

Professor gründet Forschungsinstitut

(ko) Dem Wissenschaftstransfer, vielzitiierter Hoffnungsträger für den wirtschaftlichen Strukturwandel im Ruhrgebiet, wurde eine weitere Brücke zur Praxis geschlagen. Das vor knapp zwei Monaten gegründete „Betriebswirtschaftliche Institut für empirische Gründungs- und Organisationsforschung“, kurz Bifego, will diesmal betriebswirtschaftliche Praxis mit universitärer Forschung verbinden. Beim ersten Bifego-Forum gestern im Fachbereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität konnte Instituts-Leiter Prof. Dr. Detlef Müller-Böling 76 Vertreter aus Wissenschaft und Wirtschaft begrüßen.

Die Hauptarbeits- und Forschungsgebiete des Instituts, das sich die Rechtsform eines eingetragenen gemeinnützigen Vereins gegeben hat, sind Unternehmensgründung, Unternehmensentwicklung (Aufbau und Sicherung im Zeitraum von fünf bis acht Jahren), Organisation sowie die Informations- und Kommunikationstechnologien.

Den Weg zum wissenschaftlich-praktischen Verbund sollen unter anderem eine Reihe von Dienstleistungen für die bisher 30 Mitglieder mar-

kieren. Dazu zählen unter anderem computergestützte Planungshilfsmittel, Organisations- und Marktanalysen, Aufbau und Pflege von Informationsdiensten sowie die Entwicklung von Gründerseminaren.

Mit dem neuen Institut will Prof. Müller-Böling, Hochschullehrer für Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung an der Universität, neue Wege zur Finanzierung des Forschungsbereiches gehen. „Der Etat reicht gerade aus, um die Lehre zu bestreiten. Wir brauchen Kooperationspartner, wie Kammern und Verbände.“ Neben Mitgliederbeiträgen und Spenden sollen vor allem Forschungsprojekte im Auftrag öffentlicher und privater Geldgeber das Forschungs-Institut finanziell tragen. Zur Zeit laufen neun Forschungsprojekte.

Eine Konkurrenz zu den Kammern und Unternehmensberatern sieht Prof. Müller-Böling in der neuen Transfer-Einrichtung nicht. „Unsere Arbeit liegt im Vorfeld.“ Das Institut erarbeitet praktisch verwertbare Forschungsergebnisse und gibt sie an Service-Einrichtungen wie die Kammern und zur Vermarktung an Unternehmensberater weiter.