



# Im Außendienst der Wissenschaft

Kleine und mittlere Unternehmen profitieren von neuen Technologien und vom Wissen aus den Hochschulen.

Das Problem ist: Viele Unternehmen haben keine Erfahrung darin, Kooperationsprojekte mit Hochschulen durchzuführen.

Das lässt sich ändern.

„Drei Jahre Vollbeschäftigung für 60 Mitarbeiter“ – So heißt die Quintessenz eines Auftrags, der nur deshalb zustande kam, weil Manfred Schweer zum richtigen Zeitpunkt den Maschinenbauer Gruse fachlich an den hannoverschen Professor für Produktdesign, Michael Nicklas, vermittelte. Ohne das überarbeitete Design, sagte der damalige Gruse-Geschäftsführer Werner Jobst auf dem Technologietransfertag im November 2010 in Hameln, hätten sie den größten Auftrag ihrer 141-jährigen Firmengeschichte nicht bekommen. Mittlerweile hat Gruse damit begonnen, in Groß Berkel im Landkreis Hameln-Pyrmont die bestellten 3500 Hubtische für BMW zu produzieren. Das Unternehmen ist damit das Flaggschiff für den Technologietransfer in der Region Weserbergland plus, zu der die Landkreise Hameln-Pyrmont, Holzmin-den, Nienburg/Weser und Schaumburg gehören.

Manfred Schweer von der PZH GmbH ist das Gesicht des Technologietransfers in der Region Weserbergland plus. Vor elf Jahren hatten zunächst Schaumburg und Hameln-Pyrmont den Ingenieur damit beauftragt, die ansässigen Unternehmen in Sachen Technologietransfer zu beraten. Heute betreut er 220 Unternehmen in den vier Landkreisen. Grundsätzlich ist das nichts Ungewöhnliches, denn mittlerweile wer-

den von vielen Landkreisen in Niedersachsen entsprechende Mittler beauftragt. Die besondere Stärke von Schweers Arbeit in den Landkreisen: Die Unternehmen werden direkt von ihm angesprochen. Da die Landkreise die PZH GmbH beauftragen, ist Schwerer in der Wahl der fachlichen Ansprechpartner frei. „Unser Auftrag ist es, vor Ort im Unternehmen nachzufragen, welcher Bedarf besteht“, sagt Schwerer, „danach suchen wir konkrete Ansprechpartner in den Hochschulen.“ Dabei ist er nicht an das Leistungsspektrum der Leibniz Universität Hannover und nicht an das der Fachhochschule Hannover gebunden. Er kann die Anfragen der Unternehmen an alle wissenschaftlichen Einrichtungen und Hochschulen vermitteln. Gerade hat er bei einem Experten aus der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover angefragt. Und wenn vor Ort kein Experte zu finden ist, recherchiert er auch bundesweit. Selbst in München ist er mit einem Unternehmen gewesen. Aber das war bisher die Ausnahme.

Und wie sieht der Normalfall aus? Tatsächlich melden sich bei ihm selten Unternehmen selbst als Neukunde. „Unternehmer haben im Tagesgeschäft oft nicht die Zeit, sich um Expertenwissen und Lösungen aus den Hochschulen zu bemühen. Die Kontakte entstehen auf Veranstaltungen,

Vorträgen und nach Gesprächen mit den Ansprechpartnern aus der Wirtschaftsförderung der Landkreise“, sagt Schwerer. Der direkte Kontakt zu seinen Auftraggebern, den Wirtschaftsförderern in den Landkreisen, ist daher wichtig für seine tägliche Arbeit. Die Wirtschaftsförderer kennen ihre Unternehmen vor Ort und können innovative Unternehmen identifizieren. Schwerer nimmt den Kontakt zu diesen Unternehmen auf; im Auftrag des Landkreises und mit der Hochschule im Rücken. Das ist das Konzept, mit dem er die Unternehmen vor Ort erreicht. „Wenn man sich die Zeit nimmt und zu den Unternehmern fährt, dann entsteht im persönlichen Gespräch fast immer ein Projekt. Aber man muss rausfahren – ohne Wenn und Aber.“ Die „Stammkunden“, die bereits vom Expertenwissen der Hochschulen profitiert haben, sind besonders wertvoll, denn sie halten den Kontakt zu den Wissenschaftlern.

Der persönliche Kontakt spielt auch in der zweiten Phase die Hauptrolle: Schwerer sucht den richtigen Kontakt für das Unternehmen. Wenn er mit den potenziellen Hochschulansprechpartnern bisher noch nicht zusammengearbeitet hat, folgt auf ein Telefonat im Normalfall ein persönliches Gespräch von Angesicht zu Angesicht. Erst danach treffen sich alle beim Unternehmen im Landkreis.

„In den meisten Fällen entsteht ein gemeinsames Projekt, denn die Eckpunkte und die Qualifikation sind ja vorher schon vereinbart worden.“ Er berät die beiden Parteien, ob und wo es Fördermöglichkeiten für ihr potenzielles Projekt gibt, und unterstützt die Hochschule bei der Angebotsgestaltung. Der Auftrag selbst wird vom Unternehmer direkt an die Hochschule vergeben. Die meisten Projekte entstehen in den Bereichen Prozesssteuerung, Technik, Produktdesign, Marketing und Marktstudien.

## Das Unternehmen nennt das Ergebnis „existenzsichernd für die nächsten 15 Jahre“.

Am liebsten erzählt Schwerer von Überraschungserfolgen, von Ergebnissen oder Verbindungen, mit denen niemand gerechnet hätte. Ein kleines Unternehmen für Datentechnik beispielsweise, das sich auf einen sehr speziellen, engen Kundenstamm ausgerichtet hat, sagt: Wenn wir jedes Jahr einen einzigen Kunden gewinnen, ist ein gesundes Unternehmenswachstum gesichert; aber es gibt keine neuen potenziellen Kunden mehr am Markt. Schwerer vermittelt über die studentische Unternehmensberatung Janus Consultants

e.V. Studenten, die eine Marktstudie erarbeiten und 15 maßgeschneiderte potenzielle Kunden finden. Das Unternehmen nennt das Ergebnis „existenzsichernd für die nächsten 15 Jahre“. Oder: Ein Hersteller benötigt für eine Neuentwicklung eine integrierte Dämmung und weiß nicht, dass ein Unternehmen – im Landkreis nebenan – genau so etwas fertigt. Beispiele wie diese gibt es einige.

Und da Beispiele erfolgreicher Kooperationen „von nebenan“ noch immer der beste Anreiz für die Unternehmen sind, sich selbst mit dem Thema auseinanderzusetzen, haben Schweer und seine Kollegen von der PZH GmbH 2010 die Werbetrommel für den Technologietransfer gerührt. Sie haben – mit Unterstützung des Niedersächsischen Ministeriums für Wissenschaft und Kultur – Beispiele gelungener Kooperationen gesammelt, Poster und Broschüren gedruckt und sie in einer Ausstellung an insgesamt 13 öffentlichen Orten und mit sieben Begleitveranstaltungen in den vier Landkreisen vorgestellt.

Parallel dazu sind Ende 2010 in Kooperation mit der Industrie- und Handelskammer und Hochschulen aus Hannover und Hildesheim auch die „Werkstattgespräche“ gestartet. Ein halbes Jahr lang lädt die PZH GmbH einmal im Monat an verschiedene Standorte ein. Die Themen: Umformtechnik, Fertigungsverfahren,

Ingenieursausbildung, Design und Produktentwicklung, Schweißtechnik, Arbeitgeberattraktivität. Auch hier steht die Idee im Mittelpunkt, Akteure aus kleineren Unternehmen und aus den Hochschulen auf Augenhöhe zusammenzubringen.

Die Werkstattgespräche finden deshalb nicht in Seminarräumen statt, sondern, wie der Name es nahelegt, in Werkstätten oder Labors. An der Schmiedepresse, so die Idee, lässt sich leichter und konkreter über umformtechnische Probleme sprechen als vor einer PowerPoint Präsentation. Tatsächlich haben die ersten beiden Termine, die in zwei Hallen im PZH stattfanden, genau das gezeigt. „Es gibt durchaus Berührungspunkte“, sagt Thorsten Schnebeck, Organisator seitens der PZH GmbH. „Die

bisherigen Werkstattgespräche haben aber gezeigt, dass wir genau diese Hemmnisse abbauen und vermitteln können, dass an der Hochschule nicht nur Grundlagenforschung betrieben wird, sondern dass die Institute auch sehr anwendungsnahe Forschungs- und Entwicklungsdienstleistungen bieten – etwa für Mess- und Prüfaufgaben oder Machbarkeitsstudien.“

Für Schweer war 2010 durch die intensive Öffentlichkeitsarbeit mit Technologietransfertagen, Ausstellungen und Broschüre ein besonderes Jahr, das für viele neue Kunden gesorgt hat. Jetzt heißt es wieder: Rausfahren zu den Unternehmen, Gespräche führen, die richtigen Ansprechpartner finden. Und so das Wissen dahin vermitteln, wo es gebraucht wird.



Das erste Werkstattgespräch im IFUM am PZH. Durch direkte Kontakte zwischen Unternehmern und Forschern an den Instituten nehmen die Hemmschwellen ab.