

Inside out

Das Hochschulmagazin der TH Köln

Winter 2021 Ausgabe #57

Technology
Arts Sciences
TH Köln

Ökosystem stärken

Die Rolle der Hochschulen in
der Kölner Gründungsszene

Fairer konsumieren

Start-ups mit sozialen
Geschäftsideen

Öffentliche Meinung

Influencer und Social Media
als neue Meinungsmacher?



Initiativ,
mutig,
innovativ

Start-ups made
@TH Köln



Prof. Dr. Stefan Herzig,
Präsident der TH Köln

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

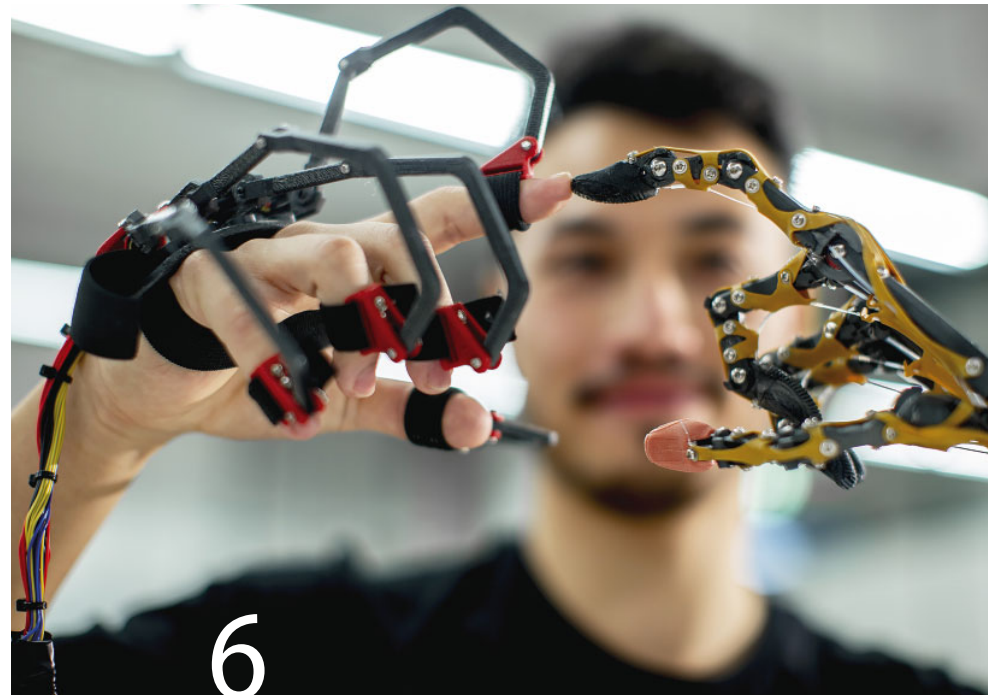
am 1. August 1971 wurde die Fachhochschule als neuer Hochschultyp in Nordrhein-Westfalen eingeführt. Dieses Datum ist somit auch das „Geburtsdatum“ der TH Köln. In den zurückliegenden fünf Jahrzehnten hat unsere Hochschule eine imponierende Entwicklung genommen. Sie ist nicht nur quantitativ, also bezogen auf die Studierenden- und Personalzahlen, die größte Hochschule für angewandte Wissenschaften in Deutschland, sondern auf vielen Feldern Vorreiterin und Orientierungspunkt für andere Hochschulen. Qualität und Relevanz in Lehre und Forschung, Internationalität, Vielfalt, Offenheit und die Kultur des Ermöglichens zählen zu unseren Kernwerten. Oder anders gesagt: Durch unsere lebendige Kultur, das offene und kreative Miteinander, konnte sich die Hochschule so gut entwickeln.

Für den Mut, Veränderungen nicht nur als Notwendigkeiten hinzunehmen, sondern vorausdenken und aktiv zu gestalten, lassen sich mühelos Beispiele in den Archiven finden. Gerade das vergangene Jahr, das wohl als „das Corona-Jahr“ in die Geschichte eingehen wird, hat gezeigt, wie wichtig Eigenschaften wie Veränderungsbereitschaft, Kreativität und Lösungsorientierung in der heutigen Zeit sind. Um diese Eigenschaften gezielt zu fördern und zu unterstützen, setzt die TH Köln nicht nur auf projektorientiertes forschendes Lernen, sondern auch auf die Verankerung von unternehmerischem Denken, Entrepreneurship Education, im Studium – über alle Fachdisziplinen hinweg. Schließlich verstehen wir es als unsere Aufgabe, Wissen wirksam zu machen für die Gesellschaft. Das bedeutet zum Beispiel, Innovationspotenziale an unserer Hochschule zu identifizieren und zu heben.

