



TRANSFERSTRATEGIE DER UNIVERSITÄT HOHENHEIM

**REFERAT WISSENSTRANSFER
DER
ABTEILUNG FORSCHUNGFÖRDERUNG**

Transferstrategie der Universität Hohenheim

Auf Vorlage des Rektorats Beschluss des Senats am 02.11.2016

Auf Vorlage des Rektorats positive Stellungnahme des Universitätsrats am 02.12.2016

Erkenntnisorientierte Forschung und eine an umfassender Bildung orientierte Lehre sind konstitutive, grundlegende Aufgaben der Universität. Zunehmend rückt jedoch ins Bewusstsein, dass der Transfer eine weitere wichtige Aufgabe der Universität ist. Mit dem vorliegenden Papier wird eine zukunftsweisende Strategie für den Auf- und Ausbau der Transferaktivitäten der Universität Hohenheim vorgelegt. Die Strategie baut auf beträchtlichen vorhandenen Stärken auf und entwickelt diese weiter. Darüber hinaus werden jedoch auch völlig neue Impulse gesetzt und innovative Wege beschritten, um den Transfer der Universität zukunftsfähig zu gestalten.

Ziel unseres Transfers ist es, als Universität Partner für Innovationen - technische, soziale, ökonomische - in Wirtschaft und Gesellschaft zu sein. Unsere Forschung eröffnet dafür die Möglichkeiten. Unsere Transferaktivitäten bereiten den Weg.

1. Das Hohenheimer Verständnis von Transfer

Der Begriff ‚Transfer‘ wird in verschiedenen Kontexten genutzt und auch im universitären Bereich nicht immer einheitlich verwendet. Daher möchten wir unseren weiteren Überlegungen im Sinne von Klarheit und Verständlichkeit zunächst eine Begriffsbestimmung voranstellen.

Unter Transfer verstehen wir grundsätzlich jede Art der Verwendung, Anwendung, Nutzung, Verwertung oder Übertragung des in Hohenheim generierten Wissens in Wirtschaft und Gesellschaft einschließlich Politik und Verwaltung. Dem Auftrag, mit unserem Wissen in Gesellschaft und Wirtschaft positive Wirkungen zu erzielen, kommen wir auf unterschiedliche Weise nach. Daher sind die folgenden Aspekte Bestandteile unserer Transferstrategie:

- **Kommunikation:** Die Kommunikation unserer Ideen und Ergebnisse an die breite Öffentlichkeit, gesellschaftliche Interessensgruppen, Wirtschaft und Politik ist zentraler Bestandteil eines funktionierenden Transfers. Die wissenschaftliche Publikation ist für den fachlichen Diskurs unentbehrlich, wird jedoch meist nur von einem Expertenkreis wahrgenommen. Daher ist vor allem die zielgruppenspezifische Aufbereitung und Bereitstellung unseres Wissens wirksam, etwa im Rahmen von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, in Veranstaltungen sowie Dialog- und Austauschformaten. Durch unseren kommunikativen Wissenstransfer tragen wir zur Transparenz unserer Arbeit bei.
- **Beratung:** Durch die Beratung gesellschaftlicher und politischer Akteure und durch Mitwirkung in Gremien und Ausschüssen auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene bringen unsere Wissenschaftler/-innen ihr Wissen für das Gemeinwohl ein. Sie stellen sich damit auch dem Diskurs und gewinnen Einblick in die Bedürfnisse von Wirtschaft und Gesellschaft.

- **Anwendung:** Zentrales Ziel des universitären Transfers ist die Anwendung unserer Erkenntnisse zum Nutzen von Gesellschaft und Wirtschaft. Hierzu gehören der Schutz und die Verwertung unseres Geistigen Eigentums durch die Anmeldung eigener Schutzrechte sowie die Förderung von Unternehmensgründungen durch unsere Studierenden, Absolvent/-innen und wissenschaftlichen Mitarbeiter/-innen. Auch im Rahmen von Kooperationen und gemeinsamen Projekten mit Unternehmen und anderen Akteuren aus Wirtschaft und Gesellschaft findet in direkter Interaktion ein umfassender Transfer von Wissen, Know-How und Technologie statt. Von zentraler Bedeutung ist die Qualifikation von Studierenden und wissenschaftlichen Mitarbeiter/-innen und ihre Entsendung in den Arbeitsmarkt – ihre Kenntnisse und Ideen sind das Rückgrat unserer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Innovationsfähigkeit.

