

## Handreichung für den Ideenwettbewerb Research to Market Challenge in den Geistes- und Sozialwissenschaften an der Freien Universität Berlin:

Der Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Praxis gehört neben Forschung, Lehre und Infrastrukturleistung zu den vier vom Wissenschaftsrat definierten Leistungsbereichen des Wissenschaftssystems. Seine Bedeutung wächst seit mehreren Jahren stetig. Der jüngste Beschluss von Bund und Ländern über die Förderung dreier umfangreicher Initiativen in der Wissenschaft („Exzellenzstrategie“, „Wissenschaftlicher Nachwuchs“, „Innovative Hochschule“) führt diesen Trend fort. Die Programme bestätigen außerdem einen seit mehreren Jahren stattfindenden semantischen Wandel des Begriffs Transfer. Als Transfer wird nicht nur der auf naturwissenschaftlichen Erkenntnissen beruhende Technologietransfer in die Wirtschaft verstanden, sondern auch der Transfer geistes- und sozialwissenschaftlichen Wissens in Gesellschaft, Kultur und Politik.

Die „Research to Market Challenge“ ist ein Ideenwettbewerb für forschungsbasierte Produkt- und Geschäftsideen aus der Freien Universität Berlin sowie aus kooperierenden Einrichtungen. Im Jahr 2017 wird der Wettbewerb zum ersten Mal auch in der Kategorie „Cultural & Social“ durchgeführt und richtet sich ausdrücklich auch an Ideenträger aus den Geistes- und Sozialwissenschaften.

Mit dem zweistufigen Wettbewerb sollen Angehörige und Alumni der beteiligten Organisationen angeregt und unterstützt werden, ihre anwendungsorientierten Ideen zu Papier zu bringen und einen Plan für erste Schritte zur Umsetzung zu entwickeln. Gesucht werden Ideen in drei Kategorien:

- Digital
- Life Sciences & Technologies
- Cultural & Social

Bewertet werden Ideenskizzen, also kurze Projektdarstellungen von drei bis fünf Seiten. Die Ideen werden von einer Expertenjury begutachtet und ihre Ausarbeitung wird in der Konzeptphase durch Workshops (z. B. zur Geschäftsmodellentwicklung) unterstützt. Insgesamt werden **Preisgelder** in Höhe von 9.000 Euro vergeben. Die Prämierung findet im Rahmen einer feierlichen Abschlussveranstaltung am 18. Juli 2017 statt. Veranstalter des Wettbewerbs sind [Profund Innovation](#), die [Technologietransferstelle der Charité](#) und das [Netzwerk Unternehmertum der Freien Universität Berlin](#). Einsendeschluss ist der 1. Mai 2017.

Bei der Bewertung der Ideenskizzen ist neben der Originalität der Idee vor allem der **Mehrwert** für die Zielgruppe („Kundennutzen“) ein entscheidendes Kriterium. Für wen ändert sich was durch die Anwendung des Forschungsergebnisses? Geht etwas schneller oder genauer bzw. verändern sich Verhaltensweisen? Wie viele Menschen (Institutionen, Unternehmen) werden betroffen sein bzw. kommen als Adressaten der Anwendung infrage?

**Beispiele für Ideen, die für den Wettbewerb in Frage kommen:**

## Beispiel 1:

Sie haben sich in Ihrer Forschungsarbeit mit den Auswirkungen der Globalisierung auf bestimmte Alters- oder Berufsgruppen beschäftigt. Dabei haben Sie herausgefunden, welche Alters- und Berufsgruppen in welcher Weise von den Auswirkungen der Globalisierung betroffen sind und welcher Schaden für diese Gruppen daraus entsteht. Sie gehen davon aus, dass bestimmte Institutionen wie zum Beispiel Arbeitsämter in Zukunft Maßnahmen einleiten müssen, um der Situation entgegenzuwirken. Aus Ihrer Forschung ist ein Konzept mit Maßnahmen (wie zum Beispiel Weiterbildungsangebote, Informationsplattform oder Mentoringprogramme) entstanden, welche die Situation der Gruppen verbessern könnten. Sie möchten jetzt anhand des Konzeptes diese Maßnahmen evaluieren, die für verschiedene „Kunden“, etwa Interessenverbände, Politik oder soziale Träger, interessant sein könnten. Sie gehen davon aus, dass die Kunden in absehbarer Zeit bereit sein werden, Mittel für Präventivmaßnahmen bereitzustellen, um die negative Entwicklung zu stoppen.

## Beispiel 2:

Sie haben sich in Ihrer Forschung damit beschäftigt, dass Englisch in vielen Kommunikationsbereichen an Bedeutung gewinnt und dass beispielsweise in Unternehmen, Universitäten, aber auch in der Literatur und Kunst in vielen Ländern anstelle der Landessprache zunehmend Englisch gesprochen wird. Als Ergebnis Ihrer Forschung haben Sie Lösungen (zum Beispiel in Form einer Software, eines neuen Lernkonzeptes oder einer Beratungsleistung) entwickelt, wie der internationale Sprachgebrauch in verschiedenen Kontexten erleichtert werden kann. Die potenzielle Kundengruppe für Ihre Lösung ist sehr groß und Sie haben bereits erste Überlegungen angestellt, wie die Lösung zu einem oder mehreren Produkten weiterentwickelt werden kann.

## Beispiel 3:

In ihrer Forschung beschäftigen Sie sich mit verschiedenen Kunsthandwerken und/oder kulturellen/sozialen Traditionen. Sie interessieren sich dafür, diese Handwerke/Traditionen einer breiten Zielgruppe bekannt und zugänglich zu machen. Sie könnten sich vorstellen, dies durch digitale Modelle wie eine Online-Plattform und weitere Umsetzungskonzepte zu erreichen. Dabei sind die künstlerischen/sozialen/kulturellen Aspekte wichtiger als die ökonomischen Aspekte, denn Ihr Hauptinteresse ist die Erhaltung und Erweiterung von künstlerischen und kulturellen Gütern. Ihr Konzept könnte für Politik, Interessenverbände und soziale Träger interessant sein. Aber auch für die Anbieter von traditionellem Handwerk könnte das Tool als Marketinginstrument zur Gewinnung von Nachwuchs oder Kunden einen Nutzen haben. Nun möchten Sie herausfinden, wie sich Ihr Konzept realisieren lässt und welche Finanzierungsmöglichkeiten es dafür gibt.