

HAW als Treiber des Transfers in die Gesellschaft

Isabel Roessler, Frank Ziegele

Third Mission, Transfer, soziale Innovationen. Die Hochschulen für angewandte Wissenschaften haben sich in diesem Zusammenhang in den vergangenen Jahren als Vorreiter gezeigt. Sie betreiben nicht nur erfolgreich Technologietransfer, durch Transfer in die Gesellschaft bringen sie auch soziale Innovationen hervor.

Inzwischen entstanden Förderprogramme und Gesetze, die nun dabei helfen, den Transfer in die Gesellschaft weiter zu gestalten und auszubauen. Doch damit Transfer in die Gesellschaft auf Dauer erfolgreich durchgeführt werden kann, müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt werden. Nicht nur auf Seiten der Politik, sondern auch auf Seiten der Hochschulen.

A. HAW schaffen durch angewandte Forschung eine Basis für Wissenstransfer

Als Ende der 1960er Jahre die Fachhochschulen in Deutschland gegründet wurden, gingen sie mehrheitlich aus den Ingenieurschulen hervor, waren also technisch ausgerichtet und hatten zuvorderst die Mission, den geänderten Anforderungen an die Ingenieursausbildung zu dienen (CHE Centrum für Hochschulentwicklung, Technische Hochschule Lübeck 2019).

Die HAW sind jedoch nicht in ihrer Entwicklung stehengeblieben: In den vergangenen Jahrzehnten gewann die angewandte Forschung immer mehr an Bedeutung und wurde den HAW zu Beginn der 90er Jahre auch in allen Hochschulgesetzen zugestanden. Durch die angewandte Forschung können und sollen die Hochschulen einen Beitrag zum wirtschaftlichen und technologischen Wandel leisten. Dies gelingt ihnen insbesondere durch Wissenstransfer, also die Überführung der Ergebnisse der (angewandten) Forschung in die Wirtschaft und Gesellschaft.

Für eben diesen Transfer sind die HAW geradezu prädestiniert. Erstens, da die Professorinnen und Professoren aufgrund der Verpflichtung, mindestens drei Jahre außerhalb der Hochschule gearbeitet zu haben, in der Regel über sehr gute Kontakte in Wirtschaft und Gesellschaft verfügen.

Zweitens aufgrund der teilweise ausschließlich oder zumindest mehrheitlich (Statistisches Bundesamt 2021) an den HAW angebotenen Fächer: Neben den Ingenieurwissenschaften sind auch Fächer wie Soziale Arbeit, Pflegewissenschaft und Wirtschaftspsychologie oder auch neue Gesundheitsfächer wie die Hebammenwissenschaft dafür geschaffen, Wissen in die Praxis zu transferieren und breite Gruppen der Gesellschaft zu adressieren.

Drittens weisen die Studierenden eine starke Transferorientierung auf: Nicht nur aufgrund der ohnehin praxisorientiert ausgelegten Studiengänge, integrierter Praxissemester und Pflichtpraktika in Unternehmen, sondern auch, da inzwischen viele Studierende ihre Abschlussarbeiten in Unternehmen schreiben.

I. Third Mission trat zu Lehre und Forschung hinzu

Den Hochschulen für angewandte Wissenschaften kommt es daher entgegen, dass neben Lehre und Forschung weitere Aufgaben und Tätigkeitsfelder auf die Hochschulen zugekommen sind. Unternehmen und Gesellschaft haben heute Interesse an den Leistungen der Hochschulen, als „stakeholder“ fordern sie Rechenschaft ein. Das führt zu gesellschaftlichen Ansprüchen an die Hochschulen (Roessler, Duong, Hachmeister 2015). Insbesondere durch Transfer, wissenschaftliche Weiterbildung und gesellschaftliches Engagement kann diesen neuen Ansprüchen begegnet werden, die unter dem Begriff „Third Mission“ gebündelt werden (E3M-Project 2012).

Gesellschaftliches oder regionales Engagement, Nutzen für die Gesellschaft, Kooperationen mit zivilgesellschaftlichen Partnern und als Folge nicht nur technologische, sondern auch soziale Innovation gehören in gleicher Weise zur Third Mission. (Roessler, Duong, Hachmeister 2015). Bei sozialen Innovationen handelt es sich um neue gesellschaftliche oder soziale Praktiken, die von bestimmten Personen oder Organisationen ausgehen, auf die Lösung von Problemen zielen, direkt oder indirekt gesellschaftliche oder soziale Bedarfe decken und in den entsprechenden Handlungsfeldern angenommen werden (Roessler et al. 2020). Die HAW waren auf all dies sehr gut vorbereitet.

II. Transfer in die Gesellschaft ist im Aufbau begriffen

Doch nicht nur die Haltung der Gesellschaft den Hochschulen gegenüber veränderte sich. Zugleich entwickelten sich die Hochschulen weiter. Aufgrund der an den HAW vorherrschenden Bedingungen war es naheliegend, dass die Hochschulmitglieder auch das Ziel verfolgten, das Ergebnis ihrer angewandten Forschung durch Zusammenarbeit mit Unternehmen weiter zum Produkt zu entwickeln. Um dieses Ziel zu erreichen, wurden Transfermaßnahmen notwendig. So gaben HAW-Leitungen in einer Studie von 2015 an, besonders aktiv Forschungsk Kooperationen mit Unternehmen durchzuführen: 49,4 Prozent der HAW-Leitungen schätzten sich als sehr aktiv in diesem Bereich ein. Im Wissens- und Technologietransfer belief sich der Anteil auf 28,2 Prozent (Roessler 2016).

Das Engagement zahlt sich aus: Deutsche HAW gehören auch international zu den führenden Einrichtungen, wenn es um Kooperationen mit Partnern jenseits der Hochschulmauern geht. Das internationale Hochschulranking U-Multirank veröffentlicht jährlich die Global Top 25 Performer in verschiedenen Indikatoren. Bei Co-Publikationen mit Partnern aus der Industrie, regionalen Veröffentlichungen mit externem Partner und im Kooperationsindex sind Hochschulen für angewandte Wissenschaften gelistet. Eine deutsche Universität findet sich hingegen in keiner dieser Listen (U-Multirank 2021). Die Ergebnisse zeigen: Hochschulen für angewandte Wissenschaften leben den Transfer in die Wirtschaft in ihren Aktivitäten und sind darin auch sehr erfolgreich.

Im Gegensatz zu Transfer in die Wirtschaft ist der Kontakt in die Gesellschaft schwächer ausgeprägt. Dabei bringen die an den HAW angebotenen Fächer das Potenzial mit, den Transfer auf weite Bereiche der Gesellschaft auszudehnen.

Doch 2015 gaben nur rund 29 Prozent der HAW-Leitungen an, bereits sehr aktiv zu sein, wenn es um zivilgesellschaftliche Forschungsk Kooperationen geht. Gesellschaftliche Verantwortung übernahmen nach eigener Aussage 20 Prozent sehr aktiv und im Feld sozialer Innovationen schätzten sich nur 13,3 Prozent als sehr aktiv ein (Roessler 2016).

Inzwischen beschäftigen sich jedoch viele Professorinnen und Professoren der HAW in ihrer täglichen Arbeit mit sozialen Innovationen. In einer 2020 durchgeführten Umfrage unter Professorinnen und Professoren in den Fächern Pflegewissenschaft sowie Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie an Universitäten und Hochschulen für angewandte Wissenschaften konnte gezeigt werden, dass bereits 65 Prozent der Befragten an HAW nach eigener Aussage aktiv an einer sozialen Innovation beteiligt waren (Roessler et al. 2020).

Wenn sich bereits fast zwei Drittel der Professorinnen und Professoren an sozialen Innovationen beteiligt haben, zeigt dies, wie wichtig in bestimmten Fächern bereits der Austausch mit der Gesellschaft gesehen wird.

III. Ausmaß des Transfers in die Gesellschaft unterschiedlich stark in den Hochschulen verankert

Die Hochschulen profitieren von der ständigen Auseinandersetzung mit den Problemen und Fragestellungen von Gesellschaft und Wirtschaft, da sich Lehre und Forschung durch die Zusammenarbeit mit hochschulexternen Partnern kontinuierlich weiterentwickeln. Transfer ist heute daher ein fester Bestandteil des Alltagsgeschäfts und eng mit der angewandten Forschung verbunden (Hochschulrektorenkonferenz 2017). Wie umfangreich Transfer in die Gesellschaft in den Hochschulen etabliert ist, unterscheidet sich zwischen den Hochschulen allerdings deutlich.

Weitestgehend durchgesetzt haben sich Maßnahmen, die der Wissenschaftskommunikation zuzuordnen sind und dem partizipativen Austausch mit der Gesellschaft dienen. Klassiker wie die „Lange Nacht der Wissenschaft“ sind darunter, aber auch unkonventionelle Maßnahmen wie die Science Bench der ostbayrischen Hochschulen Regensburg, Amberg-Weiden, Deggendorf, Landshut, der Universität Passau und der Universität Regensburg, auf der beispielsweise mit zufällig vorbeikommenden Bürgerinnen und Bürgern über die Energiewende gesprochen wird – mitten in der Fußgängerzone. Oder das Innovation(s)Mobil der Jade Hochschule und der Universität Oldenburg, das für Ausstellungen, Vorträge oder interaktiven und forschungsnahen Unterricht an Schulen genutzt wird.

Besonders weit geht die TH Köln, die sich das Leitmotiv „Soziale Innovationen gemeinsam gestalten“ gab. Die Hochschule verfolgt mit dem Leitbild eine Mission: Sie möchte durch die Forschung Wissen generieren und für Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Kultur wirksam machen. Dafür werden die Forschungsaktivitäten nach Möglichkeit vor dem Hintergrund der Sustainable Development Goals profiliert, orientieren sich also stark an der gesellschaftlichen Nachfrage. Um nah am Bedarf zu sein, werden zivilgesellschaftliche, wissenschaftliche und wirtschaftliche Partner aus der Region früh in Forschungs- und Transferprozesse eingebunden, sodass sie schon an der Ideengenerierung aktiv beteiligt werden. Das führt auch dazu, dass die Hochschule im Transfer keine separate Aufgabe sieht, sondern dass Transfer eingebettet in Lehre und Forschung stattfindet. Living Labs bzw. Reallabore haben sich als sehr gute Formate gezeigt, um handlungs-

nahes Wissen mit Praxispartnern real zu entwickeln, zu etablieren und umzusetzen. Die Missionsorientierung der Hochschule findet sich zudem in allen relevanten Strategien: Im Hochschulentwicklungsplan genauso wie in der Transferstrategie und der Forschungsstrategie (Brinkmann, Roessler, Ulrich 2021).

B. Förderprogramme und Politik folgen der Entwicklung

Die HAW sind vorangeschritten, die Gesetzgebung hat nachgezogen. Es erscheint konsequent, dass die Landeshochschulgesetze in der Folge der Entwicklung an den Hochschulen den Transfer auch in einen gesetzlichen Rahmen gegossen haben.

I. Transfer in die Gesellschaft in Gesetzen verankert

Jedes Bundesland sieht heute Wissens- und Technologietransfer als Aufgabe der Hochschulen vor. Der Transfer in die Gesellschaft und damit verbundene soziale Innovationen werden teilweise ebenfalls bereits aufgegriffen.

So schreibt Berlin in § 4 des Hochschulgesetzes seinen Hochschulen vor: „Die Hochschulen fördern den Wissenstransfer zwischen ihren Einrichtungen und allen Bereichen der Gesellschaft und wirken darauf hin, dass die gewonnenen wissenschaftlichen Erkenntnisse im Interesse der Gesellschaft weiterentwickelt und genutzt werden können.“ Damit sind den Berliner Hochschulen Transfer in die Gesellschaft und damit auch soziale Innovationen ins Stammbuch geschrieben worden. In Thüringen sieht das Hochschulgesetz vor, dass der Wissens- und Technologietransfer zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beitragen solle (§ 5, Abs. 2).

