



# *Forschen, Anwenden und Gewinnen*

Gezielter Erkenntnisgewinn  
für nachhaltigen  
Wettbewerbsvorsprung

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorsprung durch Forschung</b>	<b>3</b>
<b>Forschung mit Effekt</b>	<b>4</b>
Überblick	4
Wissenschaftliche Recherchen	5
Marktstudien & Wettbewerbsanalysen	6
Trend- & Zukunftsstudien	7
Kundenbefragungen	8
Nutzer-Studien	9
Imageanalysen	10
Werbewirkungsforschung	11
Psychologische Organisationsdiagnosen	12
Mitarbeiterbefragungen	13
Bildungsforschung	14
Politikforschung	15
Politische Steuerung	16
Evaluation	18
Machbarkeitsstudien	19
<b>Unsere Hochschule</b>	<b>20</b>
Unsere Arbeitsweise	20
Forschungs-Leitbild	21
Eigene Forschung	22
Internationale Einsatzorte	23
Weitere Angebote	24
Finanzierung	25
Vorgehen	26
<b>Impressum</b>	<b>27</b>



## Wissen schafft Erfolg.

Was macht Unternehmen erfolgreich? Erstens: Sie haben gute Ideen. Zweitens: Sie setzen die besten Ideen möglichst optimal um. Drittens: Sie bearbeiten den Markt kompetent und konsequent. Viertens: Sie sichern den Wettbewerbsvorsprung während der gesamten Lebensdauer.

Anwendungsorientierte Forschung kann Ihnen durch wichtige Einsichten zu den entscheidenden Ideen verhelfen, bei der Umsetzung Ihrer Ideen mitwirken oder Ihnen den entscheidenden Informationsvorsprung für die Marktbearbeitung liefern.

Wir begleiten Sie bei jedem Schritt der gesamten Wertschöpfungskette – von der Produktidee bis zur Umsetzung. Wir verknüpfen dabei die Ergebnisse der Grundlagenforschung aus verschiedenen Disziplinen mit der eigenen anwendungsorientierten Forschung und schaffen damit die Grundlagen für Wettbewerbsvorteile und Erfolgserlebnisse.

Christian Werner  
Präsident

## Forschung mit Effekt

Als Fachhochschule sind wir vorrangig auf dem Gebiet der angewandten Forschung tätig. Die Nutzung der gewonnenen Erkenntnisse steht dabei immer im Mittelpunkt unserer Aktivitäten.

Damit schaffen wir die Voraussetzung damit Sie den Wissensvorsprung in Erfolge umsetzen können. Um Ihnen den entscheidenden Vorsprung zu verschaffen, bieten wir Ihnen verschiedene Dienstleistungen an:

1. Wissenschaftliche Recherchen
2. Marktstudien & Wettbewerbsanalysen
3. Trend- & Zukunftsstudien
4. Kundenbefragungen
5. Nutzer-Studien
6. Imageanalysen
7. Werbewirkungsforschung
8. Psychologische Organisationsdiagnosen
9. Mitarbeiterbefragungen
10. Bildungsforschung
11. Politikforschung
12. Politische Steuerung
13. Evaluation
14. Machbarkeitsstudien



## Volle Information

### Vorhandenes Wissen effizient nutzen

Wissenschaftliche Recherchen verschaffen Ihnen den entscheidenden Wissensvorsprung:

- So können Sie effizient auf bestehendes Wissen zugreifen und vermeiden, dass Sie das Rad zum wiederholten Mal erfinden. Durch gezielte Recherchen erhalten Sie den jeweils aktuellen Stand aus wissenschaftlicher Forschung und angewandter Praxis.
- Sie erhalten das relevante Wissen in einer konzentrierten, unmittelbar verwertbaren Form. Aus allen wesentlichen Quellen werden die relevanten Informationen herausgearbeitet und in einer verständlichen Form aufbereitet.
- Darüber hinaus erhalten Sie eine möglichst genaue Abschätzung der Zuverlässigkeit der Informationen.
- Übrigens: oft lassen sich durch alternative Darstellungen, raffiniertere Auswertungsmethoden oder einfach durch größeres Hintergrundwissen mehr Informationen aus den Daten gewinnen, als es die Autoren ahnen konnten.

Die stark verbesserte Zugänglichkeit professioneller Datenbanken, Bibliotheken sowie ausgefeilte Suchprogramme ermöglichen eine punktgenaue Recherche zu günstigen Konditionen. Wo dies sinnvoll erscheint nutzen wir auch die traditionellen Quellen.



Das möglichst vollständige Aufspüren relevanter Informationen bei gleichzeitigem Ausschluss unpassender Veröffentlichungen, erfordert großes Wissen über die Fragestellung und exzellentes technisches Know How über diverse Informationsquellen und deren jeweilige Abfragetechniken. Unsere Recherchen werden deshalb durch qualifizierte Spezialisten erstellt.

Die Aufarbeitung, Dokumentation und Präsentation erfolgt in der von Ihnen gewünschten Form (z.B. als Worddokument, Tabellenkalkulation und/oder Präsentation).