Ganz gezielt konnten im vergangenen Jahr organisatorische Strukturen geschaffen werden, um Gründungsinteressierte und Start-ups bei der Realisierung ihrer Vorhaben zu unterstützen. An allen Standorten der TH Köln wurden und werden gerade Start-up-Labs eingerichtet, die ein förderliches Umfeld und Raum bieten, um Ideen weiterzuentwickeln, Prototypen zu fertigen, kurz: Vorhaben eine Gestalt zu geben. Begleitet von Mentorinnen und Mentoren und einem breiten Programm an Beratungs- und Unterstützungsleistungen sollen möglichst viele Ideen den Weg von der erdachten Vorstellung zum konkreten Modell und aus dem Start-up-Lab auf den Markt finden.

Wie vielfältig die Vorhaben sind, die verschiedene Gründungsinitiativen und -teams an der TH Köln derzeit vorantreiben, erfahren Sie in dieser Ausgabe von *Inside out*. Ich lade Sie herzlich ein, einige Macherinnen und Macher und ihre Ideen kennenzulernen. Werfen Sie einen Blick in die Zukunft, lassen Sie sich inspirieren – möglicherweise kommen Sie wie ich zu dem Schluss, dass Start-ups wirklich ein sehr guter Auftakt für das nächste Kapitel Hochschulgeschichte sind.

Ihr
Stefan Herzig



6 Mehr Raum für Ideen
Ein Blick in die
Start-up-Szene@TH Köln



Inhalt

Leben

- 4** Musizieren mit Mindestabstand
Prof. Dr. Till Meinel ist Bratschist im
Orchester der TH Köln

Lernen und Forschen

- 6** Intuitiv, mutig, innovativ
Entrepreneurship-Strategie, Gründungs-
engagement und ein Blick auf die Start-
up-Szene an der TH Köln
- 16** Entwicklungsmotor Hochschule
Prof. Dr. Kai Thürbach über die Kölner
Gründerszene und die Rolle der Hoch-
schulen

20 150



24 Trinkgeld fürs T-Shirt
Alumnus Robin Collin
ist Mitbegründer von tip me



4 Der Bratschist
Musizieren in Corona-Zeiten

28 Expertentalk
Sind soziale Medien und Influencer die
neuen Meinungsführer?

Wissen

- 34** Ansichtssache!
Postkartenaktion zum 50-jährigen
Jubiläum der TH Köln

KurzNachrichten

- 35** Neuberufene Professorinnen und
Professoren
- 39** Personalia

- 26** Geschehenes sichtbar machen
Transferscouts unterstützen Wissen-
schaftlerinnen und Wissenschaftler

Ausgezeichnet

- 28** Unbegrenzt und ungebremst
Sind soziale Medien und Influencer die
neuen Meinungsmacher?
- 32** Ein sicherer Ort für alle
Wie können Bibliotheken als Safe Spaces
funktionieren?

- 33** Makro

„Die Bratsche ist selten im Mittelpunkt ...

... , aber ein wichtiges und vielseitiges Instrument“, sagt Prof. Dr. Till Meinel. Er spielt seit 1982 ununterbrochen in Orchestern. Angefangen hat seine Leidenschaft für die Musik in der zweiten Klasse in einer Musikschule in Sachsen-Anhalt mit dem Klassiker unter den Instrumenten: der Blockflöte. Zwei Jahre später stieg er auf Geige um, die er 15 Jahre lang in verschiedenen Orchestern und Bands spielte. Als er in einem Orchester in Soest begann, gab es dort schon genug Geiger, aber zu wenig Bratschisten. Also wechselte er kurzerhand. „Das Umlernen war auf Grund der verschiedenen Notenschlüssel gar nicht so einfach.“

Schon als Kind erlebte Till Meinel in der Familie handgemachte Musik. „Meine Mutter spielt Klavier, mein Vater Geige, Klavier, Akkordeon und Blechblasinstrumente. Wir musizieren nach wie vor zusammen.“ Der 58-Jährige mag nicht nur klassische Musik, sondern auch amerikanische, wie Blue Grass, und speziell Country-Musik. Gemeinsam mit seiner Frau Gisela spielte er schon in einer Irish Folk Band.