II. Transfer in die Gesellschaft im Ausbau begriffen

Gesetze schaffen zwar die Rahmenbedingungen, sie setzen aber keine Anreize. Förderprogramme schaffen hier Abhilfe. Zu nennen sind im Kontext des Transfers in die Gesellschaft insbesondere SILQUA – Soziale Innovationen für mehr Lebensqualität im Alter, FH Sozial oder auch die Innovative Hochschule. Dass sich diese Förderprogramme insbesondere an die Hochschulen für angewandte Wissenschaften richten, unterstreicht die

Bedeutung des Transfers für diesen Hochschultyp eindrücklich. Diese Stärke der HAW wird auch von den politischen Akteuren wahrgenommen: Im Koalitionsvertrag des 19. Deutschen Bundestags wurde getitelt, dass ab nun mehr Fortschritt gewagt werden solle. Der zu gründenden Agentur für Transfer und Innovation – DATI kommt dabei eine tragende Rolle zu. Sie soll den Aufbruch in ein Innovationsjahrzehnt markieren – und richtet sich insbesondere an Hochschulen für angewandte Wissenschaften und kleine und mittlere Universitäten.

Anwendungsorientierte Forschung und Transfer sollen gestärkt und regionale sowie überregionaler Innovationsökosysteme geschaffen werden. Darum soll der Weg zur Innovation auch gemeinsam mit Start-Ups und KMU besritten werden. Und die Regierung geht noch weiter: Sie möchte Innovationsregionen schaffen, die zu Leuchttürmen unter den internationalen Forschungs- und Transferräumen werden. Die Bundesregierung hat dabei ebenfalls nicht nur technologische Innovationen im Blick, sondern denkt auch an soziale Innovationen (Bundesregierung 2021).

C. Schritte zur weiteren Stärkung des Transfers in die Gesellschaft

Die Aktivitäten der Hochschulen, die Integration in die Gesetze und die Förderprogramme zeigen: Transfer in die Gesellschaft und in ihrer Folge soziale Innovationen lassen sich gezielt stärken und ausbauen. Dafür ist es allerdings notwendig, nicht nur engagiert Transferaktivitäten durchzuführen oder den Austausch mit der Gesellschaft als Hochschulaufgabe in Gesetzen zu verankern. Vielmehr müssen die Zusammenhänge zwischen den notwendigen Vorbedingungen, den zu Transfer führenden Aktivitäten und Resultaten und den daraus resultierenden Folgen sichtbar gemacht werden.

Den Vorbedingungen ist besonders viel Aufmerksamkeit zu widmen, da die Hochschulen und die Politik hier die meisten Möglichkeiten haben, dem Transfer in die Gesellschaft Schwung zu geben.

I. Professionelles Transfer- und Innovationsmanagement in den Hochschulen

Beeinflussbar und notwendig für die gezielte Unterstützung von Transfer in die Gesellschaft ist die Etablierung eines professionellen Transfer- und Innovationsmanagements.

An den Hochschulen müssen Freiräume dafür geschaffen werden, sich mit Themen und Formaten beschäftigen zu können, welche die Gesellschaft adressieren. Besonders hilfreich sind entsprechende hochschulische Strategien, strategische Partnerschaften mit externen Partnern, Anschubfinanzierungen von Projekten und Anreize wie beispielsweise Lehrdeputatsreduktionen und eine Kultur des Ermöglichens, die mit Wertschätzung für Aktivitäten einhergeht, die zum Austausch mit der Zivilgesellschaft führen (Roessler et al. 2020).

Diese Vorbedingungen wirken sich unterstützend auf verschiedene Aktivitäten aus, die den Transfer in die Gesellschaft ermöglichen. Dazu zählen Projekte mit einem zivilgesellschaftlichen Partner oder auch Service Learning Projekte von Studierenden. Resultate dieser Aktivitäten können ebenfalls eine starke Einbindung der Gesellschaft aufweisen. Zu nennen sind gemeinsame Veröffentlichungen von Hochschulmitgliedern und ihren Partnern aus den zivilgesellschaftlichen Einrichtungen, gemeinsame Vorträge, Austauschformate, in denen die Bevölkerung gezielt angesprochen wird oder auch Veröffentlichungen in Massenmedien wie Zeitungen und Fernsehen.

Gerade die breite Information und Berichterstattung ist dazu geeignet, in der Folge eine gesellschaftliche Veränderung, sprich eine soziale Innovation, herbeizuführen (Hachmeister et al. 2016). Denn erst, wenn die Ergebnisse der Forschung in die Anwendung getragen und von den Zielgruppen übernommen werden, wird aus der Idee eine Innovation.

II. Förderung auf Augenhöhe

Externe Faktoren, die als Vorbedingungen erfüllt sein sollten, sind insbesondere ein formulierter gesellschaftlicher Bedarf an zu untersuchenden und somit auch zu transferierenden Themen und geeignete Förderprogramme (Roessler et al. 2020).

Förderprogramme sollten explizit Themen adressieren, die für die Zivilgesellschaft und die Lösung der gesellschaftlichen Herausforderungen relevant sind. Dabei ist es nicht notwendig, nur auf die 17 Global Goals (United Nations 2019) oder die 12 Megatrends (Zukunftsinstitut 2021) zu schauen. Durch wechselseitige Austauschformate zwischen Wissenschaft und Gesellschaft lassen sich spezifische – teils auch nur regional relevante – Themen identifizieren.

Darüber hinaus ist es notwendig, dass die Förderprogramme so ausgestaltet sind, dass deutlich wird, dass Transfer genauso relevant ist wie die Forschung selbst. Es ist zudem darauf zu achten, dass Transfer in

die Gesellschaft als gleichwertig zu Transfer in die Wirtschaft wahrgenommen wird. Das ist eine besondere Herausforderung, da Transfer in die Wirtschaft oftmals in der Folge zu Einnahmen führt – Patente, Lizenzen –, Transfer in die Gesellschaft solche monetären Vorteile in der Regel jedoch nicht mit sich bringt.

Die Förderung von Transfer kann dazu genutzt werden, Leuchttürme zu schaffen, wie es beispielsweise im Rahmen des Förderprogramms Innovative Hochschule vom BMBF erreicht wurde. Je nach verfolgtem Ziel ist jedoch auch eine Breitenförderung sinnvoll. Es muss daher genau ausgelotet werden, was mit dem Förderprogramm erreicht werden soll – und das gelingt nur, wenn Politik, Hochschulen und Zivilgesellschaft und auch Wirtschaft zusammenarbeiten.

Die DATI – die Deutsche Agentur für Transfer und Innovation – könnte dazu genutzt werden, eben diese Ansprüche auf Förderung zu erfüllen. Dafür muss sie mit entsprechenden finanziellen Mitteln auf Dauer ausgestattet werden. Bestehende Förderlinien und -programme müssen auf ihre Tauglichkeit hin überprüft, ggf. ausgebaut und in eine weitere Förderrunde überführt werden. Der DATI kämen sowohl Moderationsaufgaben als auch administrative und visionäre Aufgaben zu, die dazu dienen müssen, (regionale und überregionale) Bedarfe zu identifizieren, in Form von Ausschreibungen zu konkretisieren und durch passende Programme flankierend zu stützen.

Auch hier sind professionelle Transfer- und Managementstrukturen notwendig, damit durch die DATI eine Transformation des Transfergedankens, sowie der Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Gesellschaft und Politik erreicht werden kann, die geeignet ist, den gesellschaftlichen Herausforderungen entgegenzutreten.

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Brinkmann, Bianca; Roessler, Isabel; Ulrich, Saskia: Soziale Innovationen aus Hochschulen – Aktivitäten und Handlungsbedarfe, 2021. www.che.de/download/broschuere_soziale_innovationen/ – Abruf am 11.03. 2022
- Bundesregierung (Hrsg.): Mehr Fortschritt wagen – Koalitionsvertrag zwischen SPD, Bündnis 90/Die Grünen und FDP. Berlin, 2021.
- CHE Centrum für Hochschulentwicklung; Technische Hochschule Lübeck (Hrsg.): 50 Jahre Hochschulen für angewandte Wissenschaften – Festschrift. Lübeck 2019. www.che.de/wp-content/uploads/upload/50_Jahre_HAW.pdf – Abruf am 15.02 2022.

- E3M-Project: Needs and constraints analysis of the three dimensions of third mission activities, 2012. www.pi.infn.it/~giorgio/INFN/3M/E3M/Three-dim-third-mission-act.pdf – Abruf am 17.03.2022.
- Hachmeister, Cort-Denis; Möllenkamp, Moritz; Roessler, Isabel; Scholz, Christina: Katalog von Facetten von und Indikatoren für Forschung und Third Mission an Hochschulen für angewandte Wissenschaften. Gütersloh, 2016. www.che.de/downloads/CHE_AP_189_Katalog_Forschung_Third_Mission.pdf – Abruf am 17.03.2022.
- Hochschulrektorenkonferenz (Hrsg.): Transfer und Kooperation als Aufgaben der Hochschulen, 2017. www.hrk.de/positionen/beschluss/detail/transfer-und-kooperation-als-aufgaben-der-hochschulen/ – Abruf am 11.02.2022.
- Roessler, Isabel: Haben Hochschulen für angewandte Wissenschaften das Potential, Mode 3 Universitäten zu werden?, 2016. www.che.de/download/dissertation_roessler_2016_06_22pdf/?wpdmml=10340&refresh=62331945ad7391647515973 – Abruf am 17.03.2022.
- Roessler, Isabel; Duong, Sindy; Hachmeister, Cort-Denis: Welche Missionen haben Hochschulen? Third Mission als Leistung der Fachhochschulen für die und mit der Gesellschaft. Gütersloh, 2015. www.che.de/downloads/CHE_AP_191_Profilierung_durch_Third_Mission.pdf – Abruf am 17.03.2022.
- Roessler, Isabel; Hachmeister, Cort-Denis; Ulrich, Saskia; Brinkmann, Bianca: Soziale Innovationen aus Hochschulen – Verbreitung, Hemmnisse, Fördermöglichkeiten. Gütersloh, 2020. www.che.de/download/soziale-innovationen-aus-hochschulen/ – Abruf am 17.03.2022.
- Statistisches Bundesamt: Bildung und Kultur – Studierende an Hochschulen. Wintersemester 2020/2021 (Fachserie 11, Reihe 4.1). Wiesbaden, 2021.
- U-Multirank (Hrsg.): U-Multirank 2021 – Deutsche Universitäten im internationalen Vergleich. Gütersloh, 2021. www.che.de/download/u-multirank-2021-laenderreport-germany/?wpdmml=19314&refresh=622b2b605fe4e1646996320 – Abruf am 11.03.2022.
- United Nations: The Global Goals. www.globalgoals.org – Abruf am 11.03.2022.
- Zukunftsinstitut (Hrsg.): Die Megatrends. [www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/?utm_term=megatrends&utm_campaign=Generic+%7C+Megatrends+\(Search\)&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=9538789204&hsa_cam=263867415&hsa_grp=122593738291&hsa_ad=571590949800&hsa_src=g&hsa_tgt=aud-7532](http://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/?utm_term=megatrends&utm_campaign=Generic+%7C+Megatrends+(Search)&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=9538789204&hsa_cam=263867415&hsa_grp=122593738291&hsa_ad=571590949800&hsa_src=g&hsa_tgt=aud-7532) – Abruf am 12.03.2022.

