

## **Kontaktbörse der kulinarischen Art**

**Networking in einem entspannten Rahmen bei fränkischem Wein und internationalem Fingerfood: Dazu bestand bei einem Kulinarischen Symposium Gelegenheit, das Uni, Stadt und die Werbeagentur 3wm organisiert hatten. Ziel war es, die Schwellen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu reduzieren.**



Welche Bedeutung hat König Fußball für Medien und Marketing? Holger Schramm erklärt es seinen Zuhörern. (Foto: Julien Bobineau)

Geschäftssessen mit Kunden und Geschäftspartnern haben in vielen Ländern dieser Welt eine lange Tradition. In den USA gehören sie fest zum Business-Alltag, und in Russland lässt sich ohne die obligatorischen Verdauungsschnäpse zum Dessert kaum ein Geschäft abschließen. Auch hierzulande etabliert sich die Kombination von sinnlichem Genuss und zielstrebigem Business in lockerer Atmosphäre immer stärker – so auch beim Kulinarischen Symposium, zu dem die Universität Würzburg, das Innovations- und Gründerzentrum Würzburg (IGZ) und die Werbeagentur 3wm jetzt bereits zum zweiten Mal geladen hatten. Die Veranstaltung stand unter dem Leitmotiv „Mensch-Medien-Marketing“; rund 80 Teilnehmer waren dafür in den Saalbau Luisengarten gekommen.

### **Ein Vortrag zur Vorspeise**

Dabei stand nicht nur die Bewirtung unter einem genussfreudigen Stern; auch das Programm des Abends gestaltete sich als metaphorisches Menü. Die Vorspeise servierte Holger Schramm, Professor für Medien- und Wirtschaftskommunikation am Institut Mensch-Computer-Medien der Universität Würzburg. In seinem Vortrag erläuterte er die Bedeutung von König Fußball für Medien und Marketing.

Dabei ging es vor allem um die wirtschaftliche Relevanz des Volkssportes, der wegen seiner hohen medialen Präsenz besonders wichtig für Marketingstrategien sei. Des Weiteren erläuterte Schramm den Einfluss des Fußballs auf das Politiker-Image in Deutschland. Er stellte unter anderem die These auf, dass Helmut Kohls Wahniederlage im Jahre 1998 eng mit dem frühen Ausscheiden der deutschen Nationalmannschaft bei der Fußball-Weltmeisterschaft in Frankreich zusammenhinge.

### **20 Vorträge als Hauptspeise**

Japanisch fiel das Hauptgericht aus. In Japan wurde im Jahre 2003 die Vortragsart des „Pecha-Kucha“ erfunden – eine kurzweilige, informative Vortragstechnik, die den Referenten durch ein sehr rigides Zeitschema zur Kompaktheit zwingen soll. Im japanischen Original zeigt der Redner 20 zu seinem Vortrag passende Bilder, die jeweils nach 20 Sekunden wechseln. Im Luisengarten war diese Vorgabe modifiziert worden auf drei Bilder und eine Projektionszeit von jeweils 60 Sekunden. Somit standen

jedem der insgesamt 20 Referenten drei Minuten zur Verfügung, um sein Thema vor Publikum darzustellen und Interesse zu wecken.

### **Wissenschaft schnell und kompakt**

Zu den Referenten zählten neben Vertretern regionaler Unternehmen zahlreiche Wissenschaftler der Universität Würzburg, die sich in ihrer Forschung mit dem Thema „Mensch-Medien-Marketing“ auseinandersetzen. Margit Meyer, Inhaberin des Lehrstuhls für BWL und Marketing, Frank Schwab, Inhaber des Lehrstuhls für Medienpsychologie, und Eingangsredner Holger Schramm bewiesen dabei ihre Fähigkeit, wissenschaftliche Inhalte schnell, unkompliziert und zielgruppenorientiert vorzustellen.

Nicht zuletzt bot die Veranstaltung zudem eine Plattform für Nachwuchswissenschaftler, die einen kurzen Einblick in ihre Forschungsarbeiten geben und vom Austausch mit den Wirtschaftsvertretern profitieren konnten.

### **Wissenschaft trifft Wirtschaft**

„Für meine Forschung bin ich stets auf Feedback aus der Praxis angewiesen, um aktuelle Strömungen aufzugreifen. Gleichzeitig kann ich unseren Studenten durch den ständigen Kontakt zur Wirtschaft eine praxisorientierte Lehre bieten“, sagte Referentin Judith Meyer, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für BWL und Marketing. Auch Holger Schramm begrüßte das Format der Veranstaltung. „Mein Ziel war es heute, das Institut Mensch-Computer-Medien einem marketingorientierten Wirtschaftspublikum vorzustellen. Dafür ist dieser Rahmen ideal“, sagte Schramm. Im besten Fall könne sein Institut Kooperationen mit Unternehmen aus der Region eingehen.

### **Gute Kooperation**

Die Veranstaltung gehört zur Veranstaltungsreihe „Kontaktwerkstatt“, die vom Servicezentrum für Forschung und Technologie-Transfer (SFT) und dem Innovations- und Gründerzentrum (IGZ) der Stadt Würzburg konzipiert wurde. Das SFT ist an der Universität zuständig für den Austausch zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. „Wir möchten unsere Würzburger Wissenschaftler sowie deren Know-how und Projekte der Wirtschaft vorstellen, ohne dabei zu sehr ins Detail zu gehen. Wir wollen da vielmehr das Eis brechen“, sagt Rosalinde Baunach, zuständig für den Technologietransfer an der Universität. Zufrieden mit dem Verlauf des Abends zeigten sich die Initiatoren Dr. Christian Andersen (IGZ) und Klaus Walther (IGZ, Stadt Würzburg): „Drei Minuten reichen oft, um einzuschätzen, ob ein Thema oder ein Kontakt für das eigene Projekt von Interesse sein kann. Das gilt sowohl für die Teilnehmer aus der Wissenschaft, als auch für die Wirtschaftsvertreter“, sagte Andersen. Das Symposium stelle die Aufwärmphase dar, die es bei Interesse in einem zweiten Schritt zu intensivieren gelte. „In der zweiten Phase verarbeiten wir das Feedback der Teilnehmer und organisieren ein weiteres Treffen mit Vier-Augen-Gesprächen, die wiederum auf zehn Minuten limitiert sind“, erklärte Andersen. So soll der zielgerichtete Austausch von Inhalten gefördert werden, um langwierige Entwicklungsprozesse zu vermeiden und schnelle Erfolge zu erzielen.

Insgesamt haben bereits 50 solcher bilateralen Gespräche stattgefunden. „Unsere Idee ist es, die Schwellen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu reduzieren. Dabei läuft die Kooperation mit der Universität Würzburg hervorragend“, ergänzte Klaus Walther.

### **Visitenkartentausch zum Dessert**

Während des Desserts wurde im Anschluss an die Kurzvorträge in der Lounge des Luisengartens bei Wein und Snacks entspannt reflektiert, lebhaft diskutiert und die ein oder andere Visitenkarte getauscht.