

Kooperationen deutscher Universitäten mit Google & Co – Chancen und Risiken

Falk Rudnik

May 2020

Abstract

Dieses Paper betrachtet das Eingreifen von Google & Co in den Betrieb an deutschen Universitäten und die damit einhergehenden Chancen und Risiken. Anschließend wird das Fallbeispiel der TU München untersucht.

Contents

1	Einleitung	3
2	Chancen, Risiken und Kontrolle	3
2.1	Chancen	3
2.2	Risiken	4
2.2.1	Wissensabschöpfung	4
2.2.2	Auftragsarbeit	4
2.2.3	Beeinflussung der Universitäten	4
2.3	Wer kontrolliert die Zusammenarbeit?	5
3	Fallbeispiel	7
3.1	Die TU München und Sponsoren	7
3.2	Auswertung Fallbeispiel	7
4	Fazit	8

1 Einleitung

In den vergangenen Jahren kam es immer wieder zu Kooperationen zwischen Großkonzernen (z.B. Google) und deutschen Universitäten. Universitäten und Großkonzerne sehen viele Vorteile in einer Zusammenarbeit. Kritiker hingegen befürchten eine Beeinflussung der deutschen Universitäten seitens der Großkonzerne und eine Wissensabschöpfung zu Gunsten eben jener. Oft wird den Universitäten auch Auftragsarbeit vorgeworfen. Im Folgenden werden Chancen und Risiken einer Kooperation zwischen Google & Co und deutschen Universitäten beleuchtet, danach am Fallbeispiel der TU München betrachtet.

2 Chancen, Risiken und Kontrolle

2.1 Chancen

Die Vorteile einer Kooperation sind recht offensichtlich, für die Universitäten bedeutet sie meistens Zuwendungen monetärer Form. Diese können z.B. Spendengelder oder die Stiftung von Professuren sein.

Großkonzerne sind an Forschung in für sie relevante Bereiche interessiert, weshalb die Spendengelder und Professuren meistens an diese gebunden sind. Auf diese Art und Weise können die Großkonzerne die Forschungs- Richtung/Gebiete beeinflussen.

Auch die Bindung potenzieller Arbeitskräfte ist ein Vorteil für Google & Co, durch die Zusammenarbeit mit den Universitäten können sie zukünftige Fachkräfte direkt "an der Quelle abschöpfen". Oder andersweitig an sich binden z.B. vergeben Software-Firmen wie Microsoft häufig kostenlose Lizenzen für Schulen, Schüler und Studenten. Die Fachkräfte von Morgen nutzen darauf die Produkte der jeweiligen Firma und gewöhnen sich an diese. Die Macht der Gewohnheit sorgt dann dafür, dass sie auch im späteren Berufsleben die gewohnten Produkte benutzen.

Die größte bzw. interessanteste Chance bietet der Wissensaustausch. Wenn sowohl die Universität als auch das Unternehmen ihr Fachwissen austauschen, führt dies zu einem beidseitigen Nutzen.

2.2 Risiken

2.2.1 Wissensabschöpfung

Ein Risiko besteht in der Wissensabschöpfung, dies ist ein einseitiger Wissenstransfer. Das Unternehmen schöpft Wissen und Ergebnisse ab, die aus der Forschung der Universität gewonnen wurden. Gegebenenfalls wird das Fachwissen von dem Unternehmen sogar in das Ausland transferiert z.B. bei einer Kooperation mit internationalen Konzernen. Kritisch ist hierbei, dass Universitäten öffentliche Einrichtungen sind, die auch mit Steuergeldern teilfinanziert werden.

2.2.2 Auftragsarbeit

Auftragsarbeit ist ein weiteres Risiko. Durch die Zuwendungen lenken die Unternehmen die Forschung an den Universitäten in eine für sie interessante Richtung z.B. handeln Universität und Unternehmen einen Vertrag mit festgeschriebenen Forschungsschwerpunkt aus. Aufgrund dieser Tatsache werfen Kritiker kooperierenden Universitäten immer wieder vor, dass sie Auftragsarbeit betreiben. Die Konzerne würden die Universitäten als vergleichsweise billige Forschungsstätten für das eigene Unternehmen nutzen.