Meinel führt donnerstags neben einem Laptop auch eine Bratsche mit sich, ein ungewöhnlicher Anblick am Institut für Bau- und Landmaschinen. Er lehrt seit 2009 Landmaschinentechnik und Konstruktion an der Fakultät für Anlagen, Energie- und Maschinensysteme. Seit 2017 spielt er im TH-Orchester die Bratsche, seine Ehefrau die Klarinette. „Die Freude an der Orchesterarbeit wird immer neu entfacht. Es ist wunderbar, gemeinsam musizieren zu können und über die Lehre hinaus Gemeinschaft zu pflegen. Das Orchester erleben wir in Proben, Konzerten und auf Konzertreisen als eine große Familie.“ Diese bleibt auch zu Coronazeiten lebendig.

Musizieren mit Mindestabstand

Alle Augen sind auf den Dirigenten Andreas Winnen gerichtet, mehr als bei jeder Probe und jedem Konzert zuvor. In diesen besonderen Zeiten kommt es für die Musikerinnen und Musiker nicht nur auf das Gehör, sondern noch mehr auf den richtigen Blick an. Der aus Sicherheits- und Hygienegründen eingehaltene Mindestabstand beeinträchtigt das Zusammenspiel. „Eigentlich sitzen wir alle dicht beisammen. Da hört man die Nachbarinnen und Nachbarn klar und deutlich. Das ist enorm wichtig. Der jetzige Abstand sorgt für erschwerte Bedingungen. Das ist ganz schön anspruchsvoll“, betont Meinel. Denn 34 Musikerinnen und Musiker müssen zum selben Zeitpunkt einsetzen.

Vor Corona fanden die Proben wöchentlich in der Claudiusstraße statt. Als der erste Lockdown im Frühjahr 2020 kam, pausierte das Orchester. Im Juli fing es vorsichtig in privaten Wohnzimmern wieder an. „Man spürte deutlich die Freude, als es endlich losging und wir gemeinsam spielen konnten“, so Meinel. Ausgetauscht wurde sich mit den anderen Gruppen des Orchesters über WhatsApp, Zoom oder per E-Mail.

Im September gingen die Proben mit dem gesamten Orchester in Gemeinderäumen von Kirchen weiter, wie zum Beispiel in der St. Heribert Kirche in Köln, da im Oktober ein ausverkauftes Konzert unter Berücksichtigung der Corona-Auflagen anstand. „Alle Orchestermitglieder waren stolz und glücklich, dass wir das Konzert noch trotz der Situation hinbekommen haben. Jeder, der ein Instrument spielt, weiß es zu schätzen, zusammen zu spielen. Das gibt einem so viel. Es sorgt dafür, die Begeisterung am Leben zu erhalten“, sagt Meinel. Diese Begeisterung wird gerade auf eine harte Probe gestellt: Seit dem Lockdown im Dezember kann das Orchester nicht mehr proben. Sandy Syperek

Neue Ensemblemitglieder sind im Hochschulorchester immer herzlich willkommen!
Informationen finden Sie auf th-koeln.de.

Initiativ, mutig, innovativ

Köln will für die deutsche Gründerszene attraktiver werden. Gute Voraussetzungen sind gegeben und als drittgrößter Hochschulstandort Deutschlands bietet Köln ein breites fachliches Know-how und viele junge Talente mit frischen Ideen und Initiative. Im Netzwerk der Kölner Hochschulen baut die TH Köln derzeit die nötige Infrastruktur weiter aus.

Ein Blick auf Idee, Strategie und die Start-up-Szene an unserer Hochschule.