Mögliche Rechercheaufgaben:

- Kaufmännische Recherchen (Marktdaten, Studien, Mitbewerberübersichten...)
- Technische Recherchen (Technische Lösungen, neue Technologien, ..)
- Patentrecherchen
- Markenrecherchen
- Länder-, regions- und fachbezogene Informationen und Materialbeschaffung

## Finger am Puls

### Fundierte Entscheidungen

Marktstudien und Wettbewerbsanalysen zeigen ungenützte Potenziale für die Entwicklung Ihres Unternehmens auf. Die Potenziale können dabei innerhalb oder außerhalb des Unternehmens liegen. Wir übernehmen für Sie die Planung und Durchführung von Marktstudien, Standort- und wettbewerbsanalysen. Mögliche Untersuchungsgegenstände:

- Marktanalyse (Bereitstellung aktueller
- Markt- & Branchendaten, Portfolioanalysen, Marktpotential, Marktattraktivität, Trends & Entwicklungen)
- Analyse der eigenen Wettbewerbsposition (Positionierung, Stärken & Schwächen, Chancen & Risiken, Benchmarks, ...)
- Mitbewerberanalyse (Neue Produkte und Leistungen, Alternativprodukte, Positionierung, Stärken & Schwächen, Chancen & Risiken, ...)
- Vertriebsanalyse (Zielgruppensegmentierung, Kunden- und Nutzwertanalysen, Customer Lifetime Value-Berechnungen, ...)
- Standortanalysen (Sortimentsanalysen,
- Kaufkraftbeurteilung, Mitbewerbersituation, ...)
- Zielgruppenanalysen (Bedarfermittlung, Kaufmotive, -verhalten, Konsumgewohnheiten, Produktverwendung und Produkterleben, Critical Incident Analysen, ...).



### Frühwarnung

Jedes Unternehmen muss Trends und Entwicklungen am Markt und in seinem relevanten Wettbewerbsumfeld beobachten. Wir übernehmen für Sie das Monitoring Ihres Marktes nach abgestimmten Kriterien, damit Sie rechtzeitig geeignete Maßnahmen zur Sicherung und Stärkung Ihrer Marktstellung ergreifen können.

## Chancen erkennen

### Bereit für die Zukunft

Man kann die Zukunft nicht vorhersagen. Das ist klar. Man kann allerdings wissenschaftliche Methoden nutzen, um mögliche und wahrscheinliche Zukünfte zu erfassen und daraus die entsprechenden Konsequenzen abzuleiten.

Unternehmen können die damit verbundenen Gestaltungsoptionen für die eigene Entwicklung nutzen. Dabei können sie schon auf „schwache Signale“ reagieren und sich früher als die Mitbewerber auf zu erwartende Entwicklungen aktiv einstellen und die damit verbundenen Chancen nutzen.

Politische Akteure können in einem partizipativ-demokratischen Prozess auf die wünschbare Zukunft gezielt hinarbeiten. Dabei können durch die Entwicklung von realen Visionen das kreative Potential, die Innovationskraft und die Motivation der Betroffenen entfaltet und genutzt werden.

Damit unsere Zukunftsstudien die erwartete Wirkung erzielen, halten wir uns an die wissenschaftlichen Qualitätskriterien: logische Konsistenz, Überprüfbarkeit, terminologische Klarheit, Einfachheit, Angabe der Reichweite, Explikation der Prämissen und Randbedingungen, Transparenz, Relevanz und praktische Handhabbarkeit.

Bei der Befassung mit komplexen dynamischen Systemen und Prozessen werden sowohl globale Entwicklungen und Zusammenhänge als auch Mittel- (5 bis 20 Jahre)



und langfristige Perspektiven (20 bis 50 Jahre) berücksichtigt. Darüber hinaus spielt der Umgang mit Unsicherheiten und technischen, sozialen, ökonomischen, ökologischen und kulturellen Brüchen eine besondere Rolle.

Je nach Aufgabenstellung kommen die folgenden Methoden zum Einsatz:

- Trendexploration
- Analogietechnik
- Expertenbefragung
- Cross-Impact-Analysen
- Delphi-Techniken
- Szenario-Methoden
- Simulationsverfahren
- Zukunftswerkstätten
- Zukunftskonferenzen
- Visionswerkstätten
- Wild-Card-Technik

## Hebel ansetzen

### Was die Entscheider denken

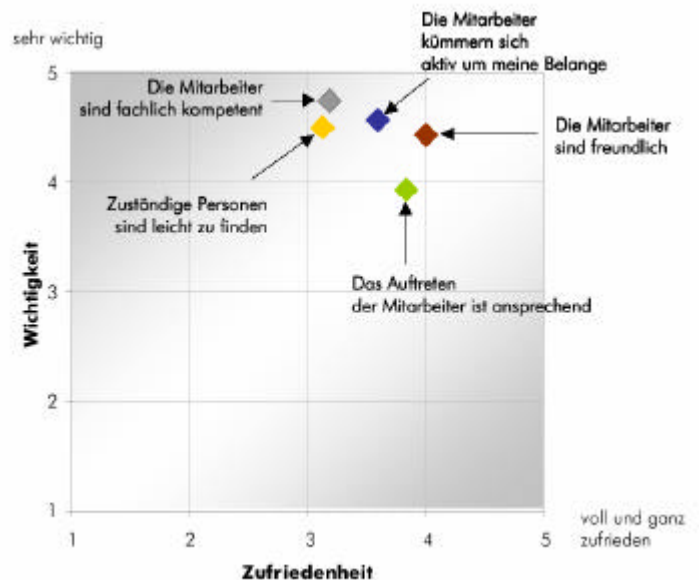
Bei einer Kundenbefragung kommt es darauf an, dass man verlässliche Daten ermittelt, aus denen man konkrete Maßnahmen ableiten kann. Dazu reichen Informationen über die Zufriedenheit der Kunden nicht aus.