2.2.3 Beeinflussung der Universitäten

Es ist auch kritisch zu betrachten, inwiefern deutsche Universitäten von Unternehmen beeinflusst werden. Heutzutage versuchen Universitäten Geldgeber gezielt zu werben, hierbei kann es zu Beeinflussungen kommen z.B. könnte eine Universität ihre Forschungsrichtung anpassen, um einen besonders großen Geldgeber zu werben. Oder der Geldgeber möchte ein Mitspracherecht bei der personellen Belegung der von ihm gestifteten Professuren. Üblicherweise werden gestiftete Professuren nur für einen gewissen Zeitraum von dem Unternehmen getragen, doch was passiert nach Ablauf der Zeit? Auf diese Art und Weise können die Forschungsgebiete an Universitäten für Jahrzehnte beeinflusst werden und der Geldgeber trägt die Kosten nur für die ersten Jahre. Anschließend würde die Universität die Professuren weiterfinanzieren, wodurch öffentliche Gelder verwendet werden würden um Interessensfelder der Konzerne zu erforschen. Die Unternehmen müssten in diesem Szenario nur für die vergleichsweise geringe Initialfinanzierung aufkommen, könnten aber fortlaufend von der öffentlichen Forschung profitieren.

2.3 Wer kontrolliert die Zusammenarbeit?

Kontrolliert wird die Kooperation von deutschen Universitäten und Unternehmen kaum. Die Universitäten sind verpflichtet die Öffentlichkeit über ihre Kooperationen mit der Wirtschaft zu informieren.

1. Verankerung der Informationspflicht bei der Hochschulleitung

Als öffentlich finanzierte Einrichtungen sind Hochschulen verpflichtet, regelmäßig und in angemessener Weise die Öffentlichkeit über ihre Forschungstätigkeiten zu informieren. Dazu gehören auch die Forschungsprojekte mit privaten Partnern, also vor allem Stiftungen und Unternehmen. Als autonome Institutionen entscheiden Hochschulen darüber, in welcher Form, zu welchem Zeitpunkt und in welchem Maße sie über Drittmittelprojekte berichten. Hochschulen müssen dabei sicherstellen, dass Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse der beteiligten Unternehmen gewahrt werden. Die Informationspflicht liegt bei der Hochschulleitung. Entsprechende Regelungen wurden beispielsweise in die Landeshochschulgesetze von Nordrhein-Westfalen und Hessen aufgenommen.

Fig1:

Verankerung der Informationspflicht bei der Hochschulleitung Quelle: [5]

Regelungen dieser Art wurden in die Landeshochschulgesetze der einzelnen Länder aufgenommen, es kann aber je nach Bundesland Unterschiede geben. Aus den Regelungen geht hervor, dass Universitäten selbst über ihre Kooperationen informieren müssen. Die Art und Weise, sowie die Regelmäßigkeit wird von den Universitäten selbst festgelegt. Somit ist es eine Eigenkontrolle und eine Fremdkontrolle ist nicht vorhanden.

Für die Kooperation von Universitäten und Unternehmen hat der Stifterverband Empfehlungen veröffentlicht:

Empfehlungen an Hochschulen/Unternehmen:

1. Autonome Hochschulen stehen in der Verantwortung, über ihre Kooperationsprojekte und Drittmittelaktivitäten regelmäßig und in angemessener Weise die Öffentlichkeit zu informieren. Die Art und Weise dieser Berichterstattung sollte den Hochschulen überlassen bleiben. Hochschulen sollten dazu entsprechende Regelungen und Verfahren erarbeiten, die Informationspflicht umzusetzen. Sie sollte regelmäßig, mindestens jährlich erfolgen.
2. Langfristige strategische Partnerschaften von Hochschulen und Unternehmen sind wegen ihrer herausgehobenen Bedeutung für die Hochschule in ihrem Umfang, in ihrer Ausgestaltung und in ihrer Zielrichtung nach außen deutlich sichtbar zu machen.
3. Auftragsforschung und Kooperationen im Bereich Forschung und Entwicklung (FuE) sind für Unternehmen besonders wettbewerbsrelevant. Bei der Information der Öffentlichkeit über diese Aktivitäten sollten sich die Hochschulen eng mit den Unternehmen abstimmen, um deren Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse zu schützen.
4. Unternehmen finanzieren die Auftragsforschung. Um dies zu tun, sind die Hochschulen gefordert, die in Rechnung gestellten Kosten transparent und plausibel darzulegen.
5. Die Unternehmen erkennen grundsätzlich das Veröffentlichungsinteresse der Hochschulen in kooperativen Forschungsformaten an. Dabei besteht der Vorbehalt, dass das Unternehmen seine berechtigten Interessen wahren kann, insbesondere Schutzrechtsanmeldungen nicht behindert werden. Studentische Abschlussarbeiten oder Promotionen, die im Rahmen von Kooperationen entstehen, werden veröffentlicht. Sensible Unternehmensinformationen sollten dabei angemessen geschützt werden.
6. Bei der Publikation von Studien und Gutachten sollten relevante finanzielle Verbindungen zu privaten Geldgebern offengelegt werden.
7. Hochschulen sollten sich Richtlinien geben, wie sie mit Spenden und Sponsoringeinnahmen verfahren und wie sie intern und extern Transparenz darüber herstellen. Spenden- und Sponsoringlisten sollten insbesondere bei Zuwendungen von Privatpersonen und in niedriger Höhe auf dem Prinzip der Freiwilligkeit beruhen.
8. Hochschulen sollten ihre Strukturen und Prozesse im Hinblick auf das Kooperationsmanagement mit Unternehmen professionalisieren und zentrale Business-Relationship- und Transparenz-Manager etablieren. Unternehmen sollten ebenfalls das für Hochschulk Kooperationen notwendige spezielle Know-how aufbauen und im Unternehmen bündeln.

Fig2:

Empfehlungen an Hochschulen/Unternehmen Quelle: [5]

Die Empfehlungen des Stifterverbands aus Fig2. wurden auch in ein Empfehlungsschreiben des deutschen Bundestags für die Kooperationen von Unternehmen und Universitäten aufgenommen [6]. Allerdings sind es nur Empfehlungen und keine bindenden Vorschriften. Die Universitäten sind somit nicht verpflichtet, diesen Leitlinien nachzukommen. In der Praxis sieht es so aus, dass die meisten deutschen Universitäten ihren eigenen Code of Conduct(Leitlinien) verfasst haben, an welchen sie sich richten. Somit werden diese Universitäten von ihrem Code of Conduct nur soweit eingeschränkt, wie sie es selbst für richtig halten.

3 Fallbeispiel

3.1 Die TU München und Sponsoren

Die TU München betreibt mehrere Kooperationen mit Unternehmen. Eine Kooperation findet seit 2018 zwischen der TU München und Google statt. Google stellt über den Kooperationszeitraum 1 Million Euro in Geld- und Sachmitteln zur Verfügung, sowie personelle Unterstützung für ein Forschungsprojekt im Bereich der künstlichen Intelligenz [7]. Eine weitere Zusammenarbeit findet zwischen Lidl und der TU München statt, Lidl finanziert der TU 20 Stiftungsprofessuren im Bereich der Betriebswirtschaftslehre. Das besondere hierbei ist, dass die Professuren ihren Sitzplatz in Heilbronn haben und dass die Laufzeit der Finanzierung bis zur Emeritierung der Lehrenden zugesichert wurde [3].

3.2 Auswertung Fallbeispiel

Die TU München richtet sich nicht nach den Empfehlungen des Stiferverbands und hat stattdessen selbst einen Code of Conduct verfasst [8]. Sie schränkt sich somit nur soweit ein, wie sie es für richtig erachtet.

Die Öffentlichkeit wird über die Zusammenarbeit mit Unternehmen über Nachrichteneinmeldungen und Veröffentlichungen auf der eigenen Homepage unterrichtet, wobei die Informationen hier sehr spärlich sind [7]. Über die Inhalte der einzelnen Verträge, können nur Vermutungen angestellt werden. Die Vertragsvorlagen sind allerdings öffentlich einsehbar auf der Homepage der TU München [4]. Von besonderem Interesse sind hier "TUM Muster für Kooperationsvereinbarungen Typ 1" und "TUM Muster für Kooperationsvereinbarungen Typ 2", denn dies sind die Muster für Verträge für die Zusammenarbeit mit Konzernen. In diesen Verträgen werden Ziele für das Forschungsprojekt mit den Partnern festgehalten. Der Vorwurf von Kritikern 2.2.2, dass Auftragsarbeit betrieben wird ist somit begründet. Denn die Verträge sind Auftragsverträgen der freien Wirtschaft recht ähnlich. Der Punkt 2.4 in der Kooperationsvereinbarungen Typ 2 verdeutlicht, dass auch Chancen entstehen. Es findet ein beidseitiger Wissensaustausch statt:

(4) Die Partner tauschen alle Informationen aus, die zur Durchführung des Verbundprojekts notwendig sind, und werden sich über die bei Durchführung des Verbundprojekts erzielten Arbeitsergebnisse gegenseitig informieren.

Fig3:

2.4 Kooperationsvereinbarungen Typ 2 : [4]

Dass die Unternehmen die Universitäten beeinflussen wird besonders an den Stiftungsprofessuren von Lidl deutlich. Mehr als jeder dritte Wirtschaftsprofessor ist stiftungsfinanziert [3]. Durch die Dauer der Stiftungsprofessuren und dem Standort wandelt sich der Betriebswirtschaftsbereich der TU München grundlegend. Der Standort Heilbronn wird vorraussichtlich mehrere Jahrzehnte betrieben, somit wird dort in den kommenden Jahren eine völlig neue Zweig-

stelle der TU München aufgebaut. Es ist unwahrscheinlich, dass nach Ablauf des Finanzierungszeitraums diese Zweigstelle abgerissen wird. Lidl hat sich für Jahrzehnte eine Forschungsstätte mit einer für Lidl interessanten Forschungsrichtung gesichert, eine Beeinflussung 2.2.3 ist nicht zu leugnen.

Allerdings ist auch zu erwähnen, dass durch Lidl und Google im Beispiel TU München Forschung ermöglicht wurde, die sonst ggf. nicht möglich gewesen wäre. Die Mittel der TU München wären zu knapp gewesen um diese Forschung zu betreiben.

4 Fazit

Chancen und Risiken stehen in ständigen Wechselwirkungen miteinander. Zweifelsohne werden die Universitäten von den Stiftungen beeinflusst, allerdings bieten eben jene Stiftungen auch Chancen z.B. Wissensaustausch und mehr Mittel für Forschung. Die Kontrolle der Kooperationen ist ungenügend und sollte verstärkt werden um z.B. eine Risiko wie Wissensabschöpfung zu verringern. Es wäre sinnvoll die Empfehlungen Fig2. als verpflichtende Richtlinien staatlich umzusetzen, sofern es mit der Wissensfreiheit vereinbar ist.

References

- [1] Becker, K., Osel, J.: Stifter und Unruhestifter. Süddeutsche Zeitung (16.Januar 2012)
- [2] Bylda, P., Rinke, F.: Google holt sich Hilfe im Saarland. RP-Online (25. Mai 2016)
- [3] Schütt, J.: Lidl stiftet 20 Professuren. Pointer.de (05. Januar 2018)
- [4] TUM Präsident Hermann, W.: TUM Forschungs- und Wirtschaftskooperationen. TU München (1. Oktober 2011)
- [5] Stifterverband: Transparenz bei der Zusammenarbeit von Hochschulen und Unternehmen (Stand 20.6.2016)
- [6] Deutscher Bundestag: Wissenschaftsfreiheit und Kooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen
- [7] TU München: Google investiert in Wissenschaft Made in Germany” München (16. Februar 2018)
- [8] TUM Präsident Hermann, W.: Fundraising Code of Conduct. München (1. Oktober 2011)