

Regionalwirtschaftliche Effekte der Fachhochschule Niederrhein

Auftraggeber/Kooperationspartner: Eigenforschung
Bearbeiter: Prof. Dr. Rüdiger Hamm, Prof. Dr. Martin Wenke
Fertigstellung: 2001

Die Analyse der nachfrageseitigen Zusammenhänge mit Hilfe einer regionalen Multiplikatoranalyse hat gezeigt, dass die Fachhochschule Niederrhein über die Einkommenszahlungen an ihre Mitarbeiter, über ihre Vorleistungs- und Investitionsgüternachfrage, über die Ausgaben der Studierenden und über die hieraus resultierenden kreislaufinduzierten Effekte zwischen 1230 und 1450 Arbeitsplätze am Mittleren Niederrhein sichert.

Die Analyse der angebotsseitigen Wirkungszusammenhänge mittels der Unternehmensbefragung zeigt: Die Fachhochschule Niederrhein hat eindeutig ein Imageproblem. Trotz des mittlerweile 30-jährigen Bestehens wird Sie von nur etwa zwei Drittel der in der Region Mittlerer Niederrhein ansässigen Unternehmen zumindest allgemein wahrgenommen. Spezifische Kenntnisse zu den Ausbildungsangeboten haben nur gut 40 vH. Forschungsaktivitäten, Weiterbildungsangebote und sonstige Kooperationspotenziale werden von der Wirtschaft kaum wahrgenommen.

Vor diesem Hintergrund wird der Einfluss der FH Niederrhein auf Innovationsverhalten und Strukturwandel in der Region von den Unternehmen insgesamt als eher nicht erkennbar oder als nur gering eingestuft.

Das Ergebnis, dass alle Unternehmen, die bisher mit der Fach-Hochschule Niederrhein kooperiert haben, die Kooperationen fortsetzen oder sogar intensivieren wollen, spricht für die Leistungsfähigkeit der FH Niederrhein. Kooperiert wird im wesentlichen mit innovativen Unternehmen, mit Unternehmen die mehrere Patente anmelden, die Lizenzen verwenden und die eine hohe Akademikerquote bezüglich ihrer Beschäftigten aufweisen. Da zumindest für die Unternehmen, die an der Befragung teilgenommen haben, gilt: je umsatzstärker und je mehr Beschäftigte desto innovativer, erreichen die Kooperationsangebote der Hochschule eine weitere "natürliche" Klientel bisher kaum, die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU).

Informations- und Marketingkampagnen der Hochschule müssen deshalb besonders die seit Jahren in der Region ansässigen, mittelständischen Unternehmen als Zielgruppe definieren, um eine breitere Akzeptanz der FH Niederrhein als Bildungs- und Forschungseinrichtung in der Region zu erzielen. Daneben ist die Förderung von Existenzgründungen in der Region eine weitere Möglichkeit zur Intensivierung der Kooperationen zwischen Wirtschaft und Hochschule. Außerdem sollten Institutionen des Mittleren Niederrheins - also Kommunen, Verbände und Kammern - die positiven Standorteffekte der einzigen staatlichen Hochschule in ihrer Region deutlich stärker betonen, als dies bisher geschehen ist.

Veröffentlichungen:

- R. Hamm, M. Wenke, Regionalwirtschaftliche Effekte der Fachhochschule Niederrhein. Nachfrage- und angebotsseitige Impulse, Perspektiven der Zusammenarbeit zwischen Hochschule und Wirtschaft. „Schriften und Materialien zur Regionalforschung“, Heft 10, Essen 2001.
- R. Hamm, M. Wenke, Die Bedeutung von Fachhochschulen für die regionale Wirtschaftsentwicklung. Eine Darstellung am Beispiel der Fachhochschule Niederrhein. Raumforschung und Raumordnung. Jg. 60 (2002), S. 28-36.
- R. Hamm, M. Wenke, The Importance of Universities of Applied Sciences for Regional Development – Theory and Empirical Evidence for the German Middle Lower Rhine Area. Paper presented on the 41st European Congress of the European Regional Science Association, Zagreb (Croatia), 29. August bis 1. September 2001.