Deshalb ermitteln wir auch die Wichtigkeit der einzelnen Aspekte oder Leistungsmerkmale.

Erst wenn man Bedeutung und Zufriedenheit miteinander verknüpft, erhält man konkrete Anhaltspunkte wo man ansetzen sollte. Schließlich wollen Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren und die begrenzten Mittel gezielt einsetzen.

Bei der Befragung von Kunden erhalten Sie von uns ein umfassendes Leistungsangebot zu sehr attraktiven Konditionen:

- Beratung bei der Konzeption und Durchführung der Befragung
- Abgestimmter und getesteter Fragebogen
- Durchführung der Erhebung (telefonisch, schriftlich oder persönlich)
- Auswertung der Ergebnisse als (Foliensatz, Tabellenband, Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse)
- Präsentation der Ergebnisse für den Auftraggeber



Zusätzlich bieten wir eine ganze Reihe von weiteren Dienstleistungen an:

- **Umsetzungsworkshops**  
Gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern analysieren wir die Ergebnisse und leiten konkrete Maßnahmen ab.
- **Online-Befragungen**  
Die Kunden können direkt über das Internet antworten. So erhalten Sie die gewünschten Daten schnell und sehr kostengünstig.
- **Focus-Gruppen**  
Mit einer kleinen, gezielt ausgewählten Gruppe von Zielpersonen erforschen wir die Gründe für die ermittelten Einschätzungen.
- **Panel-Befragungen**  
Um laufende Entwicklungen im Meinungsbild zuverlässig zu dokumentieren befragen wir für Sie einen gleich bleibenden Personenkreis.

## Wissen worauf es ankommt

### Der Köder muss ...

Nur wer die Anforderungen und Bedürfnisse seiner Zielgruppen genau kennt und versteht, kann marktgerechte Angebote und Lösungen entwickeln und platzieren.

Wir führen zielgruppenspezifische Nutzerstudien durch und ermitteln Erwartungshaltungen, Erfüllungsgrade, Nutzungsfreundlichkeit und -zufriedenheit bei Kunden und Nicht-Kunden. Dabei setzen wir qualitative und quantitative Methoden (Anwenderbefragungen, Fokusgruppen, Labortests, ...) ein.

Die Daten werden für Sie so aufbereitet, dass sich unmittelbar Verbesserungs- und Entwicklungsmöglichkeiten ableiten lassen. Wir sehen es als besondere Herausforderung Sie auch bei deren Ausgestaltung aktiv zu begleiten.

**The Degree of Customer Loyalty**  
Source: Stig Joergensen: Customer loyalty for lasting profits and growth

MARTIN Division G		Personal Relationship (Customer - Salesman)		
		weak	normal	very strong
Attractiveness of the Supplier (competitiveness, image etc.)	high	0 % Risk Customers	24 % Loyal Customers	21 % Ambassadors
	average	5 % Searching	29 % Risk Customers	14 % Loyal Customers
	low	2 % Lost Customers	3 % Searching	2 % Risk Customers

21% no chance for competitors	8% on the run / almost lost
30% pretty safe customers	31% costly / need more attention

### Image wirkt

Nur wenige Führungskräfte kennen das Image ihres Unternehmens oder ihrer Marken beim Kunden. Dabei ist gerade die Positionierung bei "weichen" Kriterien häufig erfolgsentscheidend.

Die Attraktivität und Akzeptanz einer Marke, eines Produkts oder einer Dienstleistung werden, in einem erheblichen Maß von dem Image des gesamten Unternehmens beeinflusst. Umgekehrt haben die Images Ihrer Produkte, Dienstleistung oder Marken einen erheblichen Einfluss auf das Image des Unternehmens. Deshalb macht es Sinn die verschiedenen Images getrennt zu betrachten.

Ein Kernbestandteil dieser Images sind dabei die bildlichen und gedanklichen Vorstellungen, die die Zielgruppen mit dem Unternehmen, seinen Produkten, Dienstleistungen oder Marken verbinden und mit welchen Emotionen diese Bilder aufgeladen sind.

Dabei spielt es keine Rolle, ob diese Vorstellungen und Emotionen eine reale Grundlage haben oder ob sie nur auf Vermutungen oder Zuschreibungen basieren. Für das Handeln ist stets die subjektiv empfundene Realität der Zielpersonen entscheidend.

Durch eine differenzierte Imageanalyse bestimmen wir Ihre Ist-Position. Im ersten Schritt werden die imageprägenden Kriterien definiert, die dann gezielt bei Kunden und (Noch-)Nicht-Kunden erhoben werden.



