



STIFTERVERBAND

13. NOVEMBER 2025, HTW-BERLIN

## DOKUMENTATION

### 4. VP-NETZWERKTREFFEN

**Gesellschaftlich relevanter Transfer: Aufgabe und Profilierungsdimension von Hochschulen**

#### 1. Lightning-Talks

In kurzen Impulsvorträgen stellten eine Universität und zwei Hochschulen inspirierende Beispiele und Aktivitäten für gesellschaftlich relevanten Transfer vor. Der Fokus lag auf den strategischen Chancen und Herausforderungen sowie den Erfahrungen bei der hochschulinternen Entwicklung und Umsetzung. Im Anschluss an die Impulse gab es Gelegenheit zur Reflektion und Diskussion im Plenum entlang der folgenden Leitfragen:

- Welche strategischen Chancen und Herausforderungen bietet ein erweitertes Transferverständnis?
- Wie kann wirtschafts- bzw. technologienaher Transfer mit gesellschaftlichem Transfer im Sinne einer gegenseitigen Ergänzung verknüpft werden?
- Wie kann eine hochschulweite Transferkultur entstehen, die gezielt auf gesellschaftliche Bedarfe und Herausforderungen ausgerichtet ist?
- Wie können Hochschulen das Thema gesellschaftlich relevanter Transfer für sich erschließen? Welche internen Spannungsverhältnisse und externen Erfordernisse gilt es dabei zu berücksichtigen?

Im Anhang finden sich die Präsentationen der Lightning-Talks sowie der Einstiegsimpuls der HTW-Berlin.

#### 2. Open Space

Beim Open Space am Nachmittag haben die Teilnehmenden ihre eigene Agenda erstellt und in wechselnden Gruppen 90 Minuten an relevanten Themenstellungen gearbeitet. Die Open Space Methode basiert auf dem Prinzip der Selbstorganisation und hat das Ziel, in kurzer Zeit kreative Lösungen und vielfältige Perspektiven zu sammeln

## 2.1 Themenidentifikation und -auswahl

Bereits bei der Anmeldung zum VP-Netzwerktreffen konnten die Teilnehmenden Hinweise auf relevante Themen geben. Diese wurden im Vorfeld gesammelt und zu fünf Themenschwerpunkten verdichtet (siehe Übersicht 1).



Die fünf identifizierten Schwerpunkte wurden während der Veranstaltung per mündlicher Abfrage um weitere Themenwünsche aus dem Plenum ergänzt. Anschließend erfolgte die gemeinsame Themenabstimmung bzw. -auswahl. Folgende fünf Themen wurden im Open Space bearbeitet (siehe Übersicht 2):



## 2.2 Tabellarische Übersicht und Zusammenfassung der Ergebnisse

Die nachfolgende Darstellung fasst die von den Teilnehmenden erarbeiteten Ergebnisse des Open Space zusammen. Eine Fotodokumentation der einzelnen Arbeitsergebnisse findet sich zusätzlich im Anhang.

### 1. STRATEGIE

| Kategorie                        | Inhalte                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Herausforderungen & Problemlagen | <ul style="list-style-type: none"><li>• Strategie im Rahmen von Antragsgestaltung erarbeitet</li><li>• keine operative Handlungsgrundlage für die Praxis</li><li>• Strategie wird nicht in der Praxis gelebt</li><li>• Verstetigung als Herausforderung</li><li>• Monetarisierung von gesellschaftlichem Transfer nur unzureichend möglich</li><li>• Integration von Transfer in die Lehre als hochschulweite Aufgabe</li><li>• Transferbegriff unklar definiert, interpretiert und gelebt:</li><li>• Unterschiedliche Disziplinen: unterschiedliche Transfer-Definitionen/Perspektiven</li><li>• Diversität: Technologietransfer / Wissenstransfer / Entrepreneurship / Start-ups</li><li>• Fort-/Weiterbildung + projektorientierte Lehre + weitere Aspekte berücksichtigen</li></ul> |
| Mögliche Lösungen & Empfehlungen | <ul style="list-style-type: none"><li>• Partizipative Entwicklung eines gemeinsamen Transferverständnisses sehr wertvoll</li><li>• Strategie in Maßnahmen überführen + Monitoring aufsetzen</li><li>• Auf physische Sichtbarkeit nach außen und nach innen achten</li><li>• Transferzentrum als zentrale Anlaufstelle etablieren</li><li>• Raum für Transfer schaffen</li><li>• Transfer in Rankings berücksichtigen</li><li>• Strategien möglichst einfach halten („1 Din-A4-Seite“)</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Beispiele guter Praxis           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Internationales Know-how nutzen</li><li>• Entrepreneurship Education fördern</li><li>• Pop-up Store in der Innenstadt eröffnen</li><li>• Gründungssemester einführen</li><li>• Transferbewertung (<a href="#">COARA</a>) stärken/ausbauen</li><li>• Gemeinsames Gründungszentrum mit anderer Hochschule betreiben</li><li>• Anknüpfung an Start-up-Center</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