Es klingt vielleicht etwas romantisch erklärend, wenn die Firmenlegende davon erzählt, dass alles in einer Garage begann – Global-Player wie Google, Amazon oder Hewlett-Packard haben nach eigenen Angaben genau dort losgelegt. Dieses Narrativ passt zum US-amerikanischen Selbstverständnis vom dort formulierten Traum des Tellerwäschers, der zum Millionär wird. Viele Ideen und Innovationen entstehen vielleicht tatsächlich in den heimischen vier Wänden, sind oft aber Teil des akademischen Umfelds, weil sie während des Studiums „geboren“ werden oder die Gründerinnen und Gründer studiert haben. Das gilt nicht nur für die USA.

Inkubatoren an den Hochschulstandorten

Auch an deutschen Hochschulen werden gute Bedingungen für Unternehmensgründungen zunehmend Teil des Selbstverständnisses und der strategischen Ausrichtung. Die TH Köln engagiert sich seit einigen Jahren verstärkt darin, unternehmerisches Denken und Handeln zu fördern und stärker in die Lehre zu integrieren. Nicht nur in den betriebswirtschaftlich ausgerichteten Studiengängen, auch in den technischen, ingenieurwissenschaftlichen und sogar sozialwissenschaftlichen Disziplinen sind Entrepreneurship, Unternehmensführung und Management mit entsprechenden Professuren vertreten. Und werden weiter ausgebaut.

Daran anknüpfend sind an unseren Hochschulstandorten Mini-Inkubatoren im Aufbau oder bereits etabliert. Sie bieten Studierenden, aber auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Ort, ihre technischen Entwicklungen und Geschäftsideen auszubauen. Doch neben der kostenfreien Arbeitsfläche, durch die nicht der

heimische Küchentisch erhalten muss, liegt das große Plus der Inkubatoren in der fachlichen Unterstützung und dem Know-how, das die Lehrenden und der hochschuleigene Gründungsservice bieten.

„Wir haben als Hochschule den Anspruch, das in unserem Haus generierte Wissen für die Gesellschaft nutzbar zu machen. Forschungs- und wissensbasierte Unternehmensgründungen sind dabei eine besonders nachhaltige Form des Transfers“, sagt Prof. Dr. Klaus Becker, Vizepräsident für Forschung und Wissenstransfer der TH Köln. Dieser Anspruch hat durch das EXIST-Verbundvorhaben „Fit for Invest“ 2020 eine finanzielle Bestätigung und damit einen zusätzlichen Schub bekommen: Gemeinsam mit der Universität zu Köln, der Deutschen Sporthochschule und der Rheinischen Fachhochschule Köln möchte unsere Hochschule im Zusammenspiel mit der regionalen Wirtschaft das „Rheinland Valley“ zu einer der erfolgreichsten Start-up-Regionen in Deutschland machen (nähere Infos lesen Sie auf Seite 17).

Ökosystem der Kölner Gründerszene stärken

Neben der politischen Unterstützung setzen die Kölner Hochschulen dabei auch auf Wirtschaftspartner: Im August 2020 fiel der Startschuss für das 5G Co:Creation Lab. Eröffnet wurde das mit dem Studiengang Code & Context angebundene Lab am TH-Standort Schanzenstraße durch Wirtschafts- und Digitalminister Prof. Dr. Andreas Pinkwart und Claudia Nemat, Telekom-Vorstand für Technologie und Innovation. Ausgerüstet mit modernster 5G-Standalone-Netztechnologie, steht das Lab den Studierenden der Kölner Hochschulen als Entrepreneurship-Hub offen. Das 5G-Netz soll zukünftig auch im Start-upLab@TH Köln verfügbar sein