So erhalten Sie ein klares ‚Bild‘ davon, wie die Konsumenten Ihr Unternehmen oder Ihre Marken sehen. Dabei erhalten Sie eine Gesamtbewertung, die Bewertung einzelner Imagefaktoren, die freien Assoziationen der Befragten und die Bewertung von einzelnen Merkmalen und Leistungen.

Der Vergleich zu Ihren Mitbewerbern macht die Ergebnisse besonders aussagekräftig. Auf dieser Basis können Sie sofort und zielgenau entsprechende Maßnahmen ergreifen oder einleiten, um Ihr Image zu optimieren.

Imageanalysen können, in mehrere Stufen gegliedert (z.B. vor, während und nach einer Kampagne) Veränderungen erfassen. Darüber hinaus können Unternehmen durch ein kontinuierliches Monitoring des Aufbaus einer Marke und die Differenzierung von den Mitbewerbern begleitet.

## Erfolgreich wirken

### Werbung als Investition

Unternehmen investieren erhebliche Summen, um bei den Zielgruppen trotz der zunehmenden Sättigung der Märkte und einer generellen Reizüberflutung durchzudringen. Damit die Unternehmen ihre Budgets nicht für ineffiziente Kampagnen verschwenden, müssen die Determinanten der Werbewirkung quantifiziert werden.

Besonders bedeutsame Fragestellungen sind dabei die periodenübergreifenden Wirkungen der Werbung, Wearout-Effekte nach Beendigung einer Werbekampagne, die Integration von Wettbewerb in Responsemodelle, die Wirkung von Werbung auf die Effektivität von anderen Marketing-Maßnahmen sowie die zeitliche Aufteilung des Werbebudgets.

### Pre-Tests von Kampagnen

Durch Pre-Tests kann die Wirkung von Werbemitteln oder ganzen Kampagnen bei den potenziellen Kunden vor dem tatsächlichen Einsatz überprüft werden. Das gibt Ihnen eine aussagekräftige Erfolgsprognose einer Kampagne, unterstützt Sie bei der Entscheidung zwischen mehreren Alternativen oder bei der Optimierung Ihrer Kampagnenentwürfe. Wir verwenden hierbei unter anderem Erinnerungstests und Resonanztests.

### Erfolgskontrolle

Durch die Werbewirkungsforschung können im Nachhinein die Effekte der realisierten Kommunikationsmaßnahmen (z. B. Erhöhung der Bekanntheit, Verbesserung des Images, Steigerung der Marktanteile) ermittelt werden. Dabei werden vorab festgelegte und operationalisierte Zielgrößen als Sollkriterien herangezogen. Die Bewertung einer Kampagne dient der Dokumentation gegenüber Dritten, bietet die Möglichkeit nachzusteuern und Lerneffekte für die Zukunft zu erzielen.



## Potenziale nutzen

### Nutzen Sie Ihre Ressourcen

Die Mitarbeiter sind der Schlüssel zum Erfolg jeder Organisation. Von entscheidender Bedeutung sind ihre Motivation und ihre Einstellung gegenüber dem Arbeitgeber.

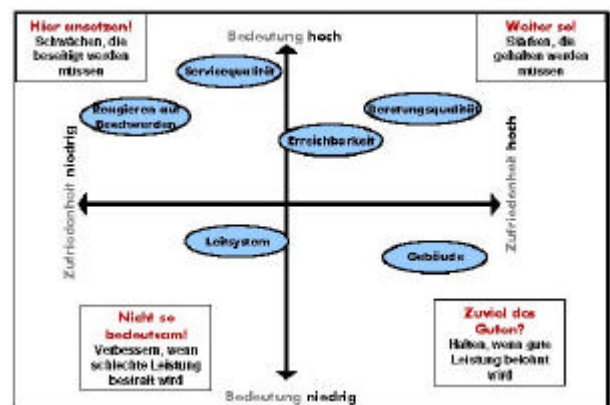
Außerdem weiß niemand so gut wie die Mitarbeiter, wo die Stärken und Schwächen der eigenen Organisation liegen. Heben Sie diesen Schatz.

Eine systematische Befragung ermittelt, wie Mitarbeiter die verschiedenen Faktoren bewerten, die für den Erfolg Ihr Unternehmen entscheidend sind. Sie zeichnet ein aussagefähiges Bild aus Sicht der Mitarbeiter und liefert eine verlässliche Grundlage für mitarbeiterfreundliches Handeln und für eine systematische Verbesserung und bessere Präsentation der angebotenen Leistungen. So können sie den bereits erreichten Standard weiter verbessern.

Bei der Befragung der Mitarbeiter erhalten Sie von uns ein umfassendes, kostengünstiges Leistungsangebot:

- Beratung bei der Konzeption und Durchführung der Befragung
- Abgestimmter und getesteter Fragebogen
- Durchführung der Erhebung (telefonisch, schriftlich oder persönlich)
- Auswertung der Ergebnisse (als Foliensatz, Tabellenband, Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse)

- Präsentation der Ergebnisse für den Auftraggeber
- Präsentation der Ergebnisse für die Mitarbeiter
- In Umsetzungsworkshops analysieren wir die Ergebnisse gemeinsam Mitarbeitern und leiten daraus konkrete Maßnahmen ab.



