

## Neue Perspektive: Kundenbedürfnisse und Kundennutzen im Fokus!

Im Zuge der sinkenden staatlichen Förderung von Forschung werden alternative Finanzierungsquellen zunehmend wichtiger. Erfolgreiche Forschungsvermarktung ist dabei unverzichtbar, denn Hochschulen sind gefordert, ihre Forschungstätigkeiten an den Bedürfnissen des Marktes auszurichten und erfolgreich mit Unternehmen zu kooperieren.

Auf unserer Konferenz werden internationale Wissenschaftler und erfahrene Forschungsmarketer aus Europa, Australien, den USA und Südafrika neueste Erkenntnisse zur Kommerzialisierung von Forschung in den verschiedenen Ländern vorstellen und aktuelle Studien zum Thema präsentieren.



Diese Ergebnisse führen zu neuen Ansätzen, und kreativen Ideen. Es werden innovative Modelle und erfolgreiche Strategien zur Forschungsvermarktung vorgestellt.

- Neuere Erfahrungen in der Forschungsvermarktung in Australien, Europa den USA und Südafrika
- Der Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkt NRW Science Marketing an der Fachhochschule Münster
- Erste Ergebnisse einer im Rahmen eines Kooperationsprojektes durchgeführten Kundenbefragung in Deutschland und Australien
- Eine Auswahl von empirischen Erhebungen und Studien
- Konzepte der Forschungsvermarktung und Marketing durch Training und Bildung

Dieser Kongress fokussiert die Bereiche Forschungsvermarktung, Technologietransfer und die Beziehungen zwischen Forschung und Industrie.

## Programmablauf

### Eröffnung und Begrüßung

9:00	Karl Schultheis	Group Leader, Ministry for Science and Research North Rhine Westphalia	Begrüßung
9:10	Craig Fowler	Executive Director Department of Further Education, Employment, Science and Technology, Government of South Australia	Begrüßung
9:20	Klaus Niederdrenk	Rector, University of Applied Sciences Münster, Germany	Vorstellung des Tagesablaufs

### Vormittagsmoderation: Thomas Baaken Project Manager Science Marketing, Germany

Zeit	Sprecher	Funktion	Thema
9:30	Thomas Baaken	Project Manager, Science Marketing Research Centre, Germany	Ergebnisse des Science Marketing Projektes
10:00	Anthony Francis	Managing Director, TCG, Australia	Research Commercialisation in Australia – actual developments
10:30		<b>Kaffeepause</b>	
11:00	Joanne Pimlott	ECIC, Australia	Difficulties and opportunities faced by universities as they seek to balance academic and business development objectives and possible ways to respond to those challenges and opportunities
11:30	Pieter van der Sijde	NIKOS, University of Twente, Netherlands	Training academics to face markets
12:00	Friederike von Hagen	Science Marketing Team, Germany	Customer Satisfaction Surveys in Research Commercialisation
12:30		<b>Mittagspause</b>	

### Nachmittagsmoderation: Anthony Francis, Managing Director TCG, Australia

13:15	Brad Zehner	Director MSTC Programs at IC <sup>2</sup> , USA	Market Positioning of a Research Organisation
13:45	Carolin Plewa	Science Marketing Team, The University of Adelaide, Australia	Characteristics and Key Success Factors of University-Industry Linkages - a Relationship perspective
14:15	Anthon Botha/ Tinus Pretorius	TechnoScene (Pty) Ltd/University of Pretoria, South Africa	Commercialisation of Innovation in South Africa
14:45		<b>Kaffeepause</b>	
15:15	Judy Marcure	Director Calibre Communications Australia	Market Positioning of a Research Organisation
15:45	Armin Himmelrath	Specialised journalist for university politica, (Spiegel-online, WDR, SZ, Deutschlandradio etc.)	Moderation of a discussion panel with 6 panel members

### Zusammenfassungen

17:00	Anthony Francis/ Thomas Baaken	Managing Director TCG/ Project Manager Science Marketing	Wrap up and new strategic implications: Building a strategic network to further cooperation and future plans
-------	-----------------------------------	--	--