum Marketing der FH

Hintergrund

Handlungsfeld: Kommunikation und Marketing

- Auslobung eines Wettbewerbs zum Marketing des Wissenstransfers ("Ideen gesucht!")
- zu Beginn des Sommersemesters 2006; Einbindung der Studierenden
- in Kooperation mit Marketingprofessoren, den Transferstellen, der Öffentlichkeitsarbeit der FH sowie IHK und WITO (als Jury)

Ergebnisse

- hoher Grad an Eigeninitiative und Engagement der Studierenden
- umsetzbare Ideen und kreative Maßnahmenvorschläge
- **Interne Struktur:** z.B. Umbenennung TIB/TIBS, Datenbanken (Job-/Diplomanden-/ Praktikantenbörse), neuer Internetauftritt,
- **Medienoffensive:** Newsletter, Transferkatalog, Campusradio / -TV,
- **Kontaktpunkte:** Informationskongress, Stammtische, Sporttunier, Vereinsgründungen,

IRS Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung

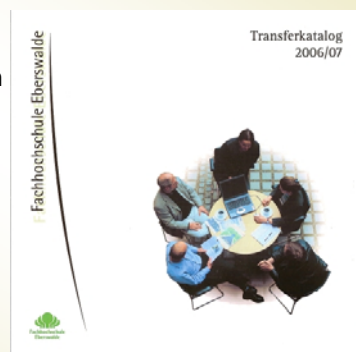
3. Workshop – Marketing des Wissenstransfers

Eberswalde

- Prämierung und Präsentation der besten Beiträge auf 3. Workshop
- Wettbewerb als Input für generellen Diskurs über Marketingdefizite und fehlende Kooperationsanreize sowie Handlungsoptionen
- im Ergebnis wurde ein Instrument des Siegerbeitrags durch die Jury zur Umsetzung vorgeschlagen

⇒ Transferkatalog

- Wegweiser für die regionale Kooperation
- Leistungsprofil und Barrierenabbau
- Forschungsschwerpunkte, Kompetenzfelder, internationale Kontakte
- Fortführung von Ansätzen der FH
- personelle und finanzielle Unterstützung
- Druck im Januar 2007
- Ansichtsexemplare und Bestellliste



IRS Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung

3. Workshop – Marketing des Wissenstransfers

Brandenburg an der Havel

- Prämierung und Vorstellung der Beiträge des Ideenwettbewerbs, ergänzt um die Ergebnisse aus Eberswalde
- sehr stringente Diskussion über die einzelnen Maßnahmen, insbesondere zur internen Kommunikation und zur Medienoffensive
- im Ergebnis wird das Marketing zu einem Thema für das Präsidium

⇒ Arbeitsgruppe Newsletter

- Newsletter mit der Zielgruppe "regionale Unternehmen" geplant
- Arbeitsgruppe aus TIBS und Pressestelle konstituiert
- Unterstützung mit Adressen / Verteiler durch IHK und Wirtschaftsförderung der Stadt Brandenburg an der Havel
- Datenbank und Erfahrungen des Coronas-Newsletters
- Designvorschläge eines Wettbewerbsbeitrags als Anregung

IRS Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung

Ergebnisse

Output

- 6 Workshops und 2 Wettbewerbe
- Flyer und Homepage
- 7 Newsletter, diverse Vorträge
- Marketingkonzepte, Transferkatalog
- Abschlusskonferenz, geplante Publikation
- Fallstudien, Arbeitspapier im Entwurf
- Ergebnisse auf internationaler Ebene



Effekte

- langfristige Effekte noch schwer absehbar
- Plattform organisiert, Kontakte und Austausch ermöglicht, allerdings keinen dauerhaften Prozess initiiert
- Informationen vermittelt, Wissensaustausch organisiert
- alle Akteursgruppen, auch Studierende sensibilisiert
- wissenschaftliche Erkenntnisse

IRS Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung

Schlaglichter aus den Fallstudien und Workshops

- Auftrag der FH zur Kooperation behindert durch die Rahmenbedingungen an den Hochschulen (Lehrdeputat, Mittelbau)
- mangelnde Kooperationsanreize; unklare Förderlandschaft
- eher kurzfristig-problemorientierte als langfristig-strategische Kooperationsinteressen der Unternehmen
- problematische Wirtschaftsstruktur, Absorptionsdefizite
- räumliche Nähe offensichtlich weniger wichtig als funktionale und persönliche Faktoren
- Einbettung von Fachhochschulen in regionale Innovationsnetzwerke
- Transferstellen engagiert und anerkannt, aber durch Arbeitsüberlastung wenig fokussiert und oftmals nicht involviert
- mangelhafte interne Kommunikation und Struktur der Fachhochschulen
- aktiveres Vermarkten des Leistungsangebots notwendig