### Die menschliche Seite des Unternehmens

Eine Organisation ist mehr als ein System das nur funktional auf Ziele ausgerichtet ist. Sie lebt von ihren Mitgliedern, wird permanent von ihnen beeinflusst und ändert dadurch ihre Erscheinung. Trotz der „menschlichen Dimension“ des Unternehmens müssen Ziele erreicht werden, damit die Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit Ihres Unternehmens dauerhaft erhalten bleibt.

Die psychologische Organisationsdiagnose zeigt uns, wie Menschen das Unternehmen erleben und wie sie sich gegenüber anderen im Unternehmen und in der eigenen Organisationseinheit verhalten. Sie ermittelt die Faktoren, die Zufriedenheit und Zielerreichung beeinflussen und macht deutlich, wie die Entwicklung der Organisation in die gewünschte Richtung gelenkt werden kann. Sie findet auch heraus, wo und wie dabei „menschliche“ Hemmnisse überwunden werden müssen.

Diese Hemmnisse lassen sich nicht durch „technische“ Lösungen überwinden. Häufig sind jedoch die Ursachen für bestehende Probleme nicht bekannt. Um dies herauszufinden, muss die wichtigste Ressource und Informationsquelle des Unternehmens herangezogen werden: Die Mitarbeiter.

Bei einer psychologischen Organisationsdiagnose muss sensibel vorgegangen werden.

Jede Befragung ist auch eine Intervention und weckt neue oder ändert bestehende Erwartungen. Eine professionelle Diagnose zeichnet sich dadurch aus, was gefragt wird, wer befragt wird und was nicht gefragt werden darf.

Durch verschiedene Verfahren kann eine psychologisch fundierte Organisationsdiagnose erstellt werden, die die aktuellen Gegebenheiten einer Organisation oder einzelner Abteilungen ermittelt und damit die Grundlage schafft für eine konstruktive Lösung verdeckter Konflikte und die gezielte Weiterentwicklung der Organisation.

Die gewonnenen Daten müssen sehr behutsam für Veränderungen genutzt werden.

Unsere Experten verfügen über die methodischen Kompetenzen, langjährige praktische Erfahrung und das nötige Fingerspitzengefühl um die entscheidenden Antworten zu bekommen, die Antworten korrekt zu bewerten und Sie bei der Umsetzung der Ergebnisse zu unterstützen.



## Wissen multiplizieren

### Weiterbildung neu definieren

Immer mehr Unternehmen sehen das lebenslange Lernen als geeignete Möglichkeit, um das Wissen ihrer Mitarbeiter auf den aktuellen Stand zu halten.

Mit dem "lebenslangen Lernen" verändern sich aber auch die Formen der beruflichen Weiterbildung. Klassische Lehrgänge werden ergänzt um kontinuierlich arbeitsplatznahe, überwiegend selbstorganisierten Lernformen.

Die Entwicklung innovativer Lernmedien, wie multimediale Lernprogramme, Telelernen über Datenverbindungen und interaktive Lernnetzwerke, eröffnen zusätzlich neue Wege in der beruflichen Weiterbildung.

### Bildungsbedarfserhebung

Wir ermitteln mit einem erprobten Instrumentarium den Bildungsbedarf Ihrer Mitarbeiter. Dabei differenzieren wir nach Kompetenzarten, Organisationseinheiten und Vermittlungsformen.

Auf der Basis unserer Ergebnisse lassen sich die Ausgaben für die Weiterbildung gezielter und wirkungsvoller einsetzen. Wir wirken gerne an der Entwicklung eines maßgeschneiderten Bildungsprogramms für Ihr Unternehmen mit.



### Evaluation von Bildungsmaßnahmen

Durch die Evaluation bestehender Bildungsmaßnahmen liefern wir wertvolle Hinweise, wo und wie der Wirkungsgrad Ihrer Bildungsinvestitionen verbessert werden kann. Wir helfen Ihnen dabei, die neuen Lernformen optimal mit bewährten Qualifizierungsmaßnahmen zu kombinieren.

## Wettbewerbsdemokratie

### Politisches Management braucht Informationen

Professionelle Politik- und Wahlforschung findet man heute fast ausschließlich bei Landtags- und Bundestagswahlen. Dabei sind Wahl- und Vorwahlstudien, Imageanalysen von Parteien und Politikern, Wählerwanderungsanalysen und kontinuierliche Wahlsoziologie auf allen Ebenen für ein modernes Kampagnenmanagement unverzichtbar.

### Images von Politikern

Bekanntheit, Sympathie, Kompetenzzuschreibung und Glaubwürdigkeit sind zentrale Erfolgsfaktoren für alle Politiker. Wir ermitteln für Sie, wie groß die Bekanntheit Ihrer Kandidaten ist, welche Sympathiewerte von Ihnen erreicht werden, wie die Kompetenz beurteilt wird und welche Wirkungen Image-Kampagnen auf das Erscheinungsbild Ihrer Politiker haben.

Die Auswertung erfolgt getrennt für die verschiedenen Zielgruppen und Multiplikatoren. Dadurch können differenzierte Wahlkampagnen und PR-Strategien aufgebaut und umgesetzt werden.



