

GENO-Stiftung - WissenSchafftPartner

Marketing / Kommunikation von Genossenschaften an Hochschulen verbessern

1. Februar 2023 | Anja Roth und Dr. Annika Reifschneider | GENO-Stiftung WissenSchafftPartner

Zwecke der Stiftung:

- Förderung von Wissenschaft und Forschung
- Förderung der Erziehung, Volks- und Berufsbildung inkl. Studentenhilfe
- Beschaffung von Mitteln gemäß § 58 Nr. 1 AO



Aufgaben zur Verwirklichung:

- die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der genossenschaftlichen Idee als Rechts- und Unternehmensform verbunden mit der Etablierung eines entsprechenden Erfahrungsaustauschs;
- die Einbindung der Mitgliedsgenossenschaften zur Einbringung wissenschaftlicher Fragestellungen aus der Praxis;
- die Vermittlung von fundierten Fachkenntnissen über das genossenschaftliche Modell und seine vielseitigen Einsatzmöglichkeiten, u.a. mit dem Zweck, dies für (Aus-)Gründungen aus der Wissenschaft und Forschung heraus zu hinterlegen.



Maßnahmen zur Realisierung der Aufgaben (u.a.):

- Projekte an und mit Hochschulen und Universitäten – teils unter Einbindung der Mitgliedsgenossenschaften und Partner des Stifters,
- die Auslobung eines Wettbewerbs mit Verleihung eines Stiftungspreises sowie
- die Vergabe von Forschungsprojekten und Hospitationen.

Marketing/Kommunikation von Genossenschaften verbessern

Ausschreibung 2 | Projekt 3

- Einreichende: Studierende
- Fokus: Förderung von Studierenden
- Verfahren:
 - Start ab dem 01.02.2023
 - Abschluss zum 31.07.2024
 - Ergebnisse werden sukzessive im Kuratorium vorgestellt
- Budget: 2.000 Euro je Bachelorarbeit

Leitfrage:

Wie kann das Marketing bzw. die Kommunikation von Genossenschaften an Hochschulen verbessert werden?

Marketing/Kommunikation von Genossenschaften verbessern

Möglicher Forschungsansatz

Der Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft führt zu einer Veränderung des Images von Genossenschaften und zu einer vermehrt positiven Wahrnehmung in Politik, Wissenschaft und Gesellschaft.

- Welche Beitrag kann die Hochschullandschaft in diesem Kontext leisten?



Marketing/Kommunikation von Genossenschaften verbessern

Möglicher Forschungsansatz

Genossenschaften bauen auf der sog. Doppelnatur auf: das Bestreben um einen ökonomisch erfolgreichen Geschäftsbetrieb im Einklang mit den individuellen Interessen der Mitglieder. Neben einem tragfähigen Geschäftsmodell spielen bei diesen Kooperationen auch Werte und Prinzipien eine wichtige Rolle.

- Wie kann die Bekanntheit der Rechts- und Unternehmensform an Universitäten im Zusammenhang mit Ausgründungen gestärkt werden?



Marketing/Kommunikation von Genossenschaften verbessern

Möglicher Forschungsansatz

Gut 7.500 Genossenschaften in Deutschland mit fast 21 Millionen Mitgliedern sind ein starker Bestandteil unserer Wirtschafts- und Gesellschaftsstruktur. Sie sind in mehr als 50 Branchen aktiv und auch branchenübergreifend

- Welchen Beitrag können Genossenschaften vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen leisten und wie können diese Potentiale bereits im universitären Kontext vermittelt werden?



1. Informelles Gespräch (um die Erfolgsaussichten abzuschätzen)
2. Erwünschter Gesamtumfang der Einreichung: Antrag mit 3-5 Seiten (Projektskizze in deutscher oder englischer Sprache auf elektronischem Weg)
3. Durchsicht, Aufbereitung und Bewertung durch die Geschäftsführung der Stiftung (Frist: max. 4 Wochen)
4. Die aufbereiteten Unterlagen, werden vom Kuratorium kommentiert – im Rahmen einer regulären Sitzung oder per Online-Versand (Frist: max. 2 Wochen)
5. Die Förderentscheidung muss daraufhin einstimmig durch den Stiftungsvorstand erfolgen – im Rahmen einer regulären Sitzung oder per Online-Versand (Frist: max. 2 Wochen)
6. Bei „Auftragsforschungen“, also von der Stiftung selbst ausgelobten Projekten, gibt es eine 100 Prozent-Förderung.
7. Bei an die Stiftung herangetragenen Forschungsprojekten beträgt die Förderung bis zu 50 Prozent. Eigenleistung kann auch in geldwerten Leistungen, also in Personal- und Sachkosten, erfolgen.

Kriterien der Projektvergabe

Allgemeine Kriterien

- (1) Mehrwert bzw. Modellcharakter i.S.v. Anwendbarkeit in der Fläche und/oder Erkenntnisgewinn v.a. für Genossenschaften in Baden-Württemberg
- (2) Umsetzungszeitraum innerhalb von bis zu 2 Jahren.
- (3) Einbindung der Stiftung in die Zielsetzung und hinsichtlich Zwischenständen
- (4) Transparentes Vorgehen und Veröffentlichung der Ergebnisse
- (5) Einverständnis zur Nutzung der Ergebnisse durch die Stiftung, den Stifter und seine Mitglieder sowie Beteiligung an Aktivitäten der Stiftung


Wissenschaftliche Kriterien


- (1) Verbindung von Wissenschaft und Praxis
- (2) Eigenständigkeit in der Herangehensweise und der Erarbeitung der Fragestellung
- (3) Schlüssigkeit und Struktur der Gliederung der Arbeit / des Aufbaus der Studie bzw. der Planung des Modellprojekts
- (4) Qualität der wissenschaftlichen Argumentation, differenzierte Darstellung und kritische Reflexion bzw. Problembewusstsein
- (5) Sehr hohe Qualität und korrekte Interpretation der empirischen Daten und Quellen

Kontakt



GENO-Stiftung
WissenSchafftPartner
Heilbronner Straße 41
70191 Stuttgart

 0711 / 222 13-27 25
0173 100 80 68


 anja.roth@bwgv-info.de


Anja Roth

Geschäftsführendes Mitglied des
Vorstands



GENO-Stiftung
WissenSchafftPartner
Heilbronner Straße 41
70191 Stuttgart

 0711 / 222 13-25 03
0174 181 51 03

 annika.reifschneider@bwgv-info.de

Dr. Annika Reifschneider

Stv. geschäftsführendes Mitglied des
Vorstands