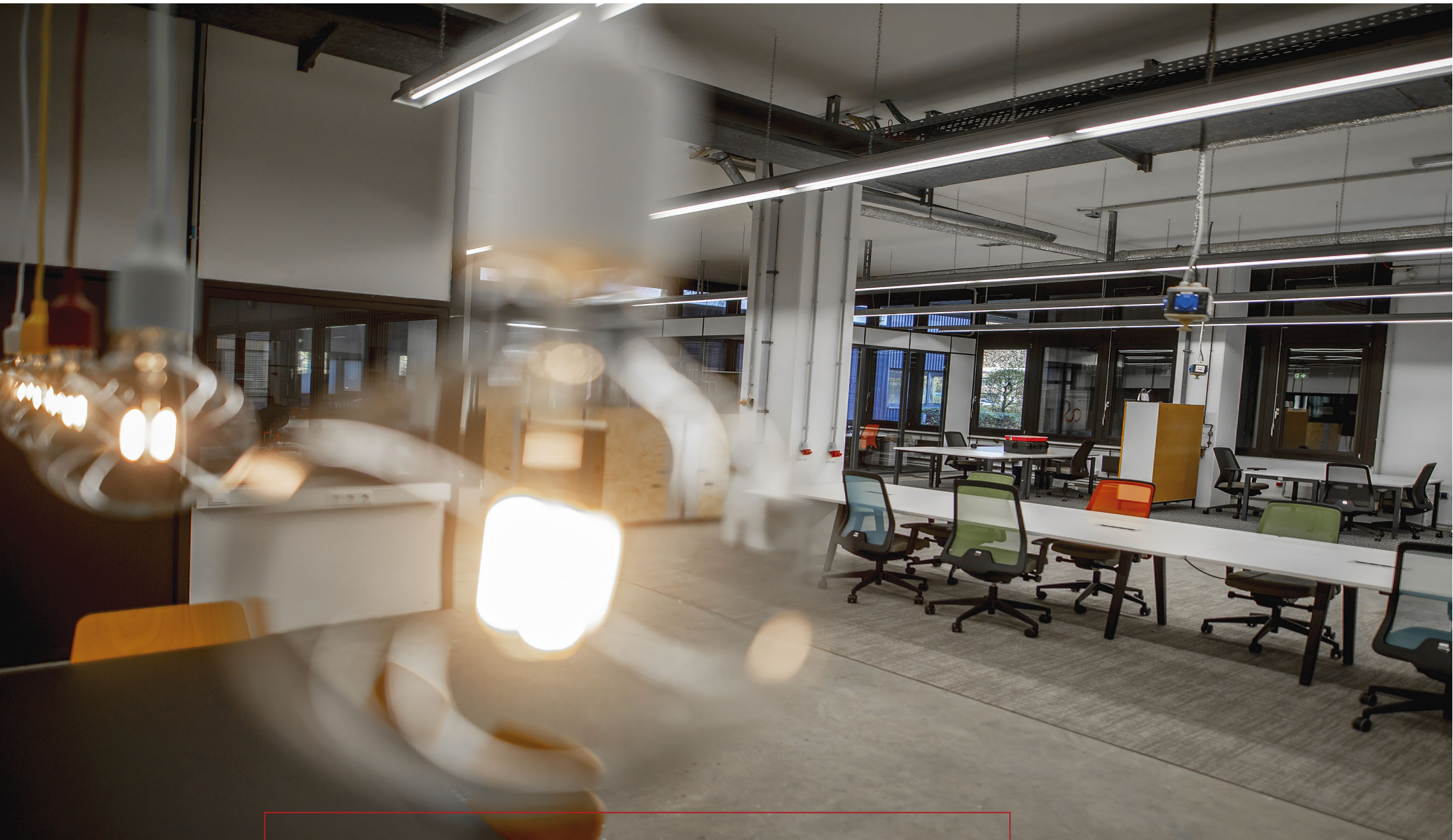
und zudem Professorinnen und Professoren eine zusätzliche Möglichkeit bieten, Ideen für Forschung, Lehre und Transfer realisieren zu können.

Außerdem sollen die Studierenden das Netz auch in Lehrprojekten nutzen. „5G ist eine relevante Zukunftstechnologie und unsere Studierenden sind heiß darauf, hier spannende Innovationen gemeinsam mit Partnern prototypisch umzusetzen“, freut sich der Studiengangsleiter von Code & Context, Prof. Dr. Matthias Böhmer, über die neuen Anwendungsmöglichkeiten. Bei der Entwicklung digitaler Produkte gewinnen die Studierenden des Bachelorstudiengangs auch Kompetenzen im Bereich Entrepreneurship. Das gilt auch für das ebenfalls in der Schanzenstraße angesiedelte Cologne Game Lab. Hier nutzen bereits rund 20 Teams den Cologne Game Incubator für ihre Spiele-Entwicklungen und Geschäftsmodelle (auf Seite 14 stellen wir Ihnen mit Pixelbeschleuniger ein Team vor).