## Fundiert entscheiden

### Angewandte Sozialforschung

Grundlagenstudien für politische Entscheidungen (Bürgerbefragungen, Bürgerbeteiligungen, Mandatsträgerbefragungen, ...)

Gerade Entscheidungsträger in öffentlichen Bereichen befinden sich in einer schwierigen Situation. Ihre Entscheidungen haben häufig eine besonders große Tragweite. Gleichzeitig haben sie nur eingeschränkten Zugriff auf die entscheidungsrelevanten Daten und die notwendige neutrale Expertise.

Unsere angewandte Sozialforschung

- führt qualitativ und quantitativ angelegte Erhebungen durch,
- analysiert statistische Daten und Materialien,
- erstellt Bestandsaufnahmen und Bewertungen sozialer, kultureller, bildungs- und freizeitbezogener Infrastrukturangebote,
- bereitet die Ergebnisse anwendungsorientiert auf,
- entwickelt, organisiert und moderiert Beteiligungsverfahren für verschiedene Zielgruppen.

Grundlagenermittlung

- Sichtung und Bewertung vorhandener Daten und Materialien
- Quantitative Datenanalysen
- Bestandserhebungen
- Entwicklung von Verfahren und Instrumente für ergänzende Erhebungen



- Schriftliche, telefonische und persönliche Befragungen
- Befragungen von Experten, Mitarbeitern in Verwaltungen, sozialen Einrichtungen
- Befragungen von Nutzern von Einrichtungen und Angeboten, von verschiedenen Zielgruppen (Erwachsenen, Kindern, Jugendlichen, Älteren ...) in Wohngebieten, Stadtteilen, etc.

Vom Auftraggeber selbst durchgeführte Befragungen können ausgewertet oder ergänzt werden. Darüber hinaus kann die Entwicklung von Fragebögen und die Durchführung von Befragungen unterstützt werden.

## Konsequent umsetzen

### Beteiligungsverfahren

- Aktivierung von Bewohnern
- Organisation und Moderation von Veranstaltungen, Gruppendiskussionen, Workshops, ...
- Beteiligungsverfahren für verschiedene Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, Ältere ...)
- Zusammenarbeit mit Einrichtungen der Kinder-, Jugend- und Erwachsenenarbeit
- Öffentlichkeitsarbeit
- Beteiligungsverfahren von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bei der Veränderung von Arbeitsprozessen oder der Entwicklung neuer Formen der Zusammenarbeit



### Dokumentationen

- Umsetzungsorientierte Aufbereitung der Ergebnisse
- Darstellung der Ergebnisse in den beteiligten Einrichtungen bzw. Gremien
- Entwicklung von Handlungsansätzen
- im engen Austausch mit den jeweiligen Partnern
- Erarbeitung von themenbezogenen Materialien (z.B. Broschüren, Handzettel, Plakate, ...)

Alle unsere Projekte werden in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber durchgeführt und in enger Zusammenarbeit mit den beteiligten Fachämtern, Institutionen und Experten.

## Neutrale Bewertung

### Neutral und systematisch

Unsere unabhängige Evaluation bietet Ihnen unabhängige und wissenschaftlich fundierte Informationen, um den Nutzen und die Qualität eines Produktes, einer Lösung oder eines Projektes zu bewerten.

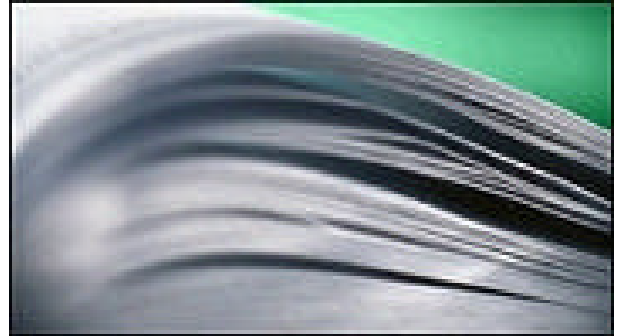
Neben der Bewertung abgeschlossener Projekte (summative Evaluation) bieten wir Ihnen auch eine begleitende und gestaltende (formative) Evaluation. Dadurch erhalten Sie prozessbegleitend Informationen zur Umsetzung, Wirkung und Verbesserung laufender Maßnahmen.

Ein klares Ziel, ein zweckmäßiges Evaluations-Design und transparente Bewertungskriterien sind wichtige Voraussetzungen jeder nützlichen Evaluation. Deshalb konkretisieren wir zu Beginn Ihren Informationsbedarf, identifizieren die Interessen der Beteiligten und Betroffenen der Evaluation und vereinbaren Art und Umfang des Ergebnisberichtes.

Durch dieses Vorgehen können Sie unsere Analysen und Berichte als solide Grundlage für strategische Neuausrichtungen und gezielte Verbesserungsmaßnahmen nutzen.

Auf Wunsch begleiten wir Sie bei der Umsetzung der abgeleiteten Maßnahmen.

Für Auftraggeber, Beteiligte und Betroffene (stakeholders) kann Evaluation darüber hinaus eine neutrale und abgesicherte Informationsquelle sein.



## Risiko minimieren

### Machbarkeitsstudien sichern den Erfolg

Machbarkeitsstudien überprüfen die technische und wirtschaftliche Umsetzbarkeit von geplanten Vorhaben. Dabei kann es sich um Projekte, Unternehmen oder neuer Produkte handeln.

