

KANTONAL / REGIONAL

LU – Verstärkte Vernetzung mit Wirtschaft

Willisauer Bote | 05.10.2021

UNI Luzern - Am Institut für Marketing und Analytics (IMA) gibt es neu einen Institutsrat. Dieser besteht aus Führungskräften verschiedener Zentralschweizer Unternehmen und bietet eine Plattform für den aktiven Austausch zwischen Wirtschaft und Wissenschaft.

«Mit der Gründung des Institutsrats unterstreichen das IMA und die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, an der das Institut verortet ist, die Wichtigkeit der Vernetzung mit dem Wirtschaftsstandort Zentralschweiz», heisst es in einer Medienmitteilung der Universität Luzern. «Durch die Plattform werden direkte Impulse aus der Wirtschaft zu Forschungsthemen und Lehrinhalten gezielt gefördert.» Gleichermassen ermögliche diese einen Wissenstransfer von Erkenntnissen aus der Forschung sowie den Austausch von Best Practices. «Auch für die Aus- und Weiterbildung ergeben sich vielfältige Möglichkeiten, beispielsweise in der Form von Kooperationen bei wissenschaftlichen Arbeiten, für praxisorientierte Lehrveranstaltungen sowie für die Gestaltung von Weiterbildungsstudiengängen», wird in der Medienmitteilung weiter festgehalten.

Vermittlung praktischer Kompetenzen

Vergangene Woche hat in Luzern das erste Institutsrat-Treffen stattgefunden, es nahmen daran rund 20 Führungspersonen aus der Zentralschweizer Wirtschaft sowie der öffentlichen Hand teil. In verschiedenen Präsentationen wurden konkrete Beispiele existierender Forschungsk Kooperationen vorgestellt sowie die Vor- und Nachteile von «Business Ecosystems» und verschiedene Themen rund um die Nutzung von Daten und neuen Technologien erläutert. In diesem Zusammenhang betonten Wirtschaftsvertreter in der anschliessenden Diskussion die Bedeutsamkeit des Miteinbezugs von praktischen Kompetenzen im Studium.

Als Beispiel für praxisorientierte Lehrveranstaltungen in Kooperation mit Unternehmen sind die «Marketing Challenges» zu nennen. In diesem Semester findet eine solche in Zusammenarbeit mit dem Medizintechnik- und Pharma-Unternehmen B. Braun statt. «Im Rahmen unserer Challenge erhalten die Studierenden eine sehr realitätsnahe und herausfordernde Aufgabenstellung. Dazu konzipieren und präsentieren sie ihre eigenen Lösungsvorschläge», erklärt dazu Yves Ottiger, Chief Marketing Officer bei B. Braun Schweiz und Mitglied des Institutsrats. «Als Unternehmen profitieren wir von den frischen Ideen der Studierenden, diese wiederum können dadurch wertvolle praktische Erfahrungen sammeln.»

«Wertvolle Inputs»

Ebenfalls Einsitz im Rat haben die Wirtschaftsförderung Luzern sowie der Chief Digital Officer der Stadt Luzern, Stefan Metzger. Anschliessend an das erste Treffen schätzt dieser die neu geschaffene Plattform wie folgt ein: «Der Institutsrat bietet interessante Einblicke in den Diskurs zwischen Wirtschaft und

Wissenschaft zu digitalen Themen. Erkenntnisse aus der Forschung sowie Impulse aus der Wirtschaft sind wertvolle Inputs für die digitale Weiterentwicklung der Stadt Luzern.»

Personen folgender Institutionen und Firmen sind im IMA-Institutsrat vertreten: Anliker AG, Bank Julius Bär & Co. AG, B. Braun Medical AG, BitHawk AG, Brack.ch AG, Dienstabteilung Digital Stadt Luzern, Fenaco Genossenschaft, Fresenius Kabi (Schweiz) AG, Heineken Switzerland AG, Luzerner Kantonalbank AG, Mobility Genossenschaft, Otto Fischer AG, Schurter AG, Securitas AG Schweizerische Bewachungsgesellschaft, Swisscom AG, Swisspor AG, Wirtschaftsförderung Luzern, Yawave AG. **pd/WB**



Impression vom Treffen des Institutsrats im Hotel Schweizerhof: Dr. Bernhard Lingens (stehend), Mitglied der IMA-Institutsleitung, während einer der Präsentationen.