2. Rahmenbedingungen und Herausforderungen

Veränderte Rahmenbedingungen und (hochschul-)politische Entwicklungen ermöglichen es, dem Transfer eine neue Bedeutung beizumessen und assoziierte Strukturen neu auszurichten.

Politik, Wirtschaft und Gesellschaft fordern, dass deutsche Universitäten ihre **Rolle im Innovationssystem** aktiver als bisher wahrnehmen und darstellen.

Die wirksame Verwertung von Forschungsergebnissen mit dem Schwerpunkt der Generierung marktfähiger Innovationen wird auch von **Drittmittelgebern** zunehmend vorausgesetzt. Besonders deutlich wird dies u.a. an der starken Innovationsorientierung des laufenden EU-Rahmenprogramms, in dem beträchtliche Anteile öffentlicher Fördermittel direkt an Unternehmen oder industriegeführte Konsortien vergeben werden. Universitäten können von diesen Mitteln nur durch aktive Beteiligung an den entsprechenden Industrienetzwerken und -konsortien profitieren. Dies setzt nicht nur verstärkte Netzwerkaktivitäten, sondern in Teilen auch eine Anpassung der Forschungsausrichtung voraus.

Durch die erhöhte Dynamik im universitären Transfer verändert sich die **Interaktion mit der Wirtschaft** jedoch nicht nur im Drittmittelbereich, sondern auf allen Ebenen. Universitäten warten nicht mehr darauf, dass Forschungsbedarf aus Unternehmen an sie herangetragen wird. Sie initiieren einen intensiven Dialog mit Unternehmen, Verbänden und anderen Anwendungspartnern und entwickeln sich zunehmend zur treibenden, koordinierenden Kraft im Wissensdreieck aus Bildung, Forschung und Innovation.

Die Erfahrungen der letzten Jahrzehnte zeigen zudem, dass viele technologische Innovationen in kleinen, jungen Unternehmen entstehen, und dass Großunternehmen mit den immer schnelleren Innovationszyklen nur begrenzt Schritt halten können. Aufgrund ihrer Bedeutung für die gesamtwirtschaftliche Innovationsfähigkeit rücken Start-ups daher zunehmend in den Fokus der Aufmerksamkeit. **Universitären Start-ups** wird hohe Innovationskraft und Erfolgswahrscheinlichkeit attestiert, sodass die Förderung von Unternehmensgründungen an Hochschulen größere Bedeutung gewinnt. Zwar ist es durch spektakuläre Erfolgsgeschichten und hohes Medieninteresse durchaus ‚en vogue‘, Gründer/-in zu sein. Dem ‚Gründergeist‘ und der

gewünschten signifikanten Erhöhung der Gründungszahlen an Universitäten stehen jedoch die erforderliche hohe Risikobereitschaft und Eigeninitiative, der Wunsch nach einer ausgewogenen ‚Work-Life-Balance‘ und die guten Anstellungsaussichten für Absolvent/-innen in etablierten Unternehmen entgegen.

Aus gesamtgesellschaftlicher und -wirtschaftlicher Sicht werden **Themenfelder wie Klimawandel, Ressourcenverknappung und Nachhaltigkeit, demographische Entwicklung** (alterndes Europa, Flüchtlingszustrom, globales Bevölkerungswachstum, Urbanisierung) und das sich verändernde Verbraucherverhalten immer wichtiger. Das Forschungsprofil der Universität Hohenheim ist mit seinen Schwerpunkten in den Bereichen Bioökonomie und Nachhaltigkeit, Globale Ernährung, Klimawandel und Ökosysteme, Lebensmitteltechnologie, Ernährung und Gesundheit in einzigartiger Weise in der Lage, diese Themen umfassend zu adressieren und Lösungsansätze für drängende Herausforderungen zu entwickeln. Die etablierten Transferstrukturen müssen jedoch überdacht und neu ausgerichtet werden, damit unsere Ergebnisse in diesem Kontext maximale Wirksamkeit in Wirtschaft und Gesellschaft entfalten können.

3. Transfer an der Universität Hohenheim – eine Analyse des Status Quo

3.1 Stärken und Alleinstellungsmerkmale

Die Universität Hohenheim ist in vielen **Forschungsschwerpunkten anwendungsbezogen ausgerichtet**. Folgerichtig hat der Transfer wissenschaftlicher und technologischer Erkenntnisse seit jeher eine hohe Bedeutung und ist im universitären System faktisch fest verankert, ohne dass dies immer offensiv kommuniziert wurde. Die weit verbreitete Gleichsetzung von exzellenter Forschung mit Grundlagenforschung ist vor diesem Hintergrund nicht sinnvoll – auch anwendungsorientierte Forschung kann und soll gleichermaßen exzellent sein. So ist die Universität Hohenheim in anwendungsorientierten Forschungsschwerpunkten wie etwa im Agrarbereich, in den Bereichen Bioökonomie und Nachhaltigkeit, Globale Ernährung, Klimawandel und Ökosysteme, Lebensmitteltechnologie, Ernährung und Gesundheit besonders ausgewiesen. Sie verfügt über hervorragende transferrelevante Einrichtungen und Infrastruktur für diese Bereiche, u.a. die Versuchsstationen und Landesanstalten. Die enge Interaktion und Zusammenarbeit mit Anwendungspartnern, Wirtschaft und Gesellschaft und der wechselseitige Transfer von Ideen, Bedarfen und Erkenntnissen sind inhärenter, gelebter Bestandteil der Aufgaben und Tätigkeiten in diesen Forschungsbereichen und -einrichtungen.

Im Kontext mit Transfer besonders hervorzuheben ist die **intensive Beratungstätigkeit** von Hohenheimer Wissenschaftler/-innen. Sie bieten gefragte Expertise für Zivilgesellschaft, Politik, Verbände und Unternehmen in Themenfeldern, die sich von der Bankwirtschaft bis hin zum Agrar- und Lebensmittelbereich erstrecken – regional, überregional und international. Einmalig in Baden-Württemberg ist die Beratung existenzgefährdeter landwirtschaftlicher Betriebe durch unsere Wissenschaftler/-innen.

Speziell im **Ernährungs- und Lebensmittelbereich** deckt das Forschungsportfolio der Universität auf einzigartige Weise die gesamte Wertschöpfungskette ab: vom Anbau über die Verarbeitung,

Produktionstechnologie und Analytik bis hin zu wirtschaftswissenschaftlichen Aspekten. Die Universität ist mit ihrem starken Lebensmittelbereich an nationalen und internationalen Innovationsnetzwerken und Aktivitäten beteiligt, u.a. ist sie ‚Core Partner‘ im Konsortium ‚Food-Connects‘, das sich auf die Knowledge and Innovation Community (KIC) „Food4Future“ bewirbt.

Ein besonderes Beispiel für die Transferstärke der Hohenheimer Lebensmitteltechnologie ist das Transferzentrum Milch, das als direkter Ansprechpartner und Dienstleister für Unternehmen der Lebensmittelindustrie fungiert. Spezifische Fortbildungsangebote für die Industrie, z.B. Kurse zur Brennerei- und Molkereitechnologie, unterstreichen die Anwendungsnähe des Lebensmittelbereichs zusätzlich.

Bilateraler Transfer von Ideen, Wissen, Know-How und Technologien findet maßgeblich auch im Rahmen der **zahlreichen Kooperationen mit Unternehmen** und anderen Anwendungspartnern statt (z.B. Industrielle Gemeinschaftsforschung IGF, Zentrales Innovationsprogramm ZIM, gemeinsame Forschungs- und Entwicklungsprojekte). Die Universität Hohenheim belegt im aktuellen DFG-Förderatlas bei den IGF-Einwerbungen Rang 18, was angesichts der Größe der Universität bemerkenswert ist.

Doch auch jenseits gemeinsamer Drittmittelvorhaben verfügt die Universität über hervorragende und langjährige **Wirtschaftskontakte**. Aufgrund des Standortes der Universität inmitten der wirtschaftsstarken Stuttgarter Region bestehen besonders gute Partnerschaften mit **regionalen mittelständischen Unternehmen**, aber auch mit öffentlichen und anderen gesellschaftlichen Einrichtungen.

Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal für den Transferbereich der Universität Hohenheim ist die **Pflanzenzucht**. Auf dem Gebiet der Maiszüchtung ist die Universität europaweit die einzige öffentliche Einrichtung, die noch neue Sorten entwickelt. Durch die weltweite Lizenzierung von Zuchtmaterial, welches teilweise auch Sortenschutz erhält, erwirtschaftet dieser Bereich beträchtliche finanzielle Rückflüsse.

Wichtig für den universitären Transfer ist auch der **Lehrstuhl ‚Entrepreneurship‘** mit seinen spezifischen Lehrangeboten und Initiativen. Die ‚Start-up Garage Hohenheim‘ beispielsweise vermittelt Gründungsinteressierten praxisorientierte Kenntnisse für die Unternehmensgründung. Ein jüngst bewilligter Antrag zur ‚Gründerkultur in der Lehre‘ ermöglicht in den kommenden Jahren den Ausbau dieses hervorragenden Angebots und die Entwicklung weiterer innovativer Formate.

3.2 Schwächen und Handlungsfelder

Aufgrund des Hohenheimer Forschungsprofils ist Transfer traditioneller, intrinsischer Teil unserer Tätigkeiten und weitgehend historisch gewachsen. Aus diesem Grund gibt es bislang jedoch **keine konsequente Bündelung** und Koordination der verschiedenen Aktivitäten, Kontakte und Netzwerke. Aufgrund der fehlenden Übersicht werden entsprechende Informationen und auch Personen, die im Transferbereich tätig sind, nicht koordiniert zusammengeführt bzw. arbeiten meist individuell. **Synergiepotentiale** werden nicht optimal genutzt, und es fehlt an einer umfassenden Gesamtdarstellung des Bereichs sowohl intern als auch extern. Das Referat

Wissenstransfer der Abteilung Forschungsförderung fungiert zwar grundsätzlich als Anlaufstelle für den Bereich Schutzrechtsangelegenheiten. Aufgrund geringer personeller Kapazitäten bietet es derzeit jedoch nur grundständigen Service an. So fehlt neben der Gesamtkoordination des Transferbereichs an der Universität unter anderem ein proaktives ‚**Scouting**‘ nach verwertbaren Ideen und Ergebnissen sowie eine über die Förderberatung hinausgehende umfassende Unterstützung und **Begleitung von Gründungsinteressierten** in Abstimmung mit dem Lehrstuhl Entrepreneurship.

Aufgrund der **geringen Gesamtgröße** der Universität ist die Grundlast sowohl in den wissenschaftlichen Einrichtungen als auch in der Verwaltung sehr hoch und die flexibel einsetzbaren Kapazitäten bei Personal, Geräten und insbesondere auch Gebäuden dementsprechend gering. Dies ist nicht nur, aber auch für den Transferbereich problematisch. So ist ein gut aufgestellter Grundlagenforschungsbereich auch an einer kleinen Universität unerlässlich, um Spitzenleistungen bei den Publikationszahlen oder der Einwerbung von prestigeträchtigen grundlagenorientierten Förderlinien aufrecht erhalten zu können. Dadurch entstehen jedoch **Zielkonflikte** bei der Verteilung von Kapazitäten und Ressourcen zwischen **Grundlagenforschung, anwendungsbezogener Forschung und Transfer** – auf der Ebene der Gesamtuniversität (etwa bei Berufungen), in den wissenschaftlichen Einrichtungen und Verwaltungsabteilungen sowie bei der einzelnen Forscherpersönlichkeit.

Anreiz-, Honorierungs- und Unterstützungssysteme sind für Publikationen und Drittmittel-einwerbung gut etabliert, sie fehlen jedoch weitgehend im Bereich der Transferaktivitäten.

Das Profil der Universität ist insgesamt für die interdisziplinäre Zusammenarbeit an wichtigen transferrelevanten Forschungsfragen sehr gut zugeschnitten, jedoch existiert im ansonsten hervorragend aufgestellten Bereich der ‚Food Chain‘ eine essentielle thematische ‚Lücke‘ im Bereich der **Verbraucherwissenschaften**. Auch der Austausch und die **transdisziplinäre Schwerpunktbildung** zwischen den Fachgebieten und insbesondere zwischen der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften einerseits und den Fakultäten Agrar- und Naturwissenschaften andererseits ist noch nicht ausreichend implementiert.

Die thematische Ausrichtung der Universität bedingt trotz starker anwendungsnaher Schwerpunkte, dass die Zahl an angemeldeten Schutzrechten im Vergleich zu beispielsweise Technischen Universitäten relativ gering ist und daher kaum nennenswerte **finanzielle Rückflüsse** generiert.

Die Karriereaussichten für unsere Absolvent/-innen sind in der wirtschaftsstarken Stuttgarter Region hervorragend. Für den vielgesuchten ‚**Gründergeist**‘ wendet sich dieser Vorteil jedoch zum Nachteil. Das nötige Selbstbewusstsein und die Risikobereitschaft für die Gründung eines eigenen Unternehmens bei Studierenden und Wissenschaftler/-innen zu wecken, bleibt auch mit guten Lehr-, Unterstützungs- und Serviceangeboten in diesem Umfeld eine Herausforderung.

4. Potentiale für den Transferbereich in Hohenheim

4.1 Chancen und Möglichkeiten

Eine **bessere Koordination und Zusammenführung** der bereits vorhandenen vielfältigen Aktivitäten und Akteure kann Synergiepotentiale heben, Vorhandenes besser nutzbar machen und die stringente Umsetzung einer **kohärenten Strategie** für den Transferbereich und damit dessen zielgerichtete Weiterentwicklung und Professionalisierung ermöglichen bzw. fördern. Die resultierende umfassende Übersicht wird zu einer besseren Darstellung und Informationsbereitstellung führen. Diese wiederum wird den Transferbereich der Universität nach außen und innen sichtbarer machen und stärker in den Fokus rücken.

Die **Wirtschaftsstärke und Dynamik der Region** bietet enormes Potential für den Transfer der Universität. Die verstärkte Einbeziehung unserer Alumni und die Zusammenführung und Systematisierung der bestehenden Kontakte zur Wirtschaft und zu gesellschaftlichen Gruppen und Einrichtungen kann zusätzlich neue Möglichkeiten eröffnen. Durch die kürzlich erfolgte Einrichtung eines Alumnimanagements besteht dafür nun eine gute Basis. Eine noch intensivere Zusammenarbeit mit Wirtschaft und Gesellschaft verbessert die Chance auf **Drittmittleinwerbungen** und liefert **neue Impulse**, Ideen und Know-How für die Forschung durch die **Interaktion mit Anwendern, Nutzern und Betroffenen**. Für unsere Absolvent/-innen und den wissenschaftlichen Nachwuchs eröffnen sich zudem Karrierechancen durch die **anwendungsnahe Ausbildung** im Rahmen von Transferprojekten und die direkten Kontakte zu potentiellen Arbeitgebern.

Das verstärkte **politische Interesse am Thema Transfer** und die entsprechenden Förderprogramme bieten Anlass und Möglichkeiten zur Entwicklung und Umsetzung neuer Ideen und Konzepte für den Transfer. Erste Beispiele hierfür sind etwa die Beteiligung am KIC-Konsortium ‚FoodConnects‘, das neben der Chance auf Förderung ein europaweites Innovations- und Transfernetzwerk mit entsprechenden Kontakten und Möglichkeiten für die Universität eröffnet hat, sowie der jüngst bewilligte Antrag ‚Gründerkultur in der Lehre‘.

Ein neu gestalteter verbesserter Transfer mit bedarfsgerechten Unterstützungsangeboten und Fördermaßnahmen kann mittelfristig ungenutzte Potentiale im Bereich der **Schutzrechte und Gründungen** heben. Dadurch verbessern sich entsprechende Kennzahlen, Sichtbarkeit und wissenschaftliches Profil der Universität schärfen sich.

Im Bereich der Gründungen bietet das Profil der Universität ebenfalls ein noch nicht umfassend realisiertes Potential: die Forschungsbereiche der Fakultäten Agrar- und Naturwissenschaften können mit Ideen, Know-How und Technologien die Grundlagen liefern, aus der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (z.B. über die Management School, den Lehrstuhl Entrepreneurship etc.) kommen die ebenso wichtigen betriebswirtschaftlichen Kenntnisse ins Gründerteam. Das im Rahmen des Qualitätspakts Lehre geförderte Projekt ‚Humboldt Reloaded‘ kann mit seinen zahlreichen Studierendenprojekten zu forschendem Lernen ebenfalls als Ideen- und Impulsgeber mit einbezogen werden.

Die Einbeziehung des Transfergedankens bei der Gewährung von **Leistungszulagen** für Professor/-innen und bei **Berufungen** - z.B. die stärkere Gewichtung von Aspekten wie

Anwendungsnahe und Transferleistungen - kann den Transferbereich ebenfalls stärken.

4.2 Gefahren

Interaktion und Zusammenarbeit mit Anwendern, Betroffenen und Wirtschaft ist ein inhärenter Teil der Hohenheimer Forschungsschwerpunkte und gehört zur Historie und Kultur der Universität. Die ‚Selbstverständlichkeit‘ von Transfer hat jedoch dazu geführt, dass eine strategische Herangehensweise und die entsprechende kohärente Betreuung und Entwicklung des Bereichs im Vergleich zu anderen Universitäten erst relativ spät durchgeführt wurde. Die **strategische Neuausrichtung** muss daher unter **hohem Zeitdruck** erfolgen, um unseren Transfer zeitgemäß darzustellen und zukunftsfähig zu gestalten.

Eine Stärkung des angewandten, transferrelevanten Bereichs kann insbesondere in einer kleinen Einrichtung wie Hohenheim mit beschränkten Kapazitäten zu **Zielkonflikten** führen. Der Ausbau des Transferbereichs soll den Bereich der Grundlagenforschung nicht schwächen, Grundlagenforscher/-innen demotivieren oder gar zu Produktivitätsverlusten bei Publikationen oder verminderten Anstrengungen bei der Einwerbung von DFG-Mitteln o.ä. führen. Dabei geht es nicht nur um das ausgewogene Profil der Universität oder das Bedienen bestimmter Kennzahlen: das langfristige Funktionieren der Innovationskette beruht zwingend auf einer exzellenten, leistungsfähigen und breit angelegten Grundlagenforschung. Vermieden werden sollte auch eine ‚Blockbildung‘ mit der Folge, dass grundlagenorientierte und angewandte Fachgebiete sich gegeneinander abgrenzen, beispielweise aufgrund einer empfundenen Konkurrenz um Ressourcen.

Ein starker Fokus auf Zusammenarbeit mit der Industrie birgt zudem die Gefahr von inhaltlichen und finanziellen Abhängigkeiten, u.U. bis hin zur Einschränkung der Forschungsfreiheit. Zudem kann in der Außenwahrnehmung die Neutralität der Universität in Frage gestellt werden und ihre (wissenschaftliche) Glaubwürdigkeit Schaden nehmen (Stichwort ‚**käufliche Forschung**‘).

Für den wissenschaftlichen Nachwuchs ist anwendungsbezogene Lehre in Interaktion mit Wirtschaftspartnern ein Vorteil – nicht wünschenswert hingegen wäre eine Verschiebung von ‚universitärer Bildung‘ hin zu einer reinen ‚Ausbildung‘, die nur noch Arbeitgeberinteressen im Blick hat. **Einseitige Ausbildung oder zu starke Abwanderung** der besten Nachwuchswissenschaftler/-innen in die Wirtschaft könnte zudem mittelfristig Nachwuchsprobleme für die akademische Forschung verursachen.

Universitäten unterliegen rechtlichen Rahmenbedingungen, die neue Formen der Zusammenarbeit mit der Wirtschaft gegebenenfalls nur kompromisshaft bzw. mit extremem administrativem Aufwand erlauben. In Teilen könnte das rechtliche Instrumentarium für neue Wege im Transfer fehlen.

5. Strategische Ziele für den Transferbereich der Universität Hohenheim

Im Zentrum unseres Transfers stehen nicht Kennzahlen, sondern Menschen – unser Wissen soll Menschen dienen und für sie wirksam werden. Mit unserem Transfer möchten wir für die verschiedenen Beteiligten, Akteure und Zielgruppen Folgendes erreichen.

Studierende...

...kennen die Universität u.a. wegen ihrer Transferleistungen und wählen sie gezielt als Studienort.
...erhalten in den Curricula grundlegendes und praktisches Wissen zu Transferthemen und Unternehmensgründung. Sie fühlen sich informiert, vorbereitet, befähigt und unterstützt.

Wissenschaftler/-innen...

...erhalten optimale Bedingungen, Anreize und Unterstützung für den Transfer ihrer Ideen und Ergebnisse. Die Art der Verwertung ist angepasst an ihre Ziele und Wünsche sowie den Forschungsgegenstand.

...haben Transfer und Verwertung ihrer Ergebnisse und Ideen als eines der zentralen Ziele ihrer Forschungstätigkeit im Blick und arbeiten darauf hin, sodass sich die Transferleistung der Universität sichtbar und messbar verbessert - nicht nur, aber auch bspw. im Bereich der Schutzrechtsanmeldungen.

Gründer/-innen (Studierende, Absolvent/-innen, Wissenschaftler/-innen)...

...und ‚unternehmerisch Geprägte‘ werden identifiziert und gefördert. Sie erhalten Beratung, Unterstützung, Begleitung und pragmatische Hilfestellung in allen Belangen im Zusammenhang mit ihrem Gründungsvorhaben.

...gründen erfolgreich in signifikant erhöhter Zahl.

...sind auch nach erfolgter Gründung über ein Netzwerk eingebunden, das von ihren Erfahrungen profitiert und sie weiterhin unterstützt.

Nicht-wissenschaftliches Personal...

...unterstützt den Transferbereich und alle beteiligten Interessensgruppen und Akteure serviceorientiert und professionell, ist in das Thema eingebunden und am Erfolg beteiligt.

Unternehmen und andere Anwendungspartner...

...haben in Hohenheim einen kompetenten Partner, der zur Sicherung ihrer Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit beiträgt und als Ideenkatalysator („Pool“) und Problemlöser („Tool“) für ihre Forschungs- und Entwicklungsbereiche fungiert. Dies zeigt sich in einer Vielzahl gemeinsamer Projekte und Initiativen, aber auch in neuen Formen der Zusammenarbeit.

...tragen in einem wechselseitigen Dialog mit ihrer Perspektive, ihren Ideen und ihrem Wissen zu Hohenheims Forschungs- und Transferleistung bei.

Gesellschaft und Politik...

...nehmen die Universität Hohenheim als exzellenten und verantwortungsvollen Partner mit hochgeschätzter Expertise in Beratung, Forschung und Transfer in Anspruch.

Die Universität Hohenheim...

...stellt zusätzliche Mittel, Kapazitäten und Ausstattung für den Transfer bereit, wirbt diese auch ein und verfügt über wirksame Unterstützungs- und Anreizsysteme für den Transfer.

...ist auch in überregionalen und internationalen Transfer- und Innovationsnetzwerken engagierter Partner und baut diese weiter aus.

...ist anerkannter, unverzichtbarer Partner für die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Akteure

in der Region und voll integriert in das lokale Innovationssystem. Die Hohenheimer Forschung bewirkt sichtbare Innovationen in Wirtschaft und Gesellschaft.

Unsere Mission:

Der Bereich Transfer der Universität Hohenheim mit seinen Akteuren in den wissenschaftlichen Einrichtungen und Verwaltungsabteilungen sorgt durch kohärentes Zusammenwirken, proaktive Unterstützung und Service, optimale Rahmenbedingungen, strategische Weiterentwicklung und Professionalisierung dafür, dass das bei uns generierte Wissen Wirkung entfalten und Nutzen erbringen kann.

Unsere Vision: Wissen schafft Innovation!

Die Universität Hohenheim verfügt über einen starken und wirksamen Transfer und entwickelt ihn beständig und gezielt strategisch weiter. Der Transfer ist ins universitäre Gesamtsystem voll integriert und breit verankert. Transferthemen sind fester Bestandteil der Lehre. Der Nachwuchs aller Qualifizierungsstufen profitiert in Lehre und Ausbildung vom Transfer und verfolgt selbstbewusst auch eigene Transferinitiativen. Alle Wissenschaftler/-innen tragen – je nach Forschungsrichtung auf ihre Weise – zum erfolgreichen Transfer bei und haben diesen als eines der zentralen universitären Ziele im Blick. Grundlagenforschung, angewandte Forschung und Transfer bauen aufeinander auf und greifen effizient und harmonisch ineinander. Dadurch bildet sich ein nachhaltiger ‚Innovationstrichter‘ mit sichtbaren und messbaren Erfolgen.

6. Operative Maßnahmen

Die Koordination des Transferbereichs und die Implementierung seiner kohärenten strategischen Weiterentwicklung wird in der Abteilung Forschungsförderung beim Referat Wissenstransfer angesiedelt sein, für das erweiterte Kapazitäten geschaffen werden. Das Referat wird dabei als Initiator und Koordinator eines **Hohenheimer Transfernetzwerks** intensiv mit allen Personen und Einrichtungen zusammenarbeiten, die im Bereich Transfer aktiv sind. Erwartet wird, dass sich aus der gebündelten Kompetenz und Expertise und dem intensiven Austausch im Transfernetzwerk eine eigene Dynamik entwickelt, die in neuen Ideen und Aktivitäten resultiert und weiterführende Entwicklungsperspektiven für den Transfer eröffnet. Eine prioritäre Aufgabe ist die Bereitstellung eines jeweils speziell zugeschnittenen **zielgruppengerechten (Informations-)Angebots** für alle genannten externen und internen Interessensgruppen. Dies soll u.a. mittels einer Homepage „Transferportal“ sowie durch Nutzung von Kommunikationskanälen wie Pressemitteilungen, Newslettern, sozialen Medien oder klassischen Broschüren erfolgen. Zudem sollen innovative, für die jeweilige Zielgruppe **passgenaue Veranstaltungs- und Austauschformate** entwickelt werden.

Die aktive Repräsentation unseres Transferbereichs und seiner Ergebnisse (etwa bestehender Schutzrechte) durch Beteiligung an **Arbeitskreisen, Plattformen und Messen** auf regionaler und überregionaler Ebene kann sowohl die Sichtbarkeit als auch Verwertungschancen verbessern. Für den weiteren Ausbau des Transferbereichs ist zudem die aktive **Einwerbung von Drittmitteln**

unerlässlich und stellt damit ebenfalls eine Kernaufgabe dar. Zudem sollen in der initialen Ausbauphase zunächst folgende zielgruppenspezifischen Maßnahmen umgesetzt werden:

Für **Studierende**: Das bestehende **Lehrangebot** zu Transferthemen (z.B. die Start-up Garage Hohenheim) soll ausgebaut und zusätzliche innovative Formate entwickelt werden, um Transferthemen für alle Studiengänge nachhaltig in der Lehre zu verankern. Studentische Initiativen für Transferaktivitäten sollen aktiv identifiziert (**„Scouting“**) und gefördert werden.

Für **Wissenschaftler/-innen**: Kernmaßnahme für diese Zielgruppe ist das sog. **„Transfer-Roadmapping“** - die intensive, proaktive Begleitung und Unterstützung beim Transfer von Ideen und Ergebnissen. In Zusammenarbeit mit den Wissenschaftler/-innen werden Verwertungspotentiale eruiert, eine passgenaue „Transfer-Roadmap“ erarbeitet und umgesetzt. Mögliche Verwertungswege beschränken sich dabei nicht auf Schutzrechtsanmeldungen. In Betracht kommen auch längerfristige oder mehrstufige „Roadmaps“ mit (Zwischen-)Schritten (bspw. Anbahnung eines Dialogs oder Projekts mit einem Anwendungs-partner, Knüpfen von Kontakten zu Betroffenen, ein Drittmittelantrag für die Weiterentwicklung vorhandener Ansätze, Organisation einer Veranstaltung, Herausgabe einer Pressemeldung).

Etabliert werden sollen zudem Maßnahmen und Systeme, um **Anreize und Freiräume** zu schaffen – etwa die Vergabe von ‚Transferstipendien‘ und ‚Transferawards‘.

Für **Gründer/-innen** (Studierende, Absolvent/-innen, Wissenschaftler/-innen): Es soll eine Anlaufstelle etabliert werden, die Gründungsinteressierten in allen Phasen und Belangen der Unternehmensgründung **praktische Hilfe und kompetente Unterstützung** bietet (z.B. bei der Erstellung eines Businessplans). Dazu gehört u.a. auch die Vermittlung von Kontakten oder die Unterstützung bei der Suche nach Räumen und Infrastruktur u.v.m.. Zudem soll proaktiv nach potentiellen Gründer/-innen und Ideen für Gründungen gesucht und neue Formate entwickelt werden, um Interesse zu wecken und (noch) Zögerliche zu ermutigen (z.B. eine Start-up Summer School, ein Gründerstammtisch, ein ‚Entrepreneur-in-Residence‘-Programm).

Für **Unternehmen, Anwendungspartner, Gesellschaft und Politik**:

Zentrale Aufgabe ist es, funktionierende und passgenaue **Dialog- und Austauschformate** für diese Transferpartner zu entwickeln und umzusetzen. Beispielhaft sei die Organisation von ‚Ideenbörsen‘ angeführt, bei denen Wissenschaftler/-innen ihre Forschung thematisch passenden Vertretern aus der Wirtschaft präsentieren und daraus Dialog, Interaktion und Zusammenarbeit entsteht. Bestehende Kontakte und Netzwerke sollen zusammengeführt, systematischer genutzt sowie neue erschlossen werden.

Für alle Maßnahmen zur Transferförderung muss die **Evaluierung der erzielten Erfolge** inhärenter Bestandteil der Ausgestaltung und Implementierung sein. Dazu gehört das Monitoring des (erwarteten) Anstiegs an Schutzrechtsanmeldungen, Verwertungserlösen und Gründungen oder die Erfassung von Besucher- und Nutzerzahlen bei Veranstaltungen und Informationsangeboten. Für Fälle, in denen die Erfassung von Kennzahlen nicht möglich oder nicht ausreichend ist, kommen z.B. Befragungen der jeweiligen Zielgruppe oder ähnliche Instrumente in Betracht.