Durch die Machbarkeitsstudien wird entweder die Wirtschaftlichkeit einer vorgegebenen Idee ermittelt um eine Entscheidung über die Realisierung vorzubereiten. Oder es ist Aufgabe der Machbarkeitsstudien an der Überarbeitung und weiteren Ausgestaltung der Idee mitzuwirken um aus der Idee ein machbares Konzept zu formulieren.

In beiden Fällen sind die Marktsituation, alternative Konzeptionen, Zielgruppen, potentielle Nachfrage, Konkurrenz, Standortbedingungen und die Wirtschaftlichkeit zu bewerten. Fallweise sind auch bauliche Maßnahmen mit einzubeziehen.

Wir ermitteln für Sie die notwendigen Grundinformationen, erstellen unterschiedliche Szenarien und bewerten diese hinsichtlich Aufwand, Kosten und Risiken. Dabei berücksichtigen wir Ihre Unternehmensstrategie.



# Know how & do

### Kompetenz und Erfahrung

Besonderes Merkmal der Arbeitsweise ist die differenzierte und passgenaue Entwicklung eines Untersuchungsdesigns für die jeweilige Fragestellung und die jeweiligen Rahmenbedingungen. Dabei können verschiedene Methoden kombiniert werden.

Unsere Projektleiter verfügen über die notwendigen methodischen und fachlichen Kompetenzen und bringen neben der wissenschaftlichen Qualifikation eine mehrjährige praktische Berufserfahrung mit.

Gerade die Verankerung im Berufsleben sorgt für die Umsetzungskompetenz, die unsere Projekte für unsere Kunden so erfolgreich macht.

Bei Bedarf ziehen wir andere Wissenschaftler und Praktiker hinzu. Wir verfügen über ein breites Netzwerk an ausgezeichneten Experten, auf die wir jederzeit zurückgreifen können.

Die kollegiale Mitwirkung an größeren Forschungsprojekten, gemeinsam mit anderen Auftragnehmern, ist für uns eine Selbstverständlichkeit.



# Klare Positionierung

### **Wir verstehen uns als Handlungs-Kompetenz-Zentrum.**

Wir schaffen und vermitteln Wissen mit praktischer Bedeutung auf akademischem Niveau. (...)

### **Wir verbinden Wirtschaft und Wissenschaft.**

Wir kooperieren mit Unternehmen und erreichen damit einen gegenseitigen, kontinuierlichen Wissenstransfer. Unternehmen und Institutionen profitieren von unserer Fachkompetenz, von unserer Innovationskraft und unserer angewandten Forschung.

### **Wir zeigen Profil - in Lehre und Forschung.**

Wir konzentrieren uns auf einige wenige wirtschaftsnahe Studienangebote und streben in diesen Bereichen eine Spitzenposition in der Lehre an.

In ausgewählten Bereichen forschen wir anwendungsorientiert und entwickeln konkrete Lösungen für Fragen aus der Praxis. Jeder Studiengang hat dabei in mindestens einem Feld die Themenführerschaft in Deutschland.

Unsere anwendungsbezogene Forschung ist gleichzeitig ein wichtiger Pfeiler für unsere Lehre.



## Unser Vorsprung

### Wissensvorsprung

In dem folgenden Bereich haben wir unsere eigenen Forschungs-Schwerpunkte. Darüber hinaus sind wir jederzeit an Aufgaben und Fragestellungen interessiert, die aus der Praxis kommen.

Wir leisten gerne einen Beitrag zur Lösung dieser praktischen Probleme und erweitern dadurch unsere eigenen Erfahrungen und Kompetenzen.

Darüber hinaus sind wir daran interessiert den gewonnenen Wissensvorsprung bei Unternehmen anzuwenden und in praktische Vorteile umzusetzen. So können wir unser eigenes Kompetenzprofil weiter ausbauen und den unmittelbaren Nutzen unserer Forschung dokumentieren.

### Eigene Schwerpunkte

Betriebswirtschaft	Wirtschaftspsychologie	Training & Personalentwicklung	Sport- & Eventmanagement	Sozialwissenschaften
Wissensmanagement	Werbewirkungsforschung	Kompetenzen: Messung und Entwicklung	Managementmethoden in der Vereins- und Verbandspraxis	Social Management in der Praxis
Instrumente der Personal- und Organisationsentwicklung in der Praxis	Ansätze und Instrumente zur psychologischen Organisationsdiagnose	Bildungscontrolling in der betrieblichen Weiterbildung	Methoden zur Evaluation von Sponsoring und Sportmarketing	Zukunfts- und Trendforschung in verschiedenen Bereichen
Zusammenarbeit in virtuellen Netzwerken	Gestaltung kreativer Prozesse	Allgemeine Bildungsforschung	Kostenmanagement bei Sport- Freizeitanlagen und -veranstaltungen	Politisches Management im internationalen Vergleich



## Wir sind mobil

Bei unseren Forschungsaktivitäten sind wir nicht an einen Standort oder eine Region gebunden. Wir kümmern uns um Ihre Erkenntnisinteressen weltweit. Wir sind es gewohnt in einem interkulturellen Kontext zu arbeiten. Dabei können wir bei unseren Mitarbeitern auf eine Vielzahl von Sprachen zurückgreifen. Neben englisch, französisch, italienisch und spanisch gehören dazu osteuropäische Sprachen wie russisch, ukrainisch, polnisch, tschechisch, bulgarisch, rumänisch und asiatische Sprachen wie chinesisch und japanisch.

Die Stadt Erding liegt nordöstlich von München und ist durch die Nähe zu mehreren Autobahnen, zum Münchner Flughafen sowie durch eine S-Bahn-Verbindung verkehrstechnisch optimal angebunden. So können wir jeden Einsatzort schnell und kostengünstig erreichen.



### Weitere Möglichkeiten

Bei Bedarf nutzen wir gerne alle Möglichkeiten, die sich an einer dynamischen, praxisorientierten Hochschule bieten:

- Action Learning  
Bearbeitung von Aufgabenstellungen aus der Praxis im Rahmen einer problemorientierten, praxisnahen und ergebnisorientierten Lernform
- Projektseminare  
Begleitung von Projekten aus Ihren Unternehmen durch kleine Arbeitsgruppen aus fortgeschrittenen Studenten und Professoren
- Fallstudien  
Dokumentation der Ausgangslage und Problembeschreibung mit anschließender Entwicklung von Lösungsstrategien durch die Studenten
- Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten zu unternehmensrelevanten Themen



## Forschungsförderung

### Finanzierung

Die Kosten für die Auftraggeber sind von der Ausgestaltung der Forschungsprojekte und dem damit verbundenen Aufwand abhängig und werden nach der Definition der Aufgabenstellung und der Rahmenbedingungen jeweils individuell kalkuliert.

### Fördermittel

National und international gibt es zahlreiche Programme zur Förderung anwendungsbezogener Forschung. Wir übernehmen für Sie vor dem Projektstart die Recherche geeigneter Programme.

Wenn Sie sich für das Projekt und für das Beantragen von Fördermitteln entscheiden, übernehmen wir auf Wunsch die gesamte Abwicklung von der Antragstellung bis zur Abrechnung der Fördergelder. Wo dies nötig ist suchen wir geeignete Projektpartner (z.B. bei Euregio-Förderungen, multinationalen Ausschreibungen und in besonders geförderten Regionen, ...).



## Projekttablauf

### Schritt 1

Sie nehmen mit uns telefonisch oder schriftlich Kontakt auf und schildern uns Ihre Aufgabenstellung. Wir fragen nach, bis uns das Ziel und die Rahmenbedingungen klar sind.

### Schritt 2

Wir erstellen aus den gewonnenen Informationen ein Briefing und eine Projektskizze mit Vorgehensplan, Zeit- und Ressourcenabschätzung. Darüber hinaus prüfen wir die Fördermöglichkeiten für das geplante Projekt. In einem Arbeitsgespräch informieren wir Sie über unsere Ergebnisse. Sie bestimmen das weitere Vorgehen.

### Schritt 3

Auf der Grundlage Ihrer Entscheidung erarbeiten wir den detaillierten Projektplan mit verbindlichen Eckwerten für Zeit- und Ressourcenbedarf. Wenn Sie damit einverstanden sind erteilen Sie die Freigabe und wir beginnen mit der Umsetzung.

### Schritt 4

Wir übernehmen die komplette Projektsteuerung. Je nach Vereinbarung beziehen wir Ihre internen Ressourcen in das Projekt mit ein. Zu den vereinbarten Projekt-Meilensteinen informieren wir Sie über den Projektstand. Darüber hinaus stimmen wir uns bei Weichenstellungen eng mit Ihnen ab.

### Schritt 5

Zum Abschluss des Projektes präsentieren wir die Projektergebnisse vor einem Gremium Ihrer Wahl. In einem Workshop erarbeiten wir einen konkreten Umsetzungsplan für die erfolgswirksame Nutzung der Ergebnisse. Darüber hinaus übernehmen wir die Dokumentation des Projektes und übergeben Ihnen alle relevanten Unterlagen.

### Schritt 6

Auf Wunsch begleiten wir Sie auch bei der Umsetzung der Ergebnisse, oder bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Alle gewonnenen Informationen werden von allen am Projekt Beteiligten zu jeder Zeit streng vertraulich behandelt. Bei einem erfolgreichen Projektabschluss freuen wir uns jedoch, wenn wir Sie als Projektpartner nennen dürfen und Sie uns eine entsprechende Referenz ausstellen.

Alle gewonnenen Informationen werden von allen am Projekt Beteiligten zu jeder Zeit streng vertraulich behandelt.

Bei einem erfolgreichen Projektabschluss freuen wir uns jedoch, wenn wir Sie als Projektpartner nennen dürfen und Sie uns eine entsprechende Referenz ausstellen.

# Impressum

Herausgegeben von der

**Fachhochschule  
für angewandtes Management**

Am Bahnhof 2  
85435 Erding

**Texte**

Steve Summer  
Christian Werner

**Gestaltung**

Markus Koller  
Christian Werner

**Bildmaterial**

© Microsoft Corporation

**Weitere Infos unter:**

[www.myfham.de](http://www.myfham.de)  
08122/9559480