500 Quadratmeter zum Experimentieren

Jüngstes Zeichen für den Gründergeist ist das Projekt Start-upLab@TH Köln am Campus Deutz. Auf rund 500 Quadratmetern bietet unsere Hochschule einen neuen, zentralen Treffpunkt für Gründungsinteressierte. Hier kann gemeinsam gearbeitet und experimentiert werden, ist Raum für Veranstaltungen und zum Austausch. Im MakerSpace können Teams mit

Fortsetzung auf Seite 12 >>



Neue Adresse für den Gründungsservice

Beratung, Fördermittel, Coworking, Netzwerk – der Gründungsservice der TH Köln berät und unterstützt Studierende und Lehrende zu Fördermöglichkeiten sowie Informationen rund um das Thema Selbständigkeit, Gründungen und Entrepreneurship. Angesiedelt am Campus Deutz bietet der Gründungsservice mit seinem *Coworking Space* auch Arbeitsflächen für angehende Start-ups. Durch die räumliche Nähe zum Start-upLab@TH Köln sollen die Teams mit den Studierenden in Kontakt kommen. Auch über die Hochschule hinaus bietet der Gründungsservice Angebote zum Netzwerken an. Und über ihr eigenes Netzwerk, das hochschulgründernetz cologne (hgnc e.V.), stehen die Gründungsservices der Kölner Hochschulen im engen Kontakt.

Gründungsservice der TH Köln
gruendungsservice@th-koeln.de

Dr. Stephanie Grubenbecher



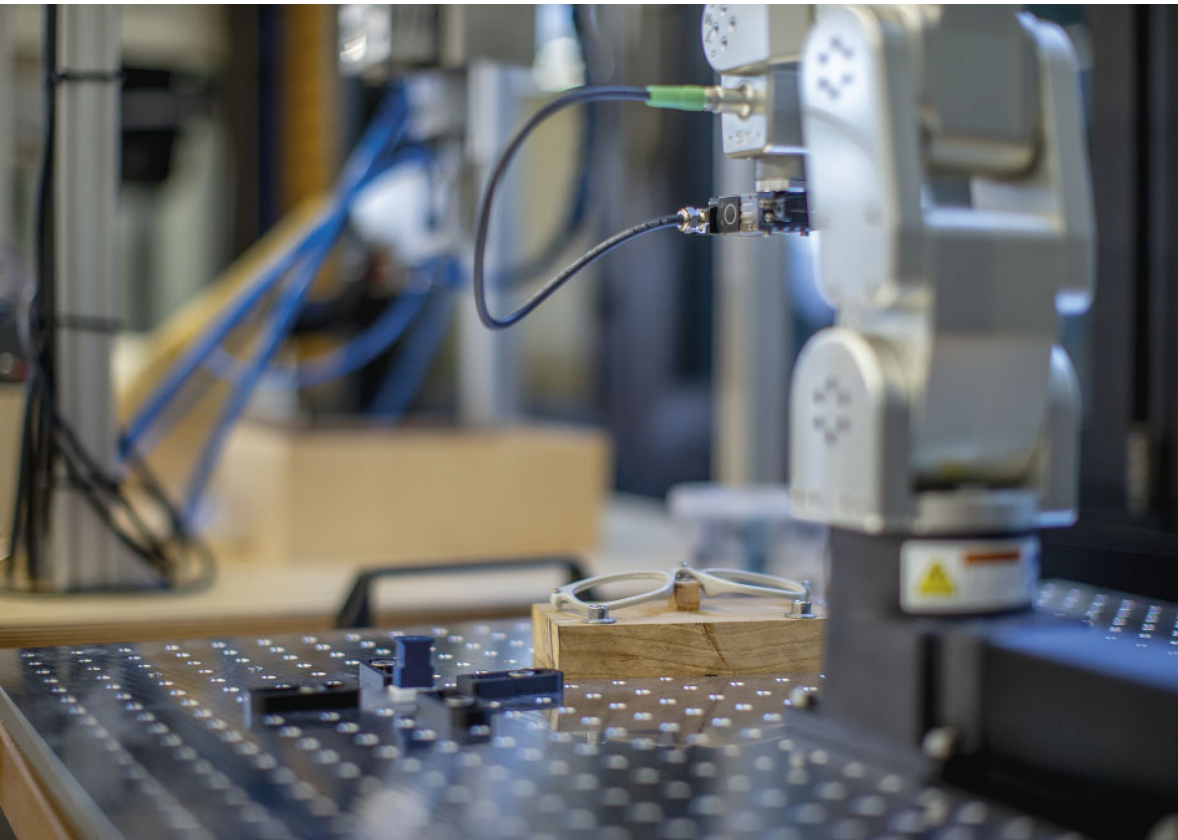
Catherine Miebach



Daniela von Franck



Flexibles Arbeiten ermöglicht der *Coworking Space* des Gründungsservice am Campus Deutz.



Im *MakerSpace* des Start-upLabs@TH Köln können die Studierenden mit Maschinen wie 3D-Drucker, Fräse oder Gussmaschine ihre Ideen testen und Prototypen entwickeln. Außerdem gibt es Arbeitsplätze für Elektrotechnik- und Programmierarbeiten.



„Wissen ist das Kind der Erfahrung und Erfahrung gewinnt man durch Machen.“

Prof. Dr. Jörg Luderich
Start-upLab@TH Köln, *MakerSpace*



Bei Fragen können Studierende ihre Betreuerinnen und Betreuer über einen Telepräsenzroboter dazuschalten. Der *Fahrende Luderich* ist benannt nach dem technischen Leiter des Start-upLabs@TH Köln.

<< Fortsetzung von Seite 7

Maschinen wie 3D-Drucker, Fräse oder Gussmaschine ihre Ideen testen und Prototypen entwickeln. Es gibt Arbeitsplätze für Elektrotechnik- und Programmierarbeiten. Das Start-upLab@TH Köln kann von Studierenden sowie allen anderen Hochschulangehörigen wie Promovierenden oder wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern genutzt werden – egal, welcher Fakultät oder Einrichtung sie angehören. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung über die Maßnahme „Unternehmerisches Denken und wissenschaftlicher Gründergeist – Forschungs- und Gründungsfreiräume an Fachhochschulen“ mit rund zwei Millionen Euro gefördert.

Neue Arbeitsflächen für Gründerteams

Das Lab ist für die Frühphase der Ideenfindung und Konkretisierung gedacht. Eine Tür weiter unterstützt der hochschulweit agierende Gründungsservice bei den nächsten Schritten zur Unternehmensgründung. Hier ist auch der *Coworking Space* angesiedelt, in dem bestehende Teams Büroflächen nutzen können, um ihr Projekt voranzutreiben und die Gründung vorzubereiten.

Die räumliche Nähe von *MakerSpace* und *Coworking Space* ist bewusst gewählt, um den Austausch zwischen Studierenden und Teams zu fördern. „Wir kreieren auf diese Weise eine interdisziplinäre Plattform, die dabei unterstützt, Studierende für das eigene Start-up zu sensibilisieren, zu motivieren und zu qualifizieren – und das in den verschiedenen Stadien einer Gründung: Studierende, die studienintegriert Ideen

erproben, Gründungswillige, die ihre Konzepte finalisieren, und bereits gegründete Start-ups“, sagt die Co-Projektleiterin des Start-upLab Prof. Dr. Annette Blöcher von der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften.

Entrepreneurship als Teil der Lehrstrategie

Um Studierende zu motivieren und zu ermutigen, eigene Geschäftsideen zu erproben, sollen unternehmerische Themen an allen Fakultäten der TH Köln noch stärker in den Lehrplänen verankert werden. Unter dem Stichwort Entrepreneurship Education sind etwa interdisziplinäre Module zur Geschäftsmodellentwicklung geplant, sowie Start-up-Planspiele und Workshops, in denen Gründungsinteressierte eine Geschäftsidee zu einem tragfähigen Geschäftsmodell entwickeln. „Damit Studierende ihre Gründungsideen ohne Risiko erproben können, wird es die Möglichkeit geben, im Rahmen von Projektmodulen studienintegriert den Proof-of-Principle, also den grundlegenden Nachweis der Machbarkeit, zu erbringen. Unterstützt von gründererfahrenen Mentorinnen und Mentoren kann so der erste Schritt zum eigenen Unternehmen gegangen werden“, sagt der Co-Projektleiter des Start-upLabs, Prof. Dr. Jörg Luderich von der Fakultät für Anlagen, Energie- und Maschinensysteme.

Jörg Luderich ist wie Matthias Böhmer und Annette Blöcher Mitglied im Arbeitskreis Entrepreneurship. In dem offenen, interdisziplinären Netzwerk der Hochschule tauschen sich derzeit rund 20 Professorinnen und Professoren aus mit dem Ziel, Entrepreneurship Education innerhalb der Kollegenschaft weiter voranzubringen. Der Arbeitskreis hat außerdem maßgeblich an der Hochschulstrategie Entrepreneurship Education und Existenzgründungen mitgewirkt (nähere Infos lesen Sie auf Seite 21), die Teil der Transferstrategie der TH Köln ist. Außerdem stehen die Mitglieder gründungsinteressierten

Studierenden beratend und als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zur Seite. Zudem nutzen sie ihre eigenen Netzwerke, um praktische Tools bereitzustellen. So bietet die Hochschule beispielsweise allen Hochschulangehörigen kostenfrei über die Datenbank ProQuest Zugriff auf Zeitschriften, Bücher, Videos und Vorlagen zum Thema Entrepreneurship.

Transferscouts unterstützen Lehrende

Die finanzielle Unterstützung durch das EXIST-Verbundprojekt „Fit for Invest“ ermöglicht unserer Hochschule zudem, ihren Beratungsservice weiter auszubauen. Und auch die Forscherinnen und Forscher an unserer Hochschule profitieren von den neuen Investitionen und der Kölner Hochschulpartnerschaft: Zukünftig bieten vier Transferscouts Beratung und Unterstützung speziell für die ingenieur- und naturwissenschaftlichen Disziplinen an. Finanzielle Mittel gibt es dafür aus dem Projekt GATEWAY Exzellenz Start-up Center der Universität zu Köln (nähere Infos zu den Transferscouts auf Seite 26).

Bisher konnten mit den Maßnahmen der Hochschule in den vergangenen fünf Jahren bereits über 30 Start-ups unterstützt werden. Mit der neuen Infrastruktur soll das Potenzial weiter gehoben werden. Eines davon ist das mit einem EXIST-Gründerstipendium geförderte Start-up SoSafe. Das IT-Sicherheitsunternehmen startete 2018 nicht in einer Garage, sondern am Inkubator des Campus Südstadt. Und es startete sofort durch: Als GmbH hat SoSafe mittlerweile rund 300 Kunden, etwa 80 Vollzeitmitarbeitende und zwei Investoren an Bord (lesen Sie mehr über SoSafe im Porträt auf Seite 17). mp



YONA

Teammitglieder

(v. l.) Aaron von Lüpke, Mel Richter und Urs Pospischil
Fachrichtung Medientechnik
Projekt Augmented Reality App
Größter Projektmeilenstein Release der voll funktionsfähigen App

Was bei der Entwicklung Spaß macht

Unsere Kunden mit neuen Features zu begeistern

Was schiefgehen kann

Wenn man wenige Tage vor einem Kundenevent feststellt, dass noch nicht alles so funktioniert, wie es soll

Wenn Aaron von Lüpke heute an die Anfangsphase zurückdenkt, muss er schmunzeln. „Wir hatten damals zu dritt nur einen leistungsstarken Rechner und mussten uns die Computerzeit einteilen.“ Von Lüpke hat mit Mel Richter und Urs Pospischil mit YONA eine kostenfreie Anwendung entwickelt, die mittels Smartphone-Bildschirm virtuell 3D-Animationen und Videos auf realen Objekten abbildet. Das Team, das von seinem Mentor Prof. Dr. Arno Fuhrmann und vom Institut für Medien- und Phototechnik unterstützt wird, wird durch das EXIST-Gründerstipendium vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gefördert. Das heißt unter anderem: Alle drei haben mittlerweile einen leistungsstarken Computer.

Das Gründerteam kennt sich bereits seit der Schule. Von Lüpke und Richter haben anschließend Maschinenbau und Pospischil Produktion und Logistik an der TH Köln studiert. Später haben sie zunächst als Freelancer gearbeitet und Augmented- sowie Virtual-Reality-Apps für Messen entwickelt. „Nach einer der Messen haben wir uns gedacht, dass es schade ist, dass die App nach der Veranstaltung wieder im Nichts verschwindet. Deshalb wollten wