

Bericht zu den ProTraFo Expertenworkshops
in Siegen am 15. April 2024 sowie
in Berlin am 04. Juni 2024



Inhalt

Einleitung	1
Wie können Unternehmen und Handwerksbetriebe vom Wissenschaftstransfer profitieren?	3
Unterstützungs- und Transferbedarf von KMU und Handwerksbetrieben	3
Vereinfachung des Zugangs zu Fördermitteln	5
Anforderungen an das Wissenschafts- und Transfersystem	5
Schaffung langfristiger Strukturen für praxisrelevante Transferprojekte	7
Vernetzung der Multiplikatoren	7
Praxisorientierung des Wissenschaftssystems fördern	8
Transferorientierung in Projekten fördern	9
Koordination von Transferwissen und -Möglichkeiten	10
Best Practices und geeignete Transferformate	11
Nutzung digitaler Formate	11
Nutzung physischer und hybrider Formate	13
Fazit und Ausblick	14

Einleitung

Der erste Expertenworkshop des BMBF-geförderten Forschungsprojektes ProTraFo_2025 fand am 15. April 2024 im Haus der Innovationen in Siegen statt. Darauffolgend wurde ein zweiter Workshop am 04. Juni 2024 im Fraunhofer Forum in Berlin ausgerichtet. Ziel der

Workshops war es, die Rahmenbedingungen und den spezifischen Unterstützungs- und Transferbedarf kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU), insbesondere im Dienstleistungssektor und im Handwerk, zu erörtern und effektive Lösungsansätze zu verschiedenen Aspekten des Transferprozesses zu diskutieren. Forschungstransfer sollte sich nicht allein aus der Perspektive der Forschungs- und Transfereinrichtungen vollziehen, sondern vielmehr an den Bedürfnissen und Rahmenbedingungen der Zielgruppen ausgerichtet sein, um maximale Transferwirkungen zu erzielen. Das Projekt ProTraFo zielt darauf ab, bedarfsorientierte Mechanismen für den Wissenstransfer zu untersuchen und daraus geeignete Modelle, Maßnahmen und Handlungsempfehlungen abzuleiten. Angesichts der volkswirtschaftlichen Bedeutung lag der Fokus auf zwei Hauptbereichen: Zum einen auf KMU, die in Deutschland 99,5% aller Unternehmen ausmachen und rund 58% aller sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten beschäftigen, und zum anderen auf dem Dienstleistungssektor, der über 70 Prozent der deutschen Bruttowertschöpfung generiert. In Zeiten nach COVID-19 sind dienstleistungsanbietende KMU besonders gefordert, ihre Geschäftsmodelle anzupassen und digitale Unterstützungsmöglichkeiten zu integrieren, um existenzielle Bedrohungen zu minimieren und neue Marktchancen zu ergreifen. Die Workshops adressierten daher folgende zentrale Fragestellungen:

- Welchen spezifischen Unterstützungs- und Transferbedarf haben dienstleistungsanbietende KMU aktuell?
- Welche Transferinstrumente eignen sich besonders, um diese KMU zu erreichen, und welche Rolle spielen dabei digitale Formate?
- Wie kann der Transfer von Forschungsergebnissen aus der Dienstleistungsforschung systematisch verbessert werden?
- Welche Handlungsempfehlungen lassen sich für das Wissenschaftssystem formulieren?

Die Teilnehmer der Workshops setzten sich aus Experten verschiedener Institutionen und Projekten zusammen, die gemeinsam mit den Projektmitarbeitern der Universität Siegen und dem Fraunhofer IAO in Stuttgart an der Verbesserung des Praxistransfers aus dem Wissenschaftssystem für KMU und Handwerksbetrieben arbeiteten. Ziel war es, die Akteure zu vernetzen und zusammen geeignete Ansätze zu entwickeln, die sowohl den wirtschaftlichen als auch den gesellschaftlichen Herausforderungen gerecht werden. Die Ergebnisse und Empfehlungen dieser Workshops sollen als Grundlage für weitere Forschungs- und Transferaktivitäten dienen und die Effektivität des Wissenstransfers in den Zielgruppen steigern. In gemeinsamen Diskussionsrunden wurden Erfahrungen, derzeitige Probleme und Best Practices ausgetauscht und in zwei Breakout-Sessions wurden spezifische Fragestellungen in Gruppenarbeit behandelt und vorgestellt. Es ergaben sich viele relevante Aspekte und Themenfelder, die im Folgenden näher erläutert werden sollen. Diese Schlussfolgerungen bilden eine wichtige Grundlage für die Weiterentwicklung der Transferstrategien und -praktiken. Sie sollten von allen Beteiligten berücksichtigt werden, um den Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Praxis nachhaltig zu verbessern und die Innovationskraft der Wirtschaft effektiv zu stärken.

Wie können Unternehmen und Handwerksbetriebe vom Wissenschaftstransfer profitieren?

Die Verbesserung des Praxistransfers ist zentral für die Überbrückung der Kluft zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen und ihrer Anwendung in der Praxis, insbesondere in kleinen und mittleren Unternehmen sowie Handwerksbetrieben. Wissenschaftstransfer in diesem Sinne enthält die Aufgabe, Gesellschaft und Wissenschaft zusammen zu bringen, sodass Mehrwerte für Unternehmen und deren Geschäftsmodelle sowie konkrete Lösungen für relevante Praxisprobleme entstehen. Auch die Förderung von Gründungen als auch die Weiterbildung und Qualifizierung von Unternehmen und Beratenden können zur Aufgabe des Transfers gezählt werden. Dies umfasst auch die Notwendigkeit, spezifische, auf die Bedürfnisse der Betriebe zugeschnittene Inhalte und Formate zu entwickeln, die sowohl aktuell als auch direkt umsetzbar sind, Breitenwirkung haben und Netzwerke schaffen. Bestenfalls kreieren Transferprojekte auch neue Formate und sind selbst innovativ, um die Adressaten bestmöglich zu erreichen. Je konkreter eine Hilfestellung formuliert ist, desto besser kann sie Unternehmen angeboten werden, bzw. wird von Unternehmen besser verstanden und akzeptiert. Viele KMU haben Schwierigkeiten, sich in einem schnell ändernden regulatorischen und immer digitalen werdenden Umfeld zurechtzufinden, insbesondere in Bezug auf Themen wie Geschäftsmodellentwicklung und Digitalisierung. Denn wie auch die Pandemie gezeigt hat, waren viele KMU, insbesondere im Dienstleistungssektor, besser in der Lage, ihre Geschäfte aufrechtzuerhalten, wenn sie schnelle digitale Lösungen umsetzen konnten. Daher benötigen viele Unternehmen Unterstützung bei der Entwicklung digitaler Lösungen in Form von Beratung und Wissenstransfer. Der Transfer in die Unternehmen stellt den Schlüsselpunkt der Transferwertschöpfungskette dar. Hier kann ein gelungener Transfer seitens Politik und Wissenschaft aus dem Wissenschaftssystem heraus nur durch geeignete Partner und Multiplikatoren sowie den Einsatz adäquater Formate gelingen.

Unterstützungs- und Transferbedarf von KMU und Handwerksbetrieben

Vor allem kleinere Betriebe leiden unter einer Knappheit an Ressourcen, insbesondere Zeit und Personal. Wie auch die Umfrageauswertungen des Fraunhofer IAO zeigen, spielt der Fachkräftemangel nach wie vor eine besonders große Rolle. Die Betriebe verfügen nicht über ausreichend Personal und die finanziellen Mittel, um in Forschung, Entwicklung und Innovation zu investieren oder diese Themenfelder systematisch zu bearbeiten. Diese Tatsache erschwert auch die Teilnahme von KMU und Handwerksunternehmen an der Mitwirkung von Transferprojekten oder sogar einzelnen Veranstaltungen und Formaten. Oftmals werden die Notwendigkeiten und Vorteile aufgrund von kurzfristigen Sichtweisen nicht gesehen. Möglicherweise herrscht auch eine skeptische Grundeinstellung der Praktiker gegenüber Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Akademiker der Universitäten werden von den Betrieben als praxisfern eingestuft, aus Sicht vieler entsteht die Forschung in einem Elfenbeinturm. Aufgrund der geringen Akademisierungsrate in KMU, ist es wichtig, die gleiche Sprache zu sprechen und die herrschenden Diskrepanzen durch den stetigen Austausch mit regionalen Betrieben zu überwinden. Es muss Vertrauen aufgebaut werden, wobei die regionalen Kammern und Verbände dieses teilweise schon haben und daher besser zu den Unternehmen durchdringen können. Auch regionaler Dialekt kann die Bindung und das Vertrauen der Betriebe in Beratende verbessern, vor allem bei sehr kleinen Unternehmen und Handwerksbetrieben. Berater mit abstrakter Sprache und wissenschaftlichen

Vorgehensweisen, die nicht auf die Bedürfnisse der Betriebe zugeschnitten sind, kommen meist weniger gut an und gefährden das Vertrauen. Abstrakte Lösungen müssen auf das Unternehmen zugeschnitten werden und man muss das Gefühl vermitteln, dass die konkreten Probleme des Unternehmens adressiert werden, um auch ein Problembewusstsein und den Willen der Umsetzung bei den Rezipienten zu schaffen. Eine eher distanzierte Einstellung wird in der Praxis vor allem bei älteren Unternehmern und Unternehmerinnen bemerkt, wobei Verantwortliche aus der jüngeren Generation dem Wissenschaftssystem gegenüber etwas offener scheinen und mit einer Übergabe an die nächste Generation oft auch viele Erneuerungen und digitalisierte Elemente in den Betrieben und Unternehmen etabliert werden. Das Wissenschaftssystem und die direkte Kontaktaufnahme zu Instituten oder Hochschulen spielen meist eine Rolle, wenn Betriebe sich eine unabhängige Meinung einholen wollen. Da das Wissenschaftssystem aus Sicht vieler Betriebe nicht transparent ist, mangelt es an konkretem Wissen um die Beteiligungsmöglichkeiten. Oft herrscht Skepsis, eine Vorreiterrolle einzunehmen und man wartet auf die Erfahrungen anderer, aus der Angst heraus, dass bürokratische Hürden oder anfallenden Kosten zu hoch sind oder der Betrieb bei der Ausübung des Tagesgeschäftes gehindert wird. Zusätzlich besteht eine Unsicherheit bei der Beantragung und Nutzung von Fördermitteln wegen häufiger Veränderungen und bürokratischer Hürden, die auch die Bereitschaft der Unternehmen zur Zusammenarbeit in wissenschaftlichen Projekten negativ beeinflusst.

Aus Sicht der Beratenden und Multiplikatoren stellt die **Sensibilisierung der Unternehmerinnen und Unternehmer** die erste und auch **größte Hürde** dar. Aufgrund der genannten Punkte müssen Unternehmen für das Erkennen ihrer eigenen Vorteile, die durch die Bereitschaft zur Annahme von Transferangeboten oder die Mitwirkung in Projekten entstehen würden, sensibilisiert werden. Sind die Vorteile für das eigene Unternehmen einmal erkannt und durch positive Eindrücke manifestiert, ergibt sich eine Bereitschaft zur Mitwirkung oder zumindest eine Offenheit gegenüber dem Wissenschaftssystem und den angebotenen Transfermaßnahmen auch langfristig. Die Kommunikation muss also klar und zielgruppenorientiert sein, um Unternehmen und Betriebe effektiv zu erreichen und für Transferprojekte zu gewinnen. Die Arbeitsgruppe verwendete für das Konzept der Sensibilisierung den Ausdruck "Bratenduft verbreiten". Es geht darum, den Verantwortlichen den Vorteil des Wissenstransfers schmackhaft zu machen und klar Nutzen und Vorteile herauszustellen. Das Angebot sollte niederschwellig sein und bestenfalls auf geeignete und bereits bestehende und bewährte Kanäle zurückgreifen, die von Unternehmen bereits zur Information genutzt werden. Auch im Tagesgeschäft sollten diese Angebote für Unternehmen erreichbar und umsetzbar sein. Auch über Online-Kanäle lassen sich nicht alle Betriebe erreichen, bisher gibt es keinen systematischen Ansatz, der die Sensibilisierung gewährleistet. Manchmal sind auch die Erfolge bestimmter Formate zufallsgetrieben. In jedem Fall lohnt es sich für die Ansprache zwar problemorientierte, aber positiv formulierte Überschriften zu verwenden, statt negative Formulierungen zu wählen. Der positive Nutzen für das Unternehmen sollte immer herausgestellt werden. Es hat sich gezeigt, dass innovative Themen weniger relevant für die Unternehmen sind und mit gesellschaftlicher Relevanz und mehrfacher Wiederholung ein gesteigertes Interesse entsteht, wenn sich sozusagen der Druck zur Adaptierung des Themas erhöht. Daher kann es sinnvoll sein, die Angebote regelmäßig zu wiederholen oder auch auf „ältere“ Themen und Angebote zurückzugreifen, da diese erst gesellschaftliche oder betriebliche Relevanz haben müssen, damit Unternehmen Interesse zeigen.

Vereinfachung des Zugangs zu Fördermitteln

Die Experten diskutierten die Notwendigkeit, den Zugang zu Fördermitteln zu vereinfachen und die bürokratischen Hürden zu senken. Hierbei wurde der Innovationsgutschein des Landes NRW als positives Beispiel genannt, der seit 2018 durch ein unkompliziertes Verfahren beantragt werden konnte und landesweit bei vielen Betrieben auf positive Resonanz stieß. Seit der Einführung wurden das Modell sowie die Fördersummen jedoch angepasst, sodass Unternehmen heute nicht mehr davon ausgehen können, die Vorteile auch zu erhalten, da es nun ein Antrags- und Losverfahren gibt, für das sich beworben werden muss. Wurden früher nahezu alle Unternehmen aus der Bewerbung angenommen, ist der Zugang nun erschwert und für die Betriebe unsicher. Eine Reform der Fördermittelvergabe wurde als wichtig erachtet, um mehr Unternehmen den Zugang zu solchen Mitteln zu ermöglichen, anstatt die Betriebe bei Transfermaßnahmen und konkreten Umsetzungen auszubremsen. So wäre es z.B. eine in der Vergangenheit in Projekten mit Handwerksbetrieben praktizierte Option, die Anträge und Zusammenarbeit nicht über Projektträger zu koordinieren, sondern durch einen Vertrag mit dem ausführenden Projektpartner, der die Zusammenarbeit steuert und auch einen Großteil der bürokratischen Aufgaben übernehmen kann. So kann beispielsweise auch die Abrechnung der Aufwendungen durch den Projektpartner geschehen und der Verwaltungs- und Dokumentationsaufwand für den Praxispartner kann sich erheblich verringern. Auf diese Weise könnten Betriebe schnell und unkompliziert an Förderverfahren teilnehmen. Dabei ist auch Vertrauen in den Kooperationspartner wichtig. Oft besteht zwischen bestimmten Multiplikatoren und den Unternehmen schon eine Verbindung durch die Beratenden, die dann als Ansprechpartner zur Seite stehen und so auch im Förderverfahren erhalten bleiben würden. Es sollte seitens der Fördermittelgeber immer bedacht werden, dass den Praktikern ein Einstieg in die Zusammenarbeit so einfach wie möglich gemacht werden sollte, da Politik, Wirtschaft und Gesellschaft letztlich einen Mehrwert aus diesen Kooperationen erhalten, aus denen neuen Geschäftsideen und Innovationen entstehen. Nach wie vor stehen IHKs und HWKs den Betrieben durch die Fördermittel Erstberatung unterstützend zur Seite und fungieren oftmals als dauerhafte und langjährige vertraute Ansprechpartner, was ihren Stellenwert als regionale Multiplikatoren unterstreicht. Ein Beispiel für geeignete Projektpartner in Zusammenarbeit mit dem Handwerk sind betriebsnahe Forschungs- und Beratungsinstitute wie z.B. das Institut für Betriebsführung (itb) in Karlsruhe, die als Projektintermediäre zum Abbau bürokratischer Hürden (nach der oben genannten Idee) fungieren können.

Anforderungen an das Wissenschafts- und Transfersystem

Der formale Prozess des Wissenstransfers innerhalb von geförderten Projekten fängt in der Regel durch die Ausschreibung durch die Ministerien auf Bundes- oder Landesebene an und wird von diesen selbst oder oftmals durch Projektträger koordiniert. Je nach Vorhaben können sich Universitäten, Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Beratungsstellen und sonstige Einrichtungen, aber auch Unternehmen auf diese Vorhaben bewerben. Meist bewerben sich mehrere Institutionen im Verbund zur Durchführung als Konsortial- oder Verbundpartner. Bei ausgewiesenen Transferprojekten für die Wirtschaft und zur Innovationsförderung nehmen Unternehmen als Tandempartner teil. Der Prozess wird klassischerweise also innerhalb der

Politik angestoßen und beinhaltet mehrstufige Bewerbungs- und Bearbeitungsphasen von mehreren Monaten bis hin zu Jahren. Währenddessen befinden sich die bewerbenden Forschungseinrichtungen im Wettbewerb um die Zusagen. Die vorgegebenen Arbeitspakete, deren Inhalte und die benötigten Budgets gehen meist bereits aus der Vorhabenbeschreibung hervor und sind später nur noch mit erhöhtem Aufwand und Begründungen anzupassen. Oft enthält der Prozess auch keine Lücken für die Eruierung von Forschungsfragen aus der Praxis und aufgrund der Antragsdauer können konkrete und schnell zu bewältigende Praxisprobleme keine Verwertung finden. Innerhalb des Projektes kommt es darauf an, wie viel Spielraum dem Projektpartner zugestanden wird, um auf aktuelle Gegebenheiten einzugehen.

Gefordert werden neben der Durchführung der Arbeitspakete meist **Zwischen- und Abschlussberichte**, die von jedem Projekt- oder Konsortialpartner anzufertigen sind. Diese finden sich nach Abschluss der Projekte dann meist in Datenbanken wieder, die für Suchmaschinen im Internet nicht durchsuchbar sind. Hat das Projekt keinen eigenen Internetauftritt hervorgebracht oder ist nicht von ausgewiesenem Transfercharakter mit Praxisbezug, kann dieses Wissen meist nur durch Vorwissen über Projekte, Datenbanken und wissenschaftliches Knowhow sowie bestimmte Zugänge abgerufen werden. Solche Projektberichte sind daher in der Regel nur für sensibilisierte Personen bzw. Personen mit wissenschaftlichem oder fachlichem Interesse relevant und stellen in der Regel **kein geeignetes Transferinstrument** als solches dar. In der Regel haben Projekte auch eine feste Laufzeit, die zwar angepasst und verlängert werden kann, aber irgendwann ausläuft, wodurch Ansprechpartner für die Praxis als auch im Projekt generiertes Wissen verloren gehen können, bzw. nur noch in formalen Berichten in Datenbanken zur Verfügung stehen.

Dem Transferauftrag innerhalb wissenschaftlicher Projekte wird zunehmend Bedeutung beigemessen, indem transferorientierte Förderrichtlinien durch die Politik als Impulsgeber geschaffen werden und Transfer als integrativer Bestandteil des Projektes behandelt wird. Es sollten aber weitere **transferorientierte Förderrichtlinien** und Rahmenbedingungen geschaffen werden, die Fördermittel auch zur Umsetzung des Transfers innerhalb der Betriebe bereitstellen und den Transfer als integrativen Bestandteil des Projektvorhabens etablieren. Bestandteile wie Mikroprojekte innerhalb der Unternehmen und auch die kostenlose Beratung von KMU und Handwerk haben sich in der Praxis als nützlich herausgestellt, wie sie z.B. vom Kompetenzzentrum Smart Services Baden-Württemberg durchgeführt werden. Solche Themen können gleichzeitig auch als Erfolgs- oder Mutmacher-Beispiele digital aufbereitet und auf verschiedenen Kanälen bereitgestellt werden. Oft ist die direkte Beratung von Unternehmen in den Vorhaben allerdings nicht vorgeschrieben. In einem Beispielprojekt zum Transfer waren Maßnahmen zur direkten Beratung sogar durch das Projekt untersagt. Hier kann die Politik ansetzen und geeignete Leitplanken setzen, um konkrete Beratung und den Kontakt zu Betrieben zu verbessern. Es sollte ein zirkulärer Prozess angeregt werden, bei dem die Impulse aus den Vorhaben durch die Projektpartner mithilfe der Multiplikatoren umgesetzt werden, am besten in Form von praktischer Umsetzung. Gleichzeitig sollten aber die in der Praxis aufgegriffenen Themen und sich weiterhin ergebenden Problemstellungen wieder als Impulse für weitere Forschungsvorhaben aufgenommen und eingearbeitet werden, damit ein **wechselseitiger Wissenschafts- und Praxisbezug** entstehen kann und sich langfristige Mehrwerte ergeben.

Schaffung langfristiger Strukturen für praxisrelevante Transferprojekte

Um nachhaltig mit den in den Projekten generierten Erkenntnissen und Formaten umzugehen, sollten die Möglichkeit bestehen, dass Partnerschaften und Projekte, also bestehende Strukturen auch langfristig gefördert werden. Um eine **dauerhafte Wirkung und Nachhaltigkeit im Transferprozess** und der Betreuung von Praxispartnern zu erzielen, sollten erfolgreiche Transferprojekte die wirtschaftliche Praxis nicht nur als kurzfristige Initiativen, sondern als langfristige Partnerschaften konzipiert werden. Dies beinhaltet die Verstetigung von Projekten über deren offizielle Laufzeit hinaus und die Sicherung von langfristigen Ansprechpartnern und Ressourcen für Unternehmen. Das schließt eine kontinuierliche Betreuung und Nachverfolgung der Projektergebnisse mit ein, um sicherzustellen, dass die Unternehmen auch nach Projektende Unterstützung erhalten und das generierte Wissen zur Anwendung und Problemlösung in der Praxis abrufbar bleibt. Diese Möglichkeit sollte vor allem bei Transferprojekten in die Praxis mit Bezug zu Unternehmen geprüft werden, damit Ansprechpartner und Erkenntnisse nicht verloren gehen. Die Bedeutung von dauerhaften Strukturen und Partnerschaften, auch über Legislaturperioden hinweg, wird hervorgehoben, um die Kontinuität des Wissenstransfers und die Abrufbarkeit des generierten Wissens zu gewährleisten. Eine Veränderung der Projektstrukturen ist notwendig, indem z.B. eine weitere Projektphase mit zeitlichem Abstand definiert wird, um die zeitlichen Veränderungen und langfristigen Auswirkungen zu monitorieren. Auch Anschlussförderungen, die sich ausschließlich auf dem Transfer in die Praxis beschränken sind eine weitere Möglichkeit, die auch das Interesse der Wissenschaftler fördern kann, in die Praxis zu gehen und hier Erfahrungen zu vertiefen.

Vernetzung der Multiplikatoren

Die Vernetzung zwischen verschiedenen Akteuren, die am Transfersystem beteiligt sind, ist besonders wichtig, kann aber auch, gerade am Anfang neuer Projekte besonders zeitintensiv sein. Auch während der Projekte ändern sich Zuständigkeiten und es müssen Netzwerke aufgebaut und erhalten werden. Der Transfer in KMU und Handwerksbetriebe bedarf besonders der Mitwirkung von Akteuren, die mit den Unternehmen vernetzt sind und bereits mit diesem in Kontakt stehen. Zu nennen sind hier vor allem Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern, Kreishandwerkerschaften oder Innungen und Fach- und Branchenverbände sowie Transferstellen von Hochschulen und institutionalisierte Beratungsstellen. Auch die Wirtschaftsförderung von Städten und Gemeinden und private Berater und Beraterinnen und am Transfer beteiligte privatwirtschaftliche Unternehmensberatungen sind hier zu erwähnen. All diese Akteure bezeichnen wir als Multiplikatoren für den Wissenstransfer in die Praxis, auf die die Projektpartner aufgrund der regionalen Nähe und Verbundenheit mit den Unternehmen als Netzwerk angewiesen sind.

Für die Multiplikatoren und Projektpartner ist es entscheidend, sich zu vernetzen und Transfervorhaben gemeinsam anzugehen, um größtmögliche Transferwirkung durch großflächige Informationsverbreitung zu erwirken. Die Projektpartner sind besonders auf die Verbundenheit der regionalen Institutionen mit den ansässigen Betrieben angewiesen, um diese auch durch Nutzung deren bestehender Kanäle mit den verschiedenen Formaten zu erreichen. Transferinitiativen müssen lokal angepasst und auf die spezifischen Bedürfnisse der

regionalen Wirtschaft ausgerichtet sein. Dies erfordert ein tiefes Verständnis der lokalen Industrielandschaft und der Herausforderungen, mit denen Unternehmen konfrontiert sind. Durch die Schaffung von dauerhaften und effektiven Netzwerken können Synergien genutzt und die Reichweite von Transferaktivitäten erhöht werden.

Abhilfe können **Koordinierungsstellen** schaffen, weshalb überlegt werden sollte, regionale oder branchenspezifische Koordinierungsstellen einzurichten, die als zentrale Anlaufstellen für Informationen und Ressourcen dienen oder vorhandene Schnittstellen, wie etwa universitäre Transferstellen auszubauen, um die Vernetzung zwischen den verschiedenen Akteuren zu fördern und regelmäßige Austauschmöglichkeiten zu bieten. Dazu muss geklärt werden, welche bereits etablierten Stellen diese Aufgabe übernehmen können und in welcher Form diese angepasst werden müssen. Ab einer kritischen Masse könnten auch externe Transferstellen geschaffen werden. Zusammenfassend sollten aber auf die Wichtigkeit der **nachhaltigen Vernetzung der Multiplikatoren** als eines der Ziele von Verbesserung des Praxistransfers hingewiesen werden. Konkrete Umsetzungs- und Ausbaumöglichkeiten müssen mit den regionalen Partnern und einem Blick auf die vorhandene Infrastruktur diskutiert werden. Eine langfristige Etablierung kann aber wieder nur umgesetzt werden, wenn dies projektübergreifend und langfristig geschieht, d.h. eine Einbindung dieser Aufgabe in ein Projekt von begrenzter Laufzeit wäre dafür ungeeignet und nicht von Bestand.

Neben der Vernetzung kann ein weiteres ausgewiesenes Ziel der Koordinierungsstellen auch die frühzeitige Kommunikation und Abstimmung zwischen den regionalen und überregionalen Akteuren, z.B. für die Planung von Veranstaltungen sein, um **Kannibalisierung** der Veranstaltungen diverser Akteure mit der gleichen Zielgruppe zu **vermeiden**.

Auch ohne Koordinierungsstelle empfiehlt es sich, kurzfristige Planung zu vermeiden und sich mit den regionalen Partnern frühzeitig abzustimmen, welche Zielgruppe mit welchem Event angesprochen werden soll. Vorausschauende Planung ist hier ein zentraler Punkt. Doch auch wenn es zu Kannibalisierung kommt, indem gleiche Themen und Zielgruppen beworben werden, kann dies ein Bewusstsein für das Thema bei den Betrieben wecken und aufgrund der hohen Relevanz, diese dazu animieren, sich zu informieren.

Praxisorientierung des Wissenschaftssystems fördern

Aufgrund der bereits genannten, möglichen Vorbehalte, die zwischen Wissenschaftssystem und unternehmerischer Praxis herrschen, werden Forderungen laut, diese Akteure auf verschiedene Weisen miteinander in Kontakt zu bringen, um Praxisbezug und Synergien zu fördern. Der derzeit mangelnde Praxisbezug in der akademischen Ausbildung erschwert sowohl den Transfer von wissenschaftlichen Erkenntnissen in die Wirtschaft als auch den praxisrelevanten Anwendungsbezug von theoretischem Wissen für die Studierenden.

Innerhalb der Lehre ergibt sich großes Potenzial, dass durch viele Beratungs- und Mikroprojekte ausgeschöpft werden kann. Zum einen sollten Universitäten und Hochschulen dazu angehalten werden, **Partnerschaften mit der Industrie** zu stärken und interdisziplinäre Forschungsteams zu bilden, um den Transfer zu optimieren. Die Praxisorientierung kann bereits innerhalb der Lehre gestärkt werden, indem Curricula, insbesondere in der

Betriebswirtschaftslehre und den Ingenieurwissenschaften, verstärkt **praxisnahe Projekte und Fallstudien integrieren**, die reale Geschäftsprobleme behandeln. So können angebotene Seminare innerhalb des Studiums bereits den praktischen Bezug der Studierenden stärken, in dem diese innerhalb von Unternehmen und Handwerksbetrieben konkrete Problemstellungen und Lösungsvorschläge erarbeiten müssen. Die Unternehmen sind dabei gänzlich von bürokratischem Aufwand befreit und erhalten anwendbare, auf ihren Betrieb zugeschnittene und meist kostenfreie Lösungen oder Beratungen. Auf diese Weise können auch Vorbehalte der jeweiligen Gruppe gegenüber dem anderen Partner abgebaut werden und es entsteht eine Win-win-Situation, die auch den Studierenden innerhalb der theoretischen Ausbildung an der Hochschule bereits echten Praxisbezug näherbringt. Evtl. können sich aus diesen Kontakten auch langfristige Arbeitsbeziehungen entwickeln, die beiden Partnern zugutekommen. Erfolgreiche Beispiele ergeben sich aus der Praxis: Die Universität Siegen bietet einige Kurse und Seminar mit praktischen Beratungsprojekten in Unternehmen an. Die Hochschulen Konstanz und Heilbronn sind ebenfalls erfolgreich in der Zusammenarbeit und Beratung von Unternehmen tätig. Augenscheinlich sind Hochschulen insgesamt näher an der Praxis, wie auch das Beispiel der Technischen Hochschule Köln zeigt. An Technischen Hochschulen mit dem Schwerpunkt angewandter Forschung und Entwicklung, herrscht ein **transdisziplinärer Ansatz** mit Forschungsschwerpunkten, die innerhalb der Praxis, also der wirtschaftlichen Betriebe eruiert werden und dann zum Forschungsgegenstand erhoben und interdisziplinär bearbeitet werden. Das Studium ist dabei viel stärker auf den Praxisbezug und praxisrelevante Fragestellungen konzentriert, was das gegenseitige Verständnis, die Offenheit der Betriebe für studentische Unterstützung und den Praxistransfer während der Ausbildung stärkt. Als Hochschule für angewandte Wissenschaften sind die Vorhaben oftmals anders strukturiert und Impulse für Projekte kommen nicht nur durch die Wissenschaft, sondern auch die Unternehmen selbst und werden dann in Tandemprogrammen oder innerhalb von Promotionen umgesetzt. Gelungene Beispiele sind die Umsetzungsprojekte des Innovation Hub Gummersbach. Hier funktioniert der Transferprozess als Pendel, bei dem sich Wissenschaft und Praxis gegenseitig befruchten. Bestenfalls existieren Anlaufstellen für interessierte Unternehmen zur Zusammenarbeit. Zum Beispiel informieren Handwerkskammern über Projektbereitschaften und Kooperationsmöglichkeiten.

Transferorientierung in Projekten fördern

Die Förderpolitik könnte den Anwendungsbezug der Projekte fördern, indem gerade Transferprojekte mit Wirtschaftsbezug, die explizit auf die Entwicklung anwendbarer Lösungen und Technologien ausgerichtet sind, stärker mit den Akteuren der Praxis erarbeitet werden und auch die bürokratischen Hürden und Bewilligungszeiten reduziert würden, um eine Aktualität der zu erarbeitenden Lösungen zu gewährleisten. Regelmäßiges Feedback von KMU zu Forschungsthemen und Transferaktivitäten kann helfen, die Relevanz und Anwendbarkeit der Forschung zu erhöhen und praxisrelevante Themenfelder zu bearbeiten, um Innovationen schneller zu fördern. So kann die verstärkt transdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen verschiedenen wissenschaftlichen Feldern und der Praxis zu innovativeren und praxisrelevanten Lösungen führen. Durch kontinuierliche Evaluation und Anpassung, auch innerhalb bereits laufender Projekte, können diese dynamisch gestaltet werden, um sich an veränderte Bedingungen und Erkenntnisse anpassen zu können. Regelmäßige Evaluierungen

der Transferprojekte und -Maßnahmen sind essenziell, um ihre Effektivität zu beurteilen und kontinuierliche Verbesserungen zu ermöglichen. Daher sollte angeregt werden, Feedbackmechanismen zu etablieren, um die Perspektiven und Erfahrungen der beteiligten Unternehmen und Institutionen systematisch zu erfassen. Dazu ist eine flexiblere Handhabung seitens der Projektgeber und Projektträger unabdingbar.

Umfassende Dokumentationspflichten und bürokratische Aufwände und Anforderungen ergeben sich aus den politischen Anforderungen und hängen maßgeblich von Förderprogramm und vom Projektträger ab. Einige Projekte sind in der Praxis daher beliebter als andere, weil man Anforderungen und Hürden unterschiedlich hoch sind und auch während der Projekte mehr oder weniger Spielraum gegeben wird. Teilweise ist der Transfer nur indirekt gegeben, teilweise untersagt oder explizit gefordert. Der Politik sollte daher bewusst sein, dass Dokumentationspflichten, Anträge, permanente Freischaltungsgesuche für Budgets etc. die Projektpartner einschränken und bürokratisch ineffizient sind. Für Unternehmen ergeben sich Hürden und Einstiegsbarrieren, die nur mit dem Abstellen von Personal gemanagt werden können, was für viele Betriebe nicht möglich ist. Hinzu kommen Ängste vor umfassenden Dokumentationspflichten und möglichen Rückzahlungen. Handelt es sich also um ausgewiesene Transferprojekte in die Praxis, sind die Anforderungen seitens der politischen Rahmenbedingungen so zu reflektieren und zu setzen, dass eine Durchführung sowohl für den Projektpartner als auch von Unternehmen effizient und auch mit innovativen Mitteln und Ideen gewährleistet werden kann.

Koordination von Transferwissen und -Möglichkeiten

Wie bekommen Unternehmen konkrete Hilfe aus der Wissenschaft? Wo können sie sich informieren, um den geeigneten Ansprechpartner zu finden? Wie oben erwähnt, sind Kammern und Verbände die erste Anlaufstelle und bemüht, über ihre bestehenden Kanäle zu werben. Sie beraten bei Unterstützungsmaßnahmen wie geeignete Fördermittel und Partizipationsmöglichkeiten in Projekten. Vermehrt sind hier digitale Lösungen im Einsatz, um die Hilfestellungen zu koordinieren. So gibt es Kooperationsplattformen, die aber in der Praxis auch vernachlässigt und nicht mehr gepflegt und aktualisiert werden. So kann ein Kreis aus Datenverwahrlosung und Nutzungsverweigerung entstehen, der eine einst gute Idee unbrauchbar macht, wenn auf Kooperationsplattformen keine Kooperation mehr stattfindet.

Digitale Matchmaking-Plattformen können bei diesem Problem Abhilfe schaffen, in dem Sie vermitteln zwischen Unternehmen und Wissenschaft, Praxis und Theorie, Problem und Lösung. Ein Beispiel ist die Plattform „Fraunhofer Match“, die mittels Kontaktformular die Problemschilderung des Unternehmens mit den geeigneten Fraunhofer-Partnern vermittelt, um konkrete Hilfestellungen zu geben. Innerhalb der Fraunhofer Institute gilt die Plattform als zentralisierte Anlaufstelle, um zu geeigneten Maßnahmen oder Förderanträgen weiterzuleiten. Eine problem- und praxisorientierte Dating-Plattform also.

Innerhalb der Gesprächsrunde wurde diese Plattform-Idee als vielversprechend erachtet, vor allem wenn aus der Idee eine dauerhafte und bundesweite Maßnahme entstehen könnte. Ungeachtet konkreter Umsetzungsmöglichkeiten (Verantwortung, Hosting, Langfristigkeit etc.) wären folgende Funktionen wünschenswert, die Transfer in vielerlei Hinsicht vereinfachen würden:

- Matchmaking zwischen Unternehmerischen Problemstellungen und Anfragen und Transferprojekten sowie geeigneten Beratungsstellen
- Einbindung auch von studentischen Projekten und universitären Angeboten
- Einbindung von Kammern, Verbänden und weiteren Multiplikatoren
- Dauerhafte Bereitstellung von bereits generiertem Transferwissen und verständliche Aufbereitung (inkl. thematischer Suchfunktionen, exkl. Bezahl- und Anmeldeschranken)
- Weitere Funktionen sind möglich.

Best Practices und geeignete Transferformate

Wie die Erhebungen des Fraunhofer IAO gezeigt haben, hat die Bedeutung digitaler Formate und digitaler Informationsquellen seit der Corona-Pandemie stark zugenommen. Auch die Rolle von Social Media hat sich verändert und wird seitens der Unternehmen immer stärker als Informationsquelle genutzt. Es ist davon auszugehen, dass sich dies auch zukünftig noch verstärken wird. Die Umstellung auf neue Technologien und Prozesse, gerade in der Post-COVID-Zeit erfordert von Unternehmen eine flexible Anpassungsfähigkeit, die durch geeignete Transfermaßnahmen angeregt und unterstützt werden sollte. Die Transformation zu einer Dienstleistungsgesellschaft und die Digitalisierung führen auch zur Notwendigkeit der Änderung von Geschäftsmodellen. Zum einen muss hier Unterstützung bei der Umsetzung der Digitalisierung innerhalb der Unternehmen selbst sowie deren Geschäftsmodellveränderung geleistet werden. Zum anderen ermöglicht die Digitalisierung auch Chancen für neue Transferstrategien, um aus Sicht der Multiplikatoren, diese Unternehmen als Zielgruppe besser erreichen zu können. Hierbei müssen adäquate Formate gewählt werden, die den Unternehmen konkrete Hilfestellungen bieten, auf die neuen Anforderungen eingehen und auf die knappen personellen und zeitlichen Ressourcen der Betriebe Rücksicht nehmen.

Nutzung digitaler Formate

Um die Wahrnehmung und das Verständnis für den Wert des Wissenstransfers zu verbessern, sollten gezielte Marketing- und Kommunikationsstrategien entwickelt werden. Diese sollten sowohl traditionelle als auch soziale Medien einbeziehen und auf die spezifischen Bedürfnisse und Vorbehalte der Zielgruppen zugeschnitten sein. Digitale Medien bieten die Möglichkeit, maßgeschneiderte Inhalte schnell und effizient zu verteilen, wobei sie gleichzeitig den Unternehmen Flexibilität in der Nutzung bieten. Sie ermöglichen auch eine Skalierung des Transfers über geografische Grenzen hinweg.

Maßnahmen zur **Sensibilisierung** könnten durch gezielte Kampagnen und die Nutzung von Social Media Plattformen verstärkt werden. KMU zeigen verstärkte Präsenz auf LinkedIn und nutzen diese Plattform zur Vernetzung. Die Verbreitung von Workshopangeboten ist über diesen Kanal sehr erfolgreich und erreicht Unternehmen. Handwerksbetriebe hingegen sind dort weniger zu finden, nutzen aber unter anderen beispielweise Instagram. Die Nutzung digitaler Plattformen steigt stetig und ist auch auf die Etablierung jüngerer Unternehmer und Unternehmerinnen in den Betrieben zurückzuführen. Ein bewährtes digitales Instrument sind nach wie vor Newsletter, die leicht zur Informationsverbreitung und Bewerbung von

Veranstaltungen genutzt werden können. Besonders geeignet für solche Formate ist etwa die Aufbereitung von Erfolgsbeispielen, mit denen sich Unternehmen der gleichen Branche oder mit ähnlichen Problemstellungen identifizieren können. Hier sind die Projektmitglieder aber besonders auf die bestehenden Abonnenten der Multiplikatoren, also vorhandene Infrastrukturen angewiesen, da es als neues und unbekanntes Vorhaben sehr arbeitsintensiv ist, sich eine Leserschaft und Verteilerlisten für Newsletter neu aufzubauen.

Da sich zahlreiche Unternehmer und Unternehmerinnen schon über Videos bei YouTube informieren, können Multiplikatoren und Projekte dieses Format nutzen, um über Ihre Arbeit oder Erfolgsbeispiele aufzuklären. Dieses Format eignet sich sowohl zu Sensibilisierung als auch zur Wissensvermittlung und kann sich durch gute Bewertungen und Likes durch die Zuschauer auch selbstständig vermehren.

Für bereits sensibilisierte Betriebe, die sich für die **Wissensvermittlung** in Form von angebotenen Schulungen und ähnlichen Formaten interessieren, ist der Einsatz von digitalen Formaten wie Webinaren und Online-Workshops zur **Information** sehr effektiv. Dabei wird zum einen auf die zeitlichen Ressourcen der Unternehmerinnen und Unternehmer Rücksicht genommen, da diese meist keine Reisen und ganztägige Ausfälle für Schulungsangebot in Kauf nehmen können oder wollen. Hier sind vor allem Online-Formate zu wählen, die von kurzer Dauer sind (ca. 60-90 Minuten pro Veranstaltung) und in den Zeiten außerhalb der Kerngeschäftszeiten gewählt werden. Ein gutes Beispiel ist der IT-Stammtisch des Kompetenzzentrums Smart Services Baden-Württemberg, bei dem ein mehrteilige Informationsveranstaltung jeweils einmal im Monat von 18-19 Uhr über verschiedene Themen der IT-Sicherheit informiert. So sind die Termine gut planbar und in den Alltag integrierbar, die sie außerhalb der Kerngeschäftszeiten durchgeführt werden können. Auch die IHK Siegen berichtet von positiver Resonanz digitaler Veranstaltungen wie den Digital Scouts, die den Unternehmen einen besseren Umgang mit digitalen Themen und der IT-Sicherheit näherbringen. Es werden Webinare auch zu anderen Themen angeboten, nach dem Motto: „Eine Stunde, ein Thema“. Diese Formate liefern Denkanstöße und erste Impulse zu aktuellen Themen und sind gut geeignet für eine kurze Zeit- und Konzentrationsspanne. Durch mehrteilige Online-Formaten lässt sich auch tiefergehendes Wissen gut vermitteln. Der Einsatz von digitalen Formaten wie Webinaren und Online-Workshops wird also als effektiv für die **breite Wissensvermittlung** erkannt, um eine breite Palette von KMU schnell und kostengünstig zu erreichen. Sie sind besonders nützlich für die Vermittlung von Wissen über Themen wie z.B. neue Technologien und Geschäftsstrategien. Diese Workshops werden meist auch in Kooperation (durch Bereitstellung von Referenten) mit anderen Transferprojekten durchgeführt und sind daher durch die Laufzeit der Projekte zeitlich begrenzt.

Digitale Formate unterliegen aber auch ständiger Veränderung durch veränderte Technik und Möglichkeiten und neuen technologischen Trends verändert sich auch das Nutzerverhalten. Hier ist darauf zu achten, dass man neuen Trends im Auge behält und diese auch schnell adaptieren und umsetzen kann. So wird es in Zukunft immer wichtiger sein, auch neue digitale Formate zu übernehmen und zu testen und sich auch beim Thema Wissenschaftstransfer auf neue Wege zu begeben, um die Zielgruppe zu erreichen.

Nutzung physischer und hybrider Formate

Auch in den heutigen Zeiten zunehmender Digitalisierung, informieren viele Unternehmen sich noch in Fachzeitschriften oder Branchenmagazinen. Das bestehende Interesse der Unternehmen an diesen physischen Formaten sollte seitens der Multiplikatoren und der Forschung nicht unterschätzt werden. Beispielweise sind die Print-Medien der IHKs weit verbreitet und ermöglichen auch Projekten die Möglichkeit, dort auf sich aufmerksam zu machen. Hier sollte sich seitens der Projekte nicht gescheut werden, die Kammern und Verbände zur Veröffentlichung von Artikeln anzusprechen und diese Kanäle effektiv zu nutzen, da sie über eine große Leserschaft verfügen. Auch Branchenmagazine stehen einer Verbreitung von Werbung für Weiterbildungsangebote in der Regel aufgeschlossen gegenüber und können auch über Ihre Webseiten und Verteiler informieren. Solche Artikel und Angebote in Printmedien eignen sich vor allem zur Sensibilisierung und Information für Themenbereichen oder als Werbeinstrument für Schulungsangebote. Vor allem Praxisbeispiele aus bestimmten Branchen sind hier interessant und erreichen sofort die angestrebte Zielgruppe.

Inhalte können in der Regel leicht aufbereitet werden, dass sie sowohl in Magazinen als Textbeitrag mit Bild oder über Newsletter als auch Social Media verbreitet werden können. Hierfür eignen sich besonders regionale und überregionale Schulungs- und Informationsangebote wie auch online stattfindende Workshops und Maßnahmen, sowie das Herausstellen von bereits bestehenden Erfolgsbeispielen. Mit physischen und digitalen Medien sind die Multiplikatoren in der Lage, auch regionale Schwerpunkte zu setzen und auf das Informationsverhalten der jeweiligen Adressatengruppe einzugehen. Es wird empfohlen, Transferprojekte und -formate lokal und kontextabhängig zu gestalten, um sicherzustellen, dass sie den spezifischen Bedürfnissen der lokalen Unternehmen entsprechen.

Hybride Veranstaltungen, also Kombinationen aus Online- und Präsenzformaten können flexibel auf die Bedürfnisse und Präferenzen verschiedener Unternehmensgruppen eingehen. So können Auftaktveranstaltungen Online abgehalten werden, um die Adressaten zu informieren. Besteht Interesse zur Vertiefung des Themas kann es aber auch sinnvoll sein, weitere Veranstaltungen in Präsenz durchzuführen. Die Diskussion innerhalb der Expertengruppe hat gezeigt, dass zur **Qualifizierung und Umsetzung** konkreter Maßnahmen Online-Formate nur bedingt und in gewissen Bereichen sinnvoll sind. Die Wichtigkeit von Präsenzveranstaltungen für tiefere Qualifizierungsmaßnahmen und direkten Austausch wird ebenfalls hervorgehoben, da für die Umsetzung praktischer Fähigkeiten Präsenzformate notwendig sind. Sobald es um konkrete Probleme eines Betriebes geht, die nicht generalisierbar und von allgemeinem Interesse sind, müssen andere Formate gefunden werden, die auf die spezifischen Bedürfnisse der Unternehmen eingehen können. Ein Schlüsselaspekt von Präsenzveranstaltungen ist die direkte Übertragung von Wissen und Fähigkeiten durch die maßgeschneiderte Betreuung von Unternehmen.

Ein klarer Vorteil von Veranstaltungen in Präsenz ist auch die Vernetzung der Akteure. Diese Vernetzung findet in der Praxis in Form von Networking, also Gesprächen, beispielsweise auch in Pausenzeiten statt und hat immer einen persönlichen Charakter, der in Online-Formaten nicht gegeben ist. So ist es z.B. sinnvoll, Unternehmen innerhalb von Branchen mit ähnlichen Problemstellungen auch physisch zusammenzubringen. Gerade bei nicht moderierten

Gesprächsrunden oder informellen Runden ergeben sich neue Fragestellungen, die zu Zusammenarbeit und innovativen Lösungen führen können.

Eine Möglichkeit, die Unternehmerinnen und Unternehmer bei Präsenzveranstaltungen zusammen zu bringen, können auch Werbe- und Marketingmaßnahmen mit prominenten Persönlichkeiten sein, die als Keynote-Speaker oder Botschafter geladen werden. So ist beispielweise Rodellegende Georg Hackl Botschafter des Fachverbands Biogas und nutzt die mediale Aufmerksamkeit auch für deren Themen und Veranstaltungen. So können auch regionale Persönlichkeiten angefragt und eingeladen werden, um das Interesse der Betriebe an bestimmten Themen zu wecken.

So sollten auch regionale und überregionale Messen gefördert werden, die Akteure zusammenbringen. Gerade zur Anwerbung von Fachkräften und Absolventen sind Messen nach wie vor beliebt, sollten aber verstärkt auch zum Networking der Unternehmen und Betriebe untereinander beworben werden. Messen punkten darin, Menschen physisch zueinander zu bringen und daher auch den unmoderierten Austausch zu fördern. Erfolgreiche Beispiele sind die Tage oder Nächte der Technik, veranstaltet von Wirtschaftsförderung und Hochschulen, die ein breites Publikum, von Studierenden bis Unternehmen ansprechen und gerade auch die Innovationsförderung zum Ziel haben. Zusammenarbeit zwischen Praxis und Wissenschaft fördert auch die von der IHK zu Düsseldorf initiierte Veranstaltung Science meets Industry. Ein weiteres Beispiel ist die Digital X Change Messe am Campus Gummersbach des Innovation Hub Bergisches Rheinland mit besonderem Fokus auf digitalen Möglichkeiten.

Andere klassische Formate können auch Lesungen sein, wie die in Zusammenarbeit mit der IHK Siegen im Rahmen des Projektes Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Siegen stattfindende Vortragsreihe zu mittelstandsrelevanten Themen. Hier liegt der Fokus auf Potenzialen durch Technologietransfer zwischen Universität und der regionalen Industrie. Im Idealfall bringen die Betriebe ihre Themen und Beispiele mit ein und es ergeben sich neuen Zusammenarbeiten und Synergien für Innovationen.

Es kommt also nicht immer darauf an, möglichst innovative oder digitale Formate zu nutzen, sondern die Trends und das sich verändernde Nutzerverhalten der Adressaten zu verstehen und darauf zu reagieren. Durch kontextabhängige Nutzung der Formate sollen KMU und Handwerksbetriebe möglichst dort abgeholt werden, wo sie stehen, sei es digital oder regionale in klassischen Medien.

Fazit und Ausblick

Im Folgenden werden die diskutierten Hauptthemen mit ihren Schwerpunkten und Erkenntnissen noch einmal thematisch zusammengefasst:

Dringender Bedarf für verbesserte Transfermechanismen: Die beiden Workshops haben deutlich gemacht, dass ein großer Bedarf besteht, die Mechanismen und Prozesse des Wissenstransfers zu verbessern. Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen sowie Handwerksbetriebe benötigen effektivere Unterstützung, um wissenschaftliche Erkenntnisse in die Praxis umzusetzen und von diesen zu profitieren.

Kommunikation und Sensibilisierung: Die größte Herausforderung im Praxistransfer ist oft die Sensibilisierung der Zielgruppen für die Bedeutung und den Nutzen von Transferaktivitäten. Die Kommunikation muss klar und zielgruppenorientiert sein, um Unternehmen und Betriebe effektiv zu erreichen und für Transferprojekte zu gewinnen. Die positive Resonanz auf digitale Formate wie Webinare und Online-Workshops sollte genutzt werden, um diese Angebote weiter auszubauen. Gleichzeitig sollten hybride Modelle, die sowohl Online-Elemente als auch Präsenzveranstaltungen umfassen, gefördert werden, um eine breitere Zielgruppe zu erreichen und verschiedene Lernstile zu unterstützen. Auch die Anpassung an lokale Bedürfnisse und Gegebenheiten ist dabei wichtig, um möglichst viele Betriebe zu erreichen. Die Diskussionen zeigten, dass innovative Ansätze und flexible Lösungen erforderlich sind, um den aktuellen und zukünftigen Anforderungen des Wissenstransfers gerecht zu werden. Dies schließt die Entwicklung neuer Transferformate und die Nutzung digitaler Technologien ein.

Vernetzung und Kooperation intensivieren: Die Notwendigkeit für Projekte und Multiplikatoren, effektive Netzwerke zu schaffen und zu pflegen, wurde als essenziell hervorgehoben. Insbesondere wurde die Bedeutung von regelmäßigen Vernetzungsveranstaltungen betont, die sowohl formelle als auch informelle Elemente enthalten sollten, um den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren zu fördern. Die Idee einer zentralen Koordinierungsstelle, die Veranstaltungen plant und Informationen bündelt, wurde als potenzielle Lösung vorgeschlagen. Insofern wurden auch diese Workshops von den Teilnehmern als nützlich für die regionale und überregionale sowie interdisziplinäre Vernetzung empfunden und daher als erfolgreich von allen Beteiligten gewürdigt. Die Schaffung von Netzwerken und die regelmäßige Kommunikation zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und weiteren Interessengruppen sind entscheidend, um den Transfer zu erleichtern und Synergien zu schaffen.

Verbesserung der Fördermittelstrukturen: Fördermittelgeber sollten dazu angehalten werden, ihre Programme so anzupassen, dass sie für KMU und Handwerksbetriebe leichter zugänglich und weniger bürokratisch sind. Ein einfacherer Zugang zu Fördermitteln kann den Unternehmen helfen, schneller und effizienter auf Unterstützung und Ressourcen zuzugreifen und Ängste und Vorbehalte abzubauen.

Erhöhung der Praxisnähe in der akademischen Ausbildung: Es wurde angeregt, dass Hochschulen und Universitäten ihre Lehrpläne stärker auf praxisbezogene Inhalte anzupassen, um mehr praxisorientierte Projekte und Tandemprogramme zu integrieren, wie es bereits an den Technischen Hochschulen praktiziert wird. Durch die Einrichtung von Tandemprojekten zwischen Studierenden und Unternehmen oder durch praxisorientierte Promotionsprogramme, die in enger Zusammenarbeit mit der Industrie durchgeführt werden, wird den Studierenden ermöglicht, direkt mit Unternehmen zusammenzuarbeiten und reale Problemstellungen zu bearbeiten, und den Unternehmen, innovative Konzepte in kurzer Zeit mit weniger Personalaufwand durchzuführen. Dazu können Regularien für Promotionen überarbeitet und Studiengänge praxisorientierter gestaltet werden. Vor allem aus anderen Hochschulkonzepten, wie denen der Hochschulen für angewandte Forschung können praxisnahe und gut funktionierende Elemente auch in den Wirtschaftswissenschaften und Ingenieursstudiengängen an Universitäten übernommen werden, um die Lehre anzureichern und praxisnäher zu gestalten.

Nachhaltigkeit und Langfristigkeit der Transferprojekte: Langfristigkeit und Nachhaltigkeit von Transferprojekten sind entscheidend für ihren Erfolg. Kurzfristige Projekte können zwar sofortige Bedürfnisse decken, aber dauerhafte Partnerschaften und fortlaufende Unterstützungsstrukturen sind notwendig, um langfristige Vorteile zu erzielen und kontinuierliches Lernen und Anpassung zu ermöglichen.

Diese vorläufigen Erkenntnisse und Tendenzen bieten eine Grundlage, um die weiteren Forschungs- und Transferaktivitäten im Rahmen des ProTraFo-Projekts zu gestalten und effektiv auf die Bedürfnisse der Zielgruppe einzugehen. Die Empfehlungen sollen dazu beitragen, den Transferprozess nicht nur zu verbessern, sondern auch nachhaltig in die Strukturen der beteiligten Organisationen und Unternehmen zu integrieren. Ziel ist es, eine Kultur des kontinuierlichen Lernens und der Kooperation zu fördern, die den Herausforderungen einer sich schnell verändernden Wirtschaft und Gesellschaft gewachsen ist.