### 2. ANREIZE

| Kategorie                        | Inhalte                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Herausforderungen & Problemlagen | <ul style="list-style-type: none"><li>• Gesellschaftlicher Transfer ist herausfordernder als Wirtschaftstransfer</li><li>• IP-Grundkonflikt: Wert-/Einnahmen generieren vs. „IP for free“</li><li>• (voraussetzende) Furcht vor Rechnungshof</li><li>• Rechtslage erschwert marktorientierte Forschung</li><li>• Verschiedene „Anreiz-Währungen“ (Budget, Prestige etc.) passend zur Zielgruppe</li></ul>                                                                                              |
| Mögliche Lösungen & Empfehlungen | <ul style="list-style-type: none"><li>• Zusätzliches Budget + Prestige + Erfahrungsgewinn als möglicher Anreizmix</li><li>• Fokus auf Nachwuchswissenschaftler*innen legen</li><li>• Transfer als Kriterium bei Juniorprofessuren berücksichtigen</li><li>• Motivation für Forschung &amp; Stipendien stärken</li><li>• Forschungs- &amp; Transferfreisemester einführen und ermöglichen</li><li>• Deputats-Nachlass für Transfer anbieten</li><li>• EXIST-Mittel</li><li>• Leistungszulagen</li></ul> |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovationsfreundlicher IP-Transfer (<a href="#">siehe Projekt IP 3.0</a>)</li> <li>• Entre-/Intrapreneurship ausbauen</li> <li>• Transfer in Leistungsbewertung (<a href="#">COARA</a>) stärker aufnehmen</li> <li>• Qualitäts- &amp; Relevanzkriterien für Transfer festlegen und bekannt machen</li> <li>• Industrienähe Projekte gezielt fördern</li> <li>• IP Buy-Off Modelle nutzen</li> <li>• Nachhaltigkeit, Relevanz, Innovation als Kriterien zur Bewertung der Qualität</li> </ul>                                                                                                                                                        |
| Beispiele guter Praxis | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Praxissemester in Privatwirtschaft</li> <li>• Start-up Factory mit OKR* (HS Medien Stuttgart)<br/>(*Hinweis: OKR = "Objectives and Key Results", Managementmethode, um strategische Ziele zu definieren, zu kommunizieren und Fortschritt zu messen.)</li> <li>• Preisauslobungen</li> <li>• Beteiligung an Science Slams mit hohem öffentlichem Interesse</li> <li>• Innovationsfonds</li> <li>• Gemeinsamer Deputat-Topf</li> <li>• Restmittelfonds (Uni Augsburg)</li> <li>• Interner Transfer-Topf (Uni Stuttgart)</li> <li>• Gründungs-Coaches</li> <li>• explizite Schulungen für Transferaufgaben, z.B. Wissenschaftskommunikation</li> </ul> |

