

Transferstrategie

der Universität Potsdam



Inhaltsverzeichnis

Präambel	1
I. Leitlinien der Transferaktivitäten	1
II. Potenzialanalyse	3
III. Ziele und Maßnahmen	4
1. Gründungsunterstützung	4
2. Forschungsk Kooperationen und Auftragsforschung	5
3. Gewerbliche Schutzrechte	6
4. Transfermarketing	8
5. Gesellschaftsbezogener Transfer	9
6. Weiterbildung	10
IV. Literaturverzeichnis	III

Präambel

Der Erfolg der vor 25 Jahren gegründeten Universität Potsdam (UP) beruht maßgeblich auf ihrer Forschungsstärke und exzellenten Lehre. Hierauf aufbauend entwickelte die Universität schon in frühen Jahren zahlreiche Aktivitäten im Bereich des Wissens- und Technologietransfers. Nach wie vor versteht und kommuniziert die Universität Transfer als fach- und ressortübergreifende Querschnittsaufgabe. Der Transfer von Erkenntnissen, neuen Technologien und Entwicklungen ist Aufgabe aller Organisationseinheiten und Statusgruppen. Diese wird durch nachhaltige und serviceorientierte zentrale Unterstützungsstrukturen bei *Potsdam Transfer* – der zentralen wissenschaftlichen Einrichtung für Gründung, Innovation, Wissens- und Technologietransfer – und der *UP Transfer GmbH* – eines im wesentlichen universitätseigenen gemeinnützigen Unternehmens – initiiert, begleitet, evaluiert und fortentwickelt.

Die Ziele der Transferarbeit sind dementsprechend eng verknüpft mit den unterschiedlichen Ebenen universitären Handelns.

Auf strategischer Ebene verfolgt die Universität das Ziel, neben ihren Aufgaben in Forschung und Lehre auch Beiträge zum sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Umfeld zu leisten. Unter dem in ihrem Hochschulentwicklungsplan umgesetzten Motto „Spitzenforschung und –lehre im Dienst des Landes“ versteht sich die UP als Schlüsselinstitution zur nachhaltigen Sicherung eines hohen Lebensstandards für die Region. Sie ist im Sinne des Transfers über Köpfe Garant für die Fachkräftesicherung und stellt die Innovationsfähigkeit der Unternehmen in der Region sicher. Die Universität ist eine offene Institution, die sich auch dem gesellschaftlichen Diskurs verpflichtet fühlt. So beteiligt sich die Universität an gesellschaftlichen Debatten und Prozessen der Stadt- und Landesentwicklung. Das Transferverständnis ist dabei bewusst bidirektional ausgeprägt, d.h. gesellschaftliche Impulse werden aufgegriffen und in die Strategiefindung einbezogen.

Auf der operativen Ebene verfolgt die Universität Potsdam einen Förderansatz. Die Unterstützung von Ausgründungen, eine enge Zusammenarbeit mit forschenden Unternehmen in der Kooperations- und Auftragsforschung, die Vermarktung gewerblicher Schutzrechte sowie ein lebendiges Transfermarketing dienen dazu, wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Universität zum Wohl der regionalen Partner in Wirtschaft und Gesellschaft einzusetzen und deren Umsetzung aktiv zu fördern. Mitgliedern und Absolventen der Universität Potsdam werden so auch neue Karrierewege erschlossen. Die notwendige persönliche als auch die fachliche Weiterentwicklung im Sinne des lebenslangen Lernens wird über vielfältige Fort- und Weiterbildungsangebote sichergestellt.

Schließlich ist es strategisches Ziel, das gesellschaftliche Verständnis für komplexe wissenschaftliche Sachverhalte zu verbessern und Hemmschwellen zwischen Wissenschaft und Gesellschaft abzubauen

I. Leitlinien der Transferaktivitäten

Die Universität Potsdam stützt sich im Transfer auf etablierte Strukturen, die seit ihrer Gründung im Jahr 1991 immer wieder bedarfsgerecht weiterentwickelt wurden.

Universitätsintern agiert *Potsdam Transfer* als Erstansprechpartner für alle Transferleistungen, als zentrale Koordinationsstelle für Weiterbildungsaktivitäten sowie Helpdesk für Drittmittelanträge mit Transferbezug. Der Transfer über Köpfe im Sinne der Fachkräftevermittlung wird durch den *Career Service* der Universität koordiniert. Hier werden Studierende und Absolventen der Universität gezielt mit lokalen Unternehmen in Kontakt gebracht. Die *Potsdam Graduate School* integriert die

Vermittlung unternehmerischer Kompetenzen in ihr Ausbildungsangebot für Doktoranden und Postdoktoranden („Entrepreneurship Education“).

Die Transferwertschöpfungsstruktur setzt sich in der *UP Transfer GmbH* fort, deren Hauptgesellschafter die Universität ist und deren Aufsichtsrat ex officio vom Präsidenten der Universität geleitet wird. Minderheitsgesellschafter sind die Industrie- und Handelskammer Potsdam, die ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH, die Vereinigung der Unternehmensverbände in Berlin und Brandenburg e.V und die Struktur- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Teltow-Fläming mbH. Als gemeinnützige Gesellschaft widmet sie sich insbesondere der Umsetzung von Kooperations- und Auftragsforschungsvorhaben und Weiterbildungsangeboten. Den Mitgliedern der Universität wird über die vorhandene Projektinfrastruktur quasi eine Firma auf Zeit zur Durchführung von Transferaktivitäten im Nebenamt geboten.

Als dritte Säule in der Transferwertschöpfungsstruktur existiert die nicht-gemeinnützige *GO:INcubator GmbH*, welche speziell in Bezug auf den Wissenschaftspark(Φ)Golm wichtige Funktionen der Standortentwicklung und der Unterstützung von Startups in der Wachstumsphase wahrnimmt. Die Universität und die Landeshauptstadt Potsdam übernehmen gemeinsam die Gesellschafterverantwortung und planen mit Unterstützung des Landes die existierenden Angebote deutlich ausbauen.



Als Bindeglieder zwischen den eher wirtschaftlichen ausgerichteten Transferaktivitäten und dem gesellschaftlichen Austausch dienen der *Partnerkreis Industrie und Wirtschaft*, das *Alumni-Programm* der Universität und die *Universitätsgesellschaft Potsdam e.V.* Durch diese Strukturen werden vielfältige gesellschaftliche Projekte in materieller und immaterieller Weise gefördert. Sie bilden damit die Basis der Öffnung der Universität im Sinne ihres bidirektionalen Transferverständnisses.

Die Universität legt in Kongruenz mit ihrem Anspruch auf Exzellenz in Forschung und Lehre Wert darauf, ihre Transferstrukturen regelmäßig intern als auch extern zu evaluieren und Expertenrat einzuholen, um die vorhandenen Angebote sach- und bedarfsgerecht weiterzuentwickeln. Zu diesen Bemühungen zählen unter anderem die Teilnahme an den Projekten „Transfer-Audit“, „Science Scorecard“ und „Gründungsradar“, alle durchgeführt vom Stifterverband. Daneben wurde speziell bezogen auf die Entwicklung des Wissenschaftsparks(Φ)Golm eine vergleichende Analyse mit europaweit führenden Innovationsparks in Skandinavien vorgenommen. Eine spezielle Arbeitsgruppe („Taskforce“) mit Mitgliedern aus Universität, Landeshauptstadt, Landesregierung und Wirtschaftsförderern treibt die Entwicklung der Transferaktivitäten am Standort voran. Die Universität gibt zudem regelmäßig transferrelevante Studien in Auftrag bzw. verfasst diese, so in den vergangenen Jahren u.a. zum Verbleib ihrer Absolvent(inn)en mit Bezug auf die wirtschaftliche Attraktivität der Region, zur Berufsorientierung Jugendlicher in der Region oder zu den allgemeinen sozioökonomischen Effekten der UP auf ihr Umfeld.

Auf Basis der Internationalisierungsstrategie der Universität wird neben dem Austausch mit Transferexperten in internationalen Delegationen auch die Expertise von Partnerhochschulen weltweit erschlossen. Erstes sichtbares Ergebnis ist der Aufbau einer transferfokussierten strategischen Partnerschaft mit der Tel Aviv University.

II. Potenzialanalyse

Im Bereich der *Ausgründungen* aus der Wissenschaft ist an der UP eine über die Jahre hinweg nahezu gleichbleibend hohe Anzahl an Startups aus dem universitären Umfeld zu verzeichnen. Hieraus ergibt sich eine unmittelbare Wertschöpfung über den direkten Transfer von Erkenntnissen aus der Forschung in die Anwendung. Des Weiteren erschließt sich ein indirektes Transferpotenzial, sofern es gelingt, die Start-ups mit wachsender Finanzkraft vor Ort zu halten und als dauerhafte Partner und Kunden in der Kooperations- und Auftragsforschung zu gewinnen. Zudem tragen eine erfolgreiche Ausgründungsarbeit und ein mit der Universität verwobenes Startup-Ökosystem zum Imagegewinn sowie zur Erhöhung der Attraktivität der Hochschule für Wissenschaftlerinnen, Wissenschaftler und Studierende im nationalen wie internationalen Kontext bei.

Die *Umsetzung von Kooperations- und Auftragsforschungsvorhaben und die Verwertung von Schutzrechten* sind über die Anlehnung an die gemeinsame Clusterstrategie der Länder Brandenburg und Berlin an die regionale Wirtschaftsentwicklung gebunden. Die langjährigen verlässlichen Kundenbeziehungen mit der regionalen Wirtschaft und die zunehmende Attraktivität der Förderinstrumente für die Finanzierung von kleineren und mittleren Auftragsforschungsvorhaben lassen Potenzial zur Intensivierung entsprechender universitärer Aktivitäten erkennen. Weitere Potenziale ergeben sich über ein aktives Transfermarketing, die Gewinnung größerer Industriepartner im überregionalen Kontext und die Entwicklung strategischer Partnerschaften. In Bezug auf die Schutzrechteverwertung bieten unter anderem die Einbringung von Patenten, Gebrauchs- oder Geschmacksmustern in Startups interessante Handlungsspielräume.

Der Bereich der *Weiterbildung* bietet Transferpotenziale über die Entwicklung und Vermarktung bedarfsgerechter neuer Angebote. Die Notwendigkeit lebenslangen Lernens, die bewusste Öffnung und gesteigerte Durchlässigkeit der Hochschulbildung und zunehmend volatile Berufsbiographien führen zu einer stetig wachsenden Nachfrage. Zudem sind gerade kleine und mittelständische Unternehmen zur Sicherung ihrer Innovationsfähigkeit auf die Bindung wichtiger Fachkräfte und den kontinuierlichen Wissenstransfer angewiesen. Die Universität generiert damit positive Imageeffekte als Promoter der Fach- und Führungskräfteversicherung.

Der *gesellschaftsbezogene Transfer* bietet schließlich die Möglichkeit, gänzlich neue Zielgruppen für den Dialog mit der Wissenschaft zu erschließen. Darin liegt ein Potenzial zur Steigerung der Akzeptanz wissenschaftlicher Erkenntnisprozesse und zum Abbau von Hemmschwellen zwischen Wissenschaft und Gesellschaft. Zudem bieten die vielfältigen Formen sozialen und gesellschaftlichen Engagements der Universität und ihrer Mitglieder auch die Chance, eine erhöhte Bindungswirkung auf Absolventen und Ehemalige zu erzielen und diese dazu zu bewegen, entsprechende Vorhaben in Zukunft ideell und finanziell zu unterstützen.

Im folgenden Kapitel III werden diese Punkte weiter ausgeführt.

III. Ziele und Maßnahmen

1. Gründungsunterstützung

Status Quo

Die Universität Potsdam verfügt über einen etablierten und erfahrenen Gründungsservice mit infrastrukturellen Ressourcen für Gründungsprojekte und einem breit gefächerten Netzwerk externer Experten. Mittels Projektförderungen aus Landes-, Bundes- und EU-Mitteln wurde in kontinuierlicher Weiterentwicklung der Angebote und personellen Expertise ein vielfältiges Service- und Veranstaltungsangebot für alle Stufen der Vorgründungsphase und den Übergang zur Aufnahme der Geschäftstätigkeit aufgebaut und eine hohe Qualität der Dienstleistungen zur Gründungsunterstützung erreicht. Die enge Vernetzung mit privaten wie öffentlichen Partnern in der Startup-Szene verankert die Universität Potsdam in der Mitte des wachsenden unternehmerischen Ökosystems in Potsdam und der Metropolregion Berlin.

Herausforderungen

Grundsätzliche Herausforderungen der Gründungsunterstützung liegen in der synergetischen institutionsübergreifenden Vernetzung mit anderen Hochschulen, außeruniversitären Forschungsinstituten, wirtschaftsfördernden Einrichtungen und nachgelagerten Unterstützungsangeboten. Die Entwicklungsmöglichkeiten insbesondere für technologieorientierte Startups hängen häufig an der Qualität dieser Zusammenarbeit, z.B. über die Ausräumung limitierender Faktoren bezüglich der Nutzung von Forschungsinfrastruktur. Des Weiteren gilt es in der Nachgründungsphase, die Ansiedlung von Startups vor Ort zu unterstützen. Die Entfaltung von Bindungswirkungen hin zu einem nachhaltigen Startup-Ökosystem kann dabei nur im Gesamtkontext des Standortes gelingen. Die dazu notwendige Ressourcenbasis stellt aufgrund der überwiegenden Drittmittelfinanzierung des Gründungsservices eine Herausforderung dar.

Ziele

- Z1.1 Die erreichte hohe Servicequalität und Angebotsbreite wird kontinuierlich verbessert.
- Z1.2 Die Erfolgswahrscheinlichkeit und Nachhaltigkeit der geförderten Startups wird durch eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Unterstützungsstrukturen weiter gesteigert.
- Z1.3 Unternehmertum und Selbstständigkeit werden von den Mitgliedern der Universität als attraktive Karriereperspektiven wahrgenommen und verfolgt.
- Z1.4 Die Ansiedlung neu gegründeter Unternehmen in direkter Campusnähe wird verstärkt.
- Z1.5 Rund um die Universität und angrenzende Wissenschaftsinstitutionen wird ein attraktives Startup-Ökosystem mit überregionaler Anziehungswirkung entwickelt.
- Z1.6 Die Universität schafft Möglichkeiten, sich in Zukunft direkt oder mittelbar an den von ihr geförderten Startups beteiligen zu können.

Maßnahmen

- M1.1 Verstärkte Sensibilisierung in der Universität Potsdam für die Themen Selbstständigkeit und Unternehmensgründung und die dazu bereitstehenden Unterstützungsangebote
- M1.2 Etablierung eines Anreizsystems für die aktive fachliche Unterstützung von Gründungen durch Wissenschaftler der Universität Potsdam

- M1.3 Niedrigschwellige am Förder- und Servicegedanken orientierte Bereitstellung von Forschungsinfrastruktur für Gründungsprojekte und Ausgründungen
- M1.4 Einrichtung von Innovationsräumen und Ansiedlungsmöglichkeiten für Ausgründungen
- M1.5 Etablierung attraktiver Serviceangebote auch für die Nachgründungsphase
- M1.6 Weiterentwicklung institutionsübergreifender Netzwerke mit dem Ziel der Erhöhung gemeinschaftlich angebotener Dienstleistungen und Veranstaltungen
- M1.7 Systematische Erschließung langfristiger Einnahme- und Förderquellen für die Gründungsunterstützung

2. Forschungsk Kooperationen und Auftragsforschung

Status Quo

Die Anbahnung von Kooperations- und Auftragsforschungsvorhaben und die Vermittlung und Beantragung von Fördermitteln zur Unterstützung solcher Projekte gehören zum Kern der Transferarbeit an der UP. Bezogen auf die regionale Wirtschaftsstruktur werden kontinuierlich kleine und mittlere Forschungsprojekte gemeinsam mit Unternehmen entwickelt und umgesetzt. Darüber hinaus zählen staatliche Institutionen zur Zielgruppe. Dabei erfasst ein aktives nach innen und außen gerichtetes „Scouting“ Wissens- und Technologietrends sowie -bedarfe. So werden sowohl über die Angebots- als auch die Nachfrageseite neue Projekte initiiert. Eine kontinuierliche Datenerfassung und Aufbereitung, welche sich strukturell und operativ an der gemeinsamen Clusterstrategie der Länder Brandenburg und Berlin orientiert, dient als Basis dieser Aktivitäten.

Herausforderungen

Extern und damit marktseitig liegt die größte Herausforderung im Ausbau der regionalen und überregionalen Sichtbarkeit der universitären Angebote. Bedingt durch die Tatsache, dass die UP außer der Informatik keine ingenieurwissenschaftlichen Studiengänge anbietet, steht sie trotz technologieintensiver und technischer Forschungsfelder nur eingeschränkt im strategischen Fokus größerer Industrieunternehmen. Die starke Präsenz der Lebenswissenschaften kompensiert diesen Sachverhalt nur eingeschränkt. Größere Unternehmen sind insbesondere im Hinblick auf die Etablierung strategischer Partnerschaften von hohem Interesse. Gleichzeitig können über regional verortete Dienstleister oder Zulieferer größerer Unternehmen auch neue Transferbeziehungen zu KMUs in der Region entstehen.

In der internen Perspektive stellt sich im Hinblick auf die Gestaltung von Anreiz- und Steuerungssystemen und das legitime Interesse der Universität, externe Kooperationspartner für weitere Aktivitäten zu gewinnen, die zentrale Erfassung der wirtschaftsbezogenen Transferaktivitäten aller Hochschulangehörigen als bislang nicht gelöste Herausforderung dar. Zudem liegen in einer intensivierten Sensibilisierung der Hochschulangehörigen für den Forschungstransfer weitere Entwicklungsmöglichkeiten.

Ziele

- Z2.1 Transparente Erfassung, Darstellung und Vermarktung aller wirtschaftsbezogenen UP-Transferaktivitäten
- Z2.2 Ausbau des serviceorientierten und marktgerechten Unterstützungsangebots sowohl für Mitglieder der Universität als auch Externe
- Z2.3 Erhöhung des Bekanntheitsgrades des UP-Forschungsprofils und damit verbundener Anwendungspotenziale bei regionalen und überregionalen Unternehmen

- Z2.4 Aktive Kommunikation und Vermarktung der attraktiven universitären Forschungsinfrastruktur
- Z2.5 Gewinnung großer Unternehmenspartner mit überregionaler Ausstrahlung und dem Potenzial zur Entwicklung strategischer Partnerschaften
- Z2.6 Internationalisierung der Kooperations- und Auftragsforschungsaktivitäten

Maßnahmen

- M2.1 Optimierung und Kommunikation durchgehender Prozessketten bei der Anbahnung und Durchführung von Auftrags- und Kooperationsforschung und Erhöhung der Prozesstransparenz
- M2.2 Konzeption und Umsetzung von Standards in Bezug auf Transferaktivitäten im Rahmen institutionsübergreifender Verbundforschungsprojekte mit Unternehmensbeteiligung
- M2.3 Einrichtung und Pflege einer zentralen Forschungs- und Transferdatenbank zur schnellen Recherche und Vermarktung von Forschungsprofilen und Kooperationspotenzialen
- M2.4 Frühzeitige Erschließung von Transferpotenzialen über die Entwicklung von Prüf- und Konsultationsschemata für die Einreichung von Drittmittelanträgen mit Transferbezug
- M2.5 Einbindung von Transferbelangen in die Entwicklung internationaler Partnerschaften
- M2.6 Intensivere Kommunikation der transferintensiven fachlichen Schwerpunkte wie den Lebenswissenschaften und der Informatik

3. Gewerbliche Schutzrechte

Status Quo

Die Sicherung gewerblicher Schutzrechte stellt einen wichtigen Aspekt der Transferaktivitäten dar. Dabei steht nicht nur der Gedanke der Hebung von Ertragspotenzialen im Vordergrund, sondern ein bewusster regionaler Verwertungsfokus, welcher der Sicherung von Innovationen für die im Umfeld der UP ansässige hauptsächlich klein und mittelständisch strukturierte Wirtschaft dient. Deren Wettbewerbsfähigkeit wird durch den Innovationstransfer gesichert und zukunftssträchtige Beschäftigungsmöglichkeiten geschaffen. Die UP kommt damit ihrer Rolle als Innovationsmotor und Schlüsselinstitution zur nachhaltigen Sicherung eines hohen Lebensstandards nach. Zusätzlich stellen vorhandene Schutzrechte in den vergangenen Jahren vermehrt die Basis für die Einwerbung von Drittmitteln im direkten Forschungskontext der UP dar. Ebenso entstehen vermehrt Gründungsprojekte auf Basis geschützter Forschungsergebnisse.

Herausforderungen

Die Erlangung und Verwertung von Schutzrechten aus freier Forschungstätigkeit ist mit einem hohen Aufwand verbunden. Dieser trifft auf begrenzte finanzielle und personelle Ressourcen. Die Finanzausstattung der beschriebenen Verwertungspartner führt zu vergleichsweise geringen und nicht kostendeckenden Verwertungseinnahmen. Die bestehende fachliche Ausrichtung und damit verbundenen Forschungsergebnisse bedingen zudem ein begrenztes und stark volatiles Aufkommen an realisierbaren Schutzrechten. Die Etablierung von thematischen Patentportfolios gelingt dadurch bislang nicht. Das Schutzrechteportfolio erreicht keine ausreichende Attraktivität für Verwertungspartner in der Großindustrie.

Ziele

- Z3.1 Förderung der Innovationsfähigkeit der regionalen Wirtschaft durch intensive regionale Verwertungsaktivitäten
- Z3.2 Steigerung der Marktchancen und Erfolgspotenziale universitärer Ausgründungen durch die Einbringung von Schutzrechten

- Z3.3 Erschließung von Ertragspotenzialen aus der Verwertung von Schutzrechten und Generierung von Rückflüssen zur Unterstützung neuer Innovationsvorhaben
- Z3.4 Attraktivitätssteigerung des Schutzrechteportfolios durch die Bündelung von Schutzrechten mit gemeinsamem fachlichen Bezug

Maßnahmen

M3.1 Intensivierung der Sensibilisierungsaktivitäten

- Verstärkte Aufklärung der Wissenschaftler(innen) bezüglich unterschiedlichster Schutzrechtethematiken zwecks Hebung weiterer Potenziale in der Schutzrechteerlangung
- Angebot regelmäßiger Informations- und Vernetzungsveranstaltungen zu allgemeinen und speziellen Schutzrechtethematiken
- Informationskampagnen zur Aufklärung über rechtliche Rahmenbedingungen von universitärer Forschung (insb. Gesetz über Arbeitnehmererfindungen) und den Nutzen von Schutzrechten

M3.2 Strategische Bewertung eingereicher Erfindungsmeldungen und sonstiger Schutzrechteanmeldungen oder -erwerbungen

- Eine positive Empfehlung zur Inanspruchnahme von Erfindungen seitens der Patentverwertungsagentur ist Grundvoraussetzung zur Anmeldung von Schutzrechten. Abweichungen sind nur in begründeten Ausnahmefällen (konkrete Entwicklungs- oder Verwertungsoption) zulässig.
- Die Bereitschaft der Erfinder zur aktiven und dauerhaften Mitwirkung an der Weiterentwicklung und Vermarktung des Schutzrechtes muss gegeben sein.
- Das Schutzrecht dient der zielgerichteten Erweiterung des bestehenden Portfolios.

M3.3 Gestaltung attraktiver Verwertungsoptionen in Abwägung von rechtlichen Rahmenbedingungen und Ertragserzielungsinteressen

- Zur Optimierung der Verwertungsaktivitäten, Qualitätssicherung, Ressourceneffizienz und Sichtbarkeit am Markt kooperiert die Universität auch weiterhin mit anderen Wissenschaftsinstitutionen in der Verwertungsoffensive Brandenburg (VOBB).
- Im Rahmen gegebener Handlungs- und Ermessensspielräume erfolgt eine individuelle Bewertung und Gestaltung jedes Verwertungsfalls.
- Jegliche Verwertungsoption soll im Regelfall mindestens die direkten zur Erlangung und Aufrechterhaltung des Schutzrechtes anfallenden Kosten decken.
- Vertragliche Optionen, welche die Verwertungsfreiheit der Universität einschränken, werden nur gegen Vergütung angeboten.
- Über die VOBB nimmt die Universität die Expertise einer externen Patentverwertungsagentur in Anspruch.

M3.4 Regelmäßige Überprüfung des bestehenden Schutzrechtsportfolios und Entscheidung über den weiteren Umgang mit den vorhandenen Schutzrechten anhand der folgenden Kriterien:

- Wahrscheinlichkeit einer Patenterteilung bei laufenden Anmeldeverfahren
- Realistische Marktchancen, Vorhandensein potentieller Verwertungspartner
- Erreichte Anwendungsnähe, noch zu leistender Entwicklungsaufwand bis zur Marktreife und nachvollziehbare Entwicklungfortschritte
- Aktive Mitarbeit der Erfinder bei der Weiterentwicklung und Verwertung des Schutzrechtes

4. Transfermarketing

Status Quo

Die UP bietet ihren Mitgliedern vielfältige Möglichkeiten, anwendungsnahe Forschungsergebnisse und Transferprojekte öffentlich zu präsentieren. Kern dieser Tätigkeit ist der Messeservice, über den die Teilnahme an großen nationalen und internationalen Leitmesse und an spezialisierten regionalen Fachmessen organisiert wird. Die Mitglieder der Universität profitieren so von der Präsentation ihrer Ergebnisse auf großen Gemeinschaftsständen von Brandenburger und Berliner Wissenschaftsinstitutionen. Zudem unterstützt das Transfermarketing die Konzeption, Organisation und Durchführung von universitären und wissenschaftsnahen Veranstaltungen mit Transferbezug und führt zusammen mit Partnern in der Wirtschaftsförderung, den Kammern und angrenzenden Wissenschaftsinstitutionen regelmäßig eigene Veranstaltungen in diesem Kontext durch.

Herausforderungen

Die Messebeteiligung kann neben der organisatorischen Unterstützung gegenwärtig nur im Sinne der Deckung von Standkosten und Zugang zu Messen gefördert werden. Die insbesondere bei internationalen Messen anfallenden hohen Reise- und Unterbringungskosten sind in der Regel aus eigenen Budgets der teilnehmenden Wissenschaftler zu decken. Wenn keine konkrete Verwertungsintention gegeben ist, stellt dies oft ein Hemmnis dar und führt zu einer mangelnden Motivation bezüglich der Präsentation von Forschungsergebnissen oder der Darstellung der Forschungsexpertise auf Fachmessen. Zudem ist die allgemeine Sensibilisierung für den Mehrwert solcher Präsentationen schwierig, da neu entstehende Kontakte über potentielle gemeinsame Projekte erst mittel- bis langfristig eine Wirkung auf die eigene Arbeit entfalten. Eine leider häufig unzureichende persönliche Vorbereitung vieler Teilnehmer auf den speziellen Anspruch eines gelungenen und umfangreiche Kontaktpotenziale erschließenden Messeauftritts unterminiert die Erfolgsaussichten zusätzlich.

Ziele

- Z4.1 Verstärkte Sensibilisierung der Universitätsangehörigen für die Werthaltigkeit von Transfermarketingaktivitäten
- Z4.2 Kontinuierliche Erhöhung der Anzahl an Messeauftritten von Bereichen der Universität, insbesondere Ausbau der Präsenz auf Messen im Ausland
- Z4.3 Flexibilisierung und Ausweitung des Teilnehmerkreises, beispielsweise über die Einbindung studentischer Präsentationen und Gründungsprojekten mit hohem Anwendungsbezug
- Z4.4 Evaluation der Veranstaltungsteilnahme anhand klarer Erfolgskriterien

Maßnahmen

- M4.1 Verstärkte Kommunikation erfolgreicher Messe- und Veranstaltungsteilnahmen
- M4.2 Entwicklung eines Angebots für Wissenschaftler zur Messevor- und -nachbereitung (z.B. Schulungen zu Kontaktakquise/ Netzwerkaufbau)
- M4.3 Definition eines Zielkatalogs für Messepräsentationen mit verpflichtenden Festlegungen der Ziele im Vorfeld der Teilnahme
- M4.4 Erschließung weiterer Förderquellen für die Deckung indirekter Teilnahmekosten
- M4.5 Verstärkte Einbeziehung von Startups als Spiegelbild hoch qualitativer anwendungsorientierter Forschung der Universität

5. Gesellschaftsbezogener Transfer

Status Quo

Die UP bietet vielfältige Anknüpfungspunkte zum Austausch zwischen Wissenschaft und Gesellschaft. Dabei steht insbesondere der Transfer über Köpfe im Sinne einer aktiven Vernetzung und eines intensiven Dialogs im Fokus. Beiträge von Universitätsmitgliedern zu gesellschaftlich relevanten Themen oder die vielfältigen gemeinsamen Projekte mit Vereinen und Initiativen, beispielsweise Aktivitäten zur Integration von Flüchtlingen, verdeutlichen die Bedeutung der Universität für einen lebendigen, öffentlichen Diskurs.

Die *Universitätsgesellschaft* unterstützt als unabhängiger Verein diese Bemühungen durch Dialogveranstaltungen sowie eine monetäre und ideelle Förderung sozialer und gesellschaftlicher Transferprojekte. Zusammen mit über 80 weiteren Mitgliedern trägt die Universität zudem den Verein *proWissen e.V.* und betreibt die *Wissenschaftsetage im Bildungsforum*, welche als Schaufenster für die Wissenschaft und zentraler Veranstaltungsort in der Mitte der Stadt dient. Zudem ist die UP die einzige lehrerbildende Hochschule im Land Brandenburg. Der damit verbundenen gesellschaftlichen Verantwortung trägt sie mit der Einrichtung des *Zentrum für Lehrerbildung und Bildungsforschung* Rechnung.

Herausforderungen

Der gesellschaftsbezogene Transfer ruht auf einer Vielzahl von Akteuren, die jeweils eigene und teilweise überlappende Zielgruppen ansprechen. So stellt zunächst die Kommunikation der vorhandenen Breite dieser Angebote und die Erzielung der gewünschten Imageeffekte im Hinblick auf die Wahrnehmung der Universität als offene Institution eine hohe Herausforderung dar. Das erfreuliche organische Wachstum gesellschaftlicher Transferaktivitäten steht einem Defizit an zentraler Koordination bzw. Informationsaggregation gegenüber. Verknüpft ist dies mit der Herausforderung, eben solche Aktivitäten und Strukturen nachhaltig zu finanzieren, da hierfür oft nur in sehr begrenztem Umfang eigene Mittel der Universität aufgewendet werden können.

Ziele

- Z5.1 Nachhaltige Verankerung der Universität im öffentlichen Bewusstsein als gesellschaftlicher Entwicklungsmotor in der Region
- Z5.2 Überregional sichtbarer Imagegewinn als Wissenschaftsstadt, ergänzend zu den Schwerpunkten als Tourismus- und Verwaltungsstandort Potsdam
- Z5.3 Messbare Wahrnehmung der Universität als offene Institution, die gesellschaftliche Teilhabe an komplexen wissenschaftlichen Prozessen bewusst befördert
- Z5.4 Erhöhung der Mitgliederzahlen der universitäts- und wissenschaftsnahen Fördervereine

Maßnahmen

- M5.1 Erweiterung des Angebots an Dialogveranstaltungen insb. bezogen auf die Stadt- und Regionalentwicklung und der Rolle der Wissenschaftsinstitutionen in diesen Prozessen
- M5.2 Strukturelle Weiterentwicklung zentraler Koordinationsfunktionen zur ganzheitlichen Abstimmung der Angebote und verbesserten Informationsvermittlung an die Öffentlichkeit
- M5.3 Erhöhung der Bindungswirkung auf Partner, Freunde, Förderer und Alumni der Universität mittels einer kontinuierlichen Angebotsentwicklung und Attraktivitätssteigerung
- M5.4 Verstärkte Einwerbung von Spenden/Sponsoring für gesellschaftsbezogene Transferaktivitäten
- M5.5 Einrichtung von Bildungsangeboten für Senioren

6. Weiterbildung

Status Quo

Die Universität Potsdam offeriert ein umfangreiches Weiterbildungsangebot aus Fächern fast aller Fakultäten. Die Angebote werden in unterschiedlicher Trägerschaft realisiert. Die angebotenen Weiterbildungsformate decken die gesamte Bandbreite von individuellen Kurzzeit-Workshops über Zertifikatslehrgänge bis hin zu international anerkannten Weiterbildungsstudiengängen ab. Der Kundenkreis erschließt sich je nach fachlicher Ausrichtung aus öffentlichen Institutionen und der regionalen und überregionalen Wirtschaft bis hin zu internationalen Führungskräften. Begleitend dazu werden an der UP die Durchlässigkeit der universitären Bildung und damit verknüpfte Unterstützungsstrukturen einer offenen Hochschule erforscht und etabliert, und damit wachsenden Bedarfen und Anforderungen an die Universität im Sinne des lebenslangen Lernens Rechnung getragen.

Herausforderungen

Im Hinblick auf die Struktur und Finanzkraft der regionalen Wirtschaft ist speziell in der wirtschaftswissenschaftlichen Weiterbildung die Ertragskraft eingeschränkt. Die Etablierung neuer Weiterbildungsangebote gelingt häufig nur über eine initiale öffentliche Förderung, da die erwirtschafteten Überschüsse bestehender Angebote nicht ausreichen, um eine mehrjährige Investitionsphase zur Konzeption, Pilotierung und Marktetablierung umfangreicher neuer Angebote zu finanzieren. Gleichwohl ist die Erweiterung des Weiterbildungsangebots insbesondere auf mehr Fächer der Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät wünschenswert, um einen verstärkten Wissenstransfer auch aus diesen Bereichen der UP zu etablieren.

Ziele

- Z6.1 Ausweitung des Weiterbildungsangebots auf neue fachspezifische Angebote und Zielgruppen
- Z6.2 Etablierung innovativer Weiterbildungsformen im Hinblick auf die Deckung wachsender Bedarfe in der regionalen Wirtschaft, wie z.B. mit Zertifikaten versehene „Micro-Degrees“
- Z6.3 Erhöhung der Ertrags- und Reinvestitionskapazität bestehender Angebote
- Z6.4 Weiterentwicklung und verstärkte Anwendung gemeinsamer Qualitäts- und Governance-Standards aller Weiterbildungsangebote unter dem Dach der UP
- Z6.5 Etablierung von zentralen Unterstützungsstrukturen für die inhaltliche und unternehmerische Konzeption und Umsetzung neu zu entwickelnder Weiterbildungsangebote

Maßnahmen

- M6.1 Intensivere Vermarktung der bestehenden Angebote und Sicherstellung einer kontinuierlichen marktgerechten Weiterentwicklung des bestehenden Portfolios
- M6.2 Unterstützung der Entwicklung neuer Angebote mit Formaten zur Geschäftsmodellentwicklung analog zur Unterstützung von Ausgründungen
- M6.3 Definition und Kommunikation möglicher Trägermodelle für Weiterbildungsangebote an der Universität und Gestaltung entsprechender standardisierter Umsetzungsprozesse
- M6.4 Entwicklung einer gesonderten Weiterbildungsstrategie zur strukturellen und fachlichen Ausdifferenzierung des Themengebietes auf Basis bisheriger Erfahrungen und Untersuchungen zukünftiger Marktpotenziale

IV. Literaturverzeichnis

Die Universität Potsdam: Spitzenforschung und -lehre im Dienste des Landes -
Hochschulentwicklungsplan 2014 – 2018 (2014);

<https://www.uni-potsdam.de/up-entdecken/portraet/hochschulentwicklungsplan-2014-2018.html>

Transfer-Audit des Stifterverbands für die Deutsche Wissenschaft – Selbstbericht der Universität
Potsdam (2016); nur für den Dienstgebrauch, ggf. anfordern über Präsidialamt der Universität
Potsdam; Inhalte: <https://www.stifterverband.org/transfer-audit>

Transfer-Audit des Stifterverbands für die Deutsche Wissenschaft – Audit-Bericht der Universität
Potsdam (2016); nur für den Dienstgebrauch, ggf. anfordern über Präsidialamt der Universität
Potsdam; Inhalte: <https://www.stifterverband.org/transfer-audit>

Science Scorecard. Wissens messen. Regionen gestalten. – Analyse der Wissenschaftsstadt Potsdam
(2015); SV Wissenschaftsstatistik GmbH; ggf. anfordern über Potsdam Transfer;

Inhalte: <https://www.stifterverband.org/science-scorecard>

Gründungsradar des Stifterverbands für die Deutsche Wissenschaft (2013);

abzurufen unter: <http://www.stifterverband.com/gruendungsradar/>

Vergleichende Analyse zu Potenzialen des Wissenschaftsstandorts Potsdam-Golm mit
skandinavischen Wissenschafts- und Innovationszentren (2015); abzurufen unter:

https://www.potsdam.de/sites/default/files/documents/0_abschlussbericht_wp_golm_2015.pdf

Wirtschaftsfaktor Hochschule – Metastudie des Fraunhofer ISI im Auftrag des Stifterverbands für die
Deutsche Wissenschaft (2013);

abzurufen unter: <https://www.stifterverband.org/wirtschaftsfaktor-hochschule>

Die Universität Potsdam in sozioökonomischer Perspektive (2016); Emrich, Eike et al.;

abzurufen unter: <https://publishup.uni-potsdam.de/opus4-ubp/frontdoor/index/index/docId/9020>



„Forschung und Lehre gewinnen durch ihre
wechselseitige Verschränkung

hohe Qualität und Attraktivität.

Sie bilden die Basis für einen Wissens- und
Technologietransfer sowie Gründerservice,
die sich an den Bedürfnissen von Gesellschaft und
Arbeitsmarkt orientieren.“

Leitbild der Universität Potsdam