

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-------------|
| Abbildungsverzeichnis | XV |
| Tabellenverzeichnis | XVII |
| Abkürzungsverzeichnis | XIX |
| 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Ausgangssituation | 1 |
| 1.2 Problemstellung | 10 |
| 1.3 Abgrenzung, Zielsetzung und Forschungsfragen | 20 |
| 1.3.1 Abgrenzung | 20 |
| 1.3.2 Zielsetzung | 25 |
| 1.3.3 Forschungsfragen | 27 |
| 1.4 Aufbau und Vorgehen | 28 |
| 2 Grundlagen des Hochschul-Wissens- und Technologietransfers | 33 |
| 2.1 Entwicklung der Rahmenbedingungen | 33 |
| 2.1.1 Entwicklung der Hochschultypen in Deutschland | 33 |
| 2.1.2 Neuere allgemeine Entwicklungen | 35 |
| 2.1.3 Zwischenfazit: Erweitertes Rollenverständnis im Hochschulsektor | 40 |
| 2.2 Das Anspruchsgruppen-Konzept im Hochschulkontext | 43 |
| 2.2.1 Zentrale Anspruchsgruppen einer Hochschule | 43 |
| 2.2.2 Kundengleiche Stakeholder als Basis zur Ableitung eines Marktbezugs | 45 |
| 2.3 Marktorientierung von Hochschulen | 46 |
| 2.3.1 Begriff der Marktorientierung | 47 |
| 2.3.2 Hochschulmarketing als Teilbereich des Dienstleistungsmarketing | 51 |
| 2.3.3 Begriffliche Einordnung des Hochschul-Forschungsmarketing | 60 |
| 2.3.3.1 Grundsätzliche anbieter- und nachfragerbezogene Einordnung | 60 |
| 2.3.3.2 Forschung und Entwicklung (FuE) und Innovation | 63 |
| 2.3.3.2.1 Begriff der Forschung und Entwicklung | 63 |
| 2.3.3.2.2 Der Innovationsbegriff im kontextualen Zusammenhang | 65 |
| 2.3.3.2.3 Definition für marktbezogene Forschung | 69 |
| 2.3.3.3 Forschung als Dienstleistung | 70 |
| 2.3.3.4 Science-to-Business-Marketing als Teilgebiet der Marketingwissenschaft | 75 |
| 2.4 Konzeptioneller Bezugsrahmen des Hochschul-Wissens- und Technologietransfers | 78 |
| 2.4.1 Begriff des Wissens- und Technologietransfers | 79 |
| 2.4.1.1 Wissen und Technologien | 79 |
| 2.4.1.2 Transfer | 82 |

| | |
|---|-----|
| 2.4.1.3 Wissens- und Technologietransfer (WTT) | 85 |
| 2.4.2 Normative Diskussion | 92 |
| 2.4.3 Organisatorisch-institutionelle Ansätze des Hochschul-WTT | 98 |
| 2.4.4 Elemente des Hochschul-WTT | 102 |
| 2.4.4.1 Transferpartner | 102 |
| 2.4.4.1.1 Anbieter- und nachfragerseitige Konkretisierung | 103 |
| 2.4.4.1.2 Segmentierung auf Märkten für Forschungsleistungen | 105 |
| 2.4.4.2 Transfermittler | 110 |
| 2.4.4.3 Transferrahmenbedingungen | 116 |
| 2.4.4.4 Transferprodukt | 117 |
| 2.4.4.5 Transferprozess | 118 |
| 2.4.4.6 Zusammenfassende Darstellung der Transferelemente | 118 |
| 2.4.5 Wissenschaftskategorien und Formen | 120 |
| 2.4.5.1 Vorüberlegungen zu WTT-Wissenschaftskategorien und -Formen | 120 |
| 2.4.5.2 Wissenschaftskategorien | 122 |
| 2.4.5.3 Auftragsforschung | 124 |
| 2.4.5.4 Kooperative Forschung | 125 |
| 2.4.5.5 Analysen und Konzepte für Praxispartner | 126 |
| 2.4.5.6 Lizenzvergabe | 127 |
| 2.4.5.7 Gemeinsame Publikationen mit Praxispartnern | 129 |
| 2.4.5.8 Studentische Projekte, Seminar- und Abschlussarbeiten | 130 |
| 2.4.5.9 Dissertationen | 131 |
| 2.4.5.10 Spin Offs / Joint Ventures | 132 |
| 2.4.5.11 Weitere Formen bzw. Inhalte | 134 |
| 2.4.5.12 Fazit zu WTT-Wissenschaftskategorien und -Formen | 135 |
| 2.4.6 Besonderheiten, Chancen und Hemmnisse | 135 |
| 2.4.6.1 Besonderheiten | 136 |
| 2.4.6.1.1 Heterogenität und Vielfalt der Aktivitäten und Anspruchsgruppen | 136 |
| 2.4.6.1.2 Gemeinwirtschaftlicher Auftrag | 137 |
| 2.4.6.1.3 Wissenschaftsfreiheit | 139 |
| 2.4.6.1.4 Verflechtung der Aufgabenbereiche | 140 |
| 2.4.6.1.5 Zwischenfazit | 142 |
| 2.4.6.2 Chancen und Potenziale | 143 |
| 2.4.6.2.1 Chancen und Potenziale aus Hochschulsicht | 143 |
| 2.4.6.2.2 Chancen und Potenziale aus Praxispartnersicht | 144 |
| 2.4.6.2.3 Chancen und Potenziale aus Gesellschaftssicht | 145 |
| 2.4.6.2.4 Zusammenfassende Anmerkungen zu Chancen und Potenzialen | 147 |
| 2.4.6.3 Hemmnisse bzw. Beeinträchtigungen | 148 |
| 2.4.6.3.1 Barrieren-Typologie des inter-organisationalen WTT | 148 |

| | |
|--|------------|
| Inhaltsverzeichnis | XI |
| 2.4.6.3.2 Übertragbarkeit der Typologie auf den Hochschul-WTT | 150 |
| 2.4.6.3.3 Zusammenfassende Anmerkungen zu möglichen Hemmnissen | 158 |
| 2.5 Modelltheoretische WTT-Ansätze | 160 |
| 2.5.1 Systemorientierter Wissens- und Technologietransfer | 160 |
| 2.5.2 Prozessorientierter Wissens- und Technologietransfer | 161 |
| 2.5.2.1 Überblick | 162 |
| 2.5.2.2 Kritik | 167 |
| 3 Erweitertes Hochschul-WTT-Gerüst | 173 |
| 3.1 Prämissen für das Gerüst | 173 |
| 3.2 Konzeptionelle Ausgestaltung | 176 |
| 4 Status quo empirischer Befunde zur Thematik | 189 |
| 4.1 Kategorisierung der zu betrachtenden Studien | 189 |
| 4.2 Forschungsanbieter-Perspektive in empirischen Studien | 190 |
| 4.2.1 Motive und Nutzenempfindungen | 192 |
| 4.2.2 Formen und Inhalte | 193 |
| 4.2.3 Hemmnisse | 194 |
| 4.2.4 Markt- bzw. Kundenfokus | 195 |
| 4.3 Forschungsnachfrager-Perspektive in empirischen Studien | 196 |
| 4.3.1 Motive und Nutzenempfindungen | 198 |
| 4.3.2 Formen und Inhalte | 199 |
| 4.3.3 Hemmnisse | 199 |
| 4.3.4 Markt- bzw. Kundenfokus | 200 |
| 4.4 Transfermittler in empirischen Studien | 202 |
| 4.4.1 Relevanz bei der Kontakthanbahnung | 204 |
| 4.4.2 Bekanntheit und Reputation | 205 |
| 4.4.3 Relevanz bei anderen Leistungsangeboten | 206 |
| 4.4.4 Markt- bzw. Kundenfokus | 207 |
| 4.5 Zusammenfassung und Ableitung von Forschungslücken | 209 |
| 4.5.1 Fehlender bzw. unzureichender Marktbezug | 210 |
| 4.5.2 Aspekte des Prozessbezugs und der Prozessgestaltung | 212 |
| 4.5.3 Vergleiche, Zusammenhänge und Kategorisierungen | 212 |
| 4.5.4 Weiter gefasste Betrachtung des Hochschul-WTT | 213 |
| 4.6 Fazit zum empirischen Status quo | 214 |
| 5 Konkretisierung des empirischen Forschungsablaufs | 215 |
| 5.1 Forschungsablauf-Dimensionen nach Atteslander | 215 |
| 5.2 Problem benennung | 216 |
| 5.3 Gegenstandsbenennung, Inhalte und Hypothesen | 217 |
| 5.3.1 Gegenstand, Inhalte und Hypothesen der Forschungsnachfrager-Studie | 218 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 5.3.1.1 | Gegenstand und inhaltliche Schwerpunkte | 218 |
| 5.3.1.2 | Herleitung der Hypothesen | 223 |
| 5.3.2 | Gegenstand, Inhalte und Hypothesen der Forschungsanbieter-Studie | 225 |
| 5.3.2.1 | Gegenstand und inhaltliche Schwerpunkte | 226 |
| 5.3.2.2 | Herleitung der Hypothesen | 229 |
| 5.4 | Anwendung von Forschungsmethoden und Durchführung | 231 |
| 5.4.1 | Wahl und Ausgestaltung der Forschungsmethode | 231 |
| 5.4.2 | Grundlegende Erhebungsgestaltung beider Befragungen | 234 |
| 5.4.3 | Vorbereitung und Durchführung der Forschungsnachfrager-Studie | 236 |
| 5.4.4 | Vorbereitung und Durchführung der Forschungsanbieter-Studie | 237 |
| 5.5 | Analysen und Auswertungsverfahren | 237 |
| 5.5.1 | Quantitative Datenanalyse | 238 |
| 5.5.1.1 | Logistische Regression | 241 |
| 5.5.1.2 | Clusteranalyse | 243 |
| 5.5.1.3 | Faktorenanalyse | 245 |
| 5.5.2 | Qualitative Datenanalyse | 247 |
| 5.6 | Ergebnisverwendung | 249 |
| 5.7 | Gütekriterien | 250 |
| 5.7.1 | Objektivität | 250 |
| 5.7.2 | Reliabilität | 251 |
| 5.7.3 | Validität | 252 |
| 5.7.4 | Gütekriterien bei qualitativen Befragungen | 253 |
| 6 | Darstellung und Interpretation der Untersuchungsergebnisse | 255 |
| 6.1 | Forschungsnachfrager-Befragung | 255 |
| 6.1.1 | Allgemeine Daten | 255 |
| 6.1.2 | Einflussfaktoren auf Kooperationen mit externen Forschungsanbietern | 258 |
| 6.1.3 | Nicht-Forschungskunden | 264 |
| 6.1.4 | Forschungskunden | 265 |
| 6.1.5 | Zusammenfassende Diskussion und Interpretation | 276 |
| 6.2 | Forschungsanbieter-Befragung | 282 |
| 6.2.1 | Allgemeine Daten | 282 |
| 6.2.2 | Nicht-Forschungsanbieter | 284 |
| 6.2.3 | Forschungsanbieter | 287 |
| 6.2.3.1 | Praxispartner-Schwerpunkte | 288 |
| 6.2.3.2 | Erfahrungen mit Transfermittlern | 289 |
| 6.2.3.3 | Kundeneinbeziehung, Formen und Prozess-Komponenten | 293 |
| 6.2.3.4 | Motive, Nutzen, Hemmnisse und Herausforderungen | 299 |
| 6.2.3.5 | Nutzen und Hemmnisse: Zusammenhänge und Kategorisierbarkeit | 306 |
| 6.2.4 | Zusammenfassende Diskussion und Interpretation | 315 |

| | |
|---|------------|
| Inhaltsverzeichnis | XIII |
| 7 Thesen zur Gestaltung erfolgreicher Transferprozesse | 329 |
| 7.1 These 1: Modulare WTT-Prozessmodelle | 329 |
| 7.2 These 2: Nutzenbasierte Forschungskundensegmentierung | 330 |
| 7.3 These 3: Kundenorientiertere Aufstellung von Transfermittlern | 330 |
| 7.4 These 4: Schrittweise WTT-Strategien der (Hochschul-)Politik | 332 |
| 7.5 These 5: Anbieternutzen-Stärkung als zentraler Ansatzpunkt | 333 |
| 8 Schlussbetrachtung | 335 |
| 8.1 Zusammenfassung | 335 |
| 8.2 Limitationen und Anregungen für künftige Forschungen | 340 |
| 8.3 Rück- und Ausblick | 343 |
| Quellenverzeichnis | 347 |
| Anhang | 379 |

Wissens- und Technologietransfer durch Hochschulen
aus einer marktorientierten Perspektive
Ansatzpunkte zur Gestaltung erfolgreicher
Transferprozesse an Universitäten und
Fachhochschulen

Kesting, T.

2013, XX, 419 S. 35 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00718-8