

Uni eröffnet Exklusivclub für Unternehmen

Auch Studierende sollen von dem
Netzwerk profitieren

VON INGE JACOBS

STUTTGART. Die Uni Stuttgart will ihre Kontakte zur Wirtschaft intensivieren. Dafür hat sie sich externes Know-how von zwei Werbeagenturen geholt. Gemeinsam mit den Stuttgarter Unternehmern Jürgen Fürst (Suxes GmbH) und Christian Dau (Dau Kommunikation GmbH) hat sie den sogenannten Gofuture!Klub gegründet. Damit wolle man insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen einen exklusiven Zugang zu den wissenschaftlichen Leistungen und Ressourcen der Universität bieten, teilt diese mit. Der Grund: „Anders als Großkonzerne haben Unternehmen dieser Größe das Potenzial bei der Zusammenarbeit mit Hochschulen noch nicht ausgeschöpft“, erklärt der Stuttgarter Unirektor Wolfram Ressel.

Von der Kooperation profitieren sollen die Firmen, die mit Digitalisierung, Industrie 4.0 und Fachkräftemangel kämpfen, und die Studierenden. Diese erhielten „wertvolle Einblicke in Arbeitsfelder der Zukunft“. Die Firmen könnten junge Arbeitskräfte rekrutieren und so ihre Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit sichern. „Oft zieht es die Studierenden zu den weltweit renommierten Konzernen“, so Ressel. Doch auch der Mittelstand trage erheblich zur Innovationsfähigkeit Deutschlands bei. „Wir als Universität Stuttgart wollen unseren Studierenden daher stärker als bisher die Attraktivität dieser ‚Hidden Champions‘ bewusst machen.“ Viele dieser Unternehmen böten zwar zukunftsichere Jobs an, doch seien sie den Studierenden oft nicht bekannt.

Den teilnehmenden Unternehmen bietet die Uni persönliche Ansprechpartner, den Zugang zu wissenschaftlichen Foren und die Teilnahme an exklusiven Veranstaltungen der Uni im In- und Ausland sowie direkte Kontakte zu Studierenden und Wissenschaftlern. Für die Mitgliedschaft im Club müssen die Firmen je nach Größe zwischen 3000 und 12 000 Euro im Jahr zahlen. Doch dafür sind sie „exklusiver Premium-Partner der Universität Stuttgart“, wie es auf der Homepage des Clubs heißt. „Sie steigern Ihre Reputation, sparen Marketingkosten und erzielen eine größere Wahrnehmung in der Öffentlichkeit“, argumentiert der Club gegenüber potenziellen Interessenten, „und Sie stärken die Stellung von kleinen und mittleren Unternehmen in Baden-Württemberg allgemein.“