### 3. STRUKTUREN

| Kategorie                        | Inhalte                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Herausforderungen & Problemlagen | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstetigung</li> <li>• Motivation der Professor*innen</li> <li>• Lange IP-Prüfung (3 Monate)</li> <li>• Beihilfeproblematik GmbH</li> <li>• Leistungsumfang einer Transfer-GmbH unklar</li> <li>• Viele GmbHs → fehlendes Controlling</li> <li>• Cash-Cow notwendig</li> <li>• Zweifel an Nutzen von GmbHs</li> <li>• Keine Doppelstrukturen (Rechnungshof)</li> <li>• Unklare Stellenansiedlung</li> <li>• Befristete Stellen</li> <li>• Transfer in der Lehre braucht eigene Stellen</li> <li>• Verwaltung ungeeignet</li> <li>• Autonomieprobleme</li> <li>• Kompetenzprofil unklar</li> <li>• Bedarf an Matching-/Vernetzungspersonal</li> </ul> |
| Mögliche Lösungen & Empfehlungen | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strukturen an Inhalte koppeln</li> <li>• Gründung in Lehre integrieren</li> <li>• Unterstützung Hochschulleitung notwendig</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Beispiele guter Praxis           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• HU Berlin – Humboldt-Innovation (<a href="https://humboldt-innovation.de/de">https://humboldt-innovation.de/de</a>)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

#### 4. FINANZEN / RESSOURCEN

| Kategorie                        | Inhalte                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Herausforderungen & Problemlagen | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transfer = Zusatzaufgabe</li> <li>• allgemeine Sparmaßnahmen an Hochschulen</li> <li>• Gesellschaftliche Verantwortung braucht Budget</li> <li>• Transfer nicht zu Billigpreisen möglich</li> <li>• Knappe Drittmittel</li> </ul>                                                                                 |
| Mögliche Lösungen & Empfehlungen | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entfristung von Transferpersonal (nicht Grundmittel)</li> <li>• Aufbau einer kleinen Generalist*innen-Stabsabteilung</li> <li>• kontinuierliche Interessenvertretung für Transfer: Fördermittelgeber sollten Transfer einpreisen</li> </ul>                                                                       |
| Beispiele guter Praxis           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brandenburger Präsenzstellen (<a href="https://www.praesenzstellen.de/">https://www.praesenzstellen.de/</a>)</li> <li>• Invest BW (<a href="https://invest-bw.de/">https://invest-bw.de/</a>)</li> <li>• Aachener Future Lab (<a href="https://futurelab-aachen.de/">https://futurelab-aachen.de/</a>)</li> </ul> |

#### 5. INDIKATORIK

| Kategorie                        | Inhalte                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Herausforderungen & Problemlagen | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aussagekraft quantitativer Indikatoren im erweiterten Transfer?</li> <li>• Wie Impact messen &amp; quantitativ darstellen?</li> <li>• Wie Einbindung zivilgesellschaftlicher AkteurInnen messen?</li> <li>• Keine Datengrundlage — woher bekomme ich die Infos?</li> <li>• Social-Media-Aktivitäten: Abstimmung zwischen zentralen/dezentralen Aktivitäten</li> <li>• Klärung: Wozu dienen Indikatoren? Externes Monitoring, institutionelle und strategische Entwicklung, zur hochschulweiten Aktivierung und Sensibilisierung etc.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Mögliche Lösungen & Empfehlungen | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subjektivität der Bewertung quantitativer Kennzahlen durch Bezug auf Ziele der Gesamtorganisation auflösen</li> <li>• Systematisierung der qualitativen Indikatoren — einschließlich Gewichtung</li> <li>• Quantifizierung durch qualitative Indikatoren ergänzen</li> <li>• Indikator: Reichweite auf Social-Media erheben</li> <li>• Reputationsgewinn als erklärtes Ziel, auch wenn keine Mittel zu erwarten sind</li> <li>• Indikator Einbindung PraxispartnerInnen: Abschlussarbeiten und Praktika erheben (hoher Aufwand, da oftmals händisch zu erheben) &gt; siehe <a href="#">Transferbarometer</a></li> <li>• Partizipationsgrad bei der Einbindung externer PartnerInnen erheben</li> <li>• Transfer-CRM entwickeln / nutzen → Datengrundlagen verbessern möglich</li> <li>• Phasen-übergreifend Projekte monitoren, sonst keine Aussagen zu Impact möglich (Input/Output/Outcome/Impact)</li> <li>• KI-gestützt vorgehen</li> </ul> |
| Beispiele guter Praxis           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitales Formular zur Erfassung von Abschlussarbeiten in Zusammenarbeit mit PraxispartnerInnen (Uni Bayreuth)</li> <li>• Zentrales Monitoring von Social-Media-Aktivitäten (Uni Paderborn)</li> <li>• Kommunikationsabteilung beim Onboarding insb. Neuberufener einbinden und Erwartungshaltung und Unterstützungsleistungen transparent machen (HS München)</li> <li>• <a href="#">Saturday Morning Physics</a> als reichweitenstarkes Format zum Studierendenmarketing (TU Darmstadt)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

**4. VP - NETZWERKTREFFEN**  
BERLIN 13. NOV. 2025

**AUFGABE UND PROFILIERUNGSDIMENSION VON HOCHSCHULEN**

**GESELLSCHAFTLICH RELEVANTER TRANSFER**

**ANREIZE**  
WAS HARE ICH VON MEINEM ENGAGEMENT? MEHR GELD? LIEBER MEHR BUDGET! PRESTIGE RENOMMÉE  
AUS DEM UNI-LABOR ... IN DIE WIRTSCHAFT  
START UP NACH WUCHS  
FÖRDERUNG VERSTETIGUNG INTEGRATION IN DIE LEHRE!  
MENSCHEN ZUSAMMENBRINGEN  
ORTE PHYSISCH SICHTBARKEIT

**INDIKATOREN**  
MESSBARKEIT: Laufband VON BEGINN  
SYSTEMATIK DER HOCHSCHULEN  
ZIELE  
GEWICHTUNG  
QUALITÄT DER INDIKATOREN  
QUANTIFIZIERUNG

**STRATEGIE**  
SPAR-MAßNAHMEN  
3 MITTEL AFFINITÄT  
TRANSFER PRÄSENZ STELLE  
ENTPRAESTETE VERSTRICKTE  
FINANZSCHWÄCHERE PARTNER  
VERANTWORTUNG RISIKO  
QUALIFIZIERUNG ALS GESAMTES TEAM  
ZENTRALE ANKUNFTS STELLE  
PHYSISCH SICHTBARKEIT

**FINANZIERUNG**  
GMBH GRÜNDUNG!

**STRUKTUREN**

**TRANSFORMATION**  
★ MACHEN SIE'S KONKRET! / STARKE PARTNERSCHAFTEN  
POLITISCHE UMBRÜCHE  
DIGITALISIERUNG & KI  
KLIMAWANDEL  
WIR VERTRAUEN IN WIRTSCHAFT UND FORSCHUNG!  
ZUM WOHE ALLER  
LIGHTNING TALKS  
PARTIZIPATION  
COCREATIVITY  
VERBÜNDE  
KRITISCHE MASSES  
GESELLSCHAFT  
CULTURE LAB  
IDEATIVITY FOR BREAKFAST

**TRADITION & LEBENDIGKEIT**  
TRANSFER EXPERTISE  
NEUE WISSENSQUELLEN  
SCHAFEN  
PROF. DR. THOMAS PERTSCH  
FRIEDRICH-SCHÜLLER-UNIVERSITÄT JENA  
TRADITIONELLE FORMATE  
ICH HABE DIE TRANSFER EXPERTISE  
MAKER'S SPACE  
VIA-A-VIS  
UNIVERSITY FOR FUTURE  
LICHT WORKSTATT  
SEIN!

**GESELLSCHAFTLICH RELEVANTER TRANSFER**  
STIFTERVERBAND  
LAURA WALLER  
CORNELIS LEHMANN-BRAUNS  
JOHANNA SCHWAN

**TRADITION & LEBENDIGKEIT**  
PROF. DR. STEFANIE MOLTANG-SCHNÖRING  
HTW BERLIN  
PROF. DR. SYBIL KESSLER  
STIFTERVERBAND  
MARTJE SYBIL KESSLER  
STIFTERVERBAND  
PROF. DR. FELIX STREITER  
CARL ZEISS STIFTUNG  
WIR HABEN DIE TRANSFER EXPERTISE  
NEUE WISSENSQUELLEN  
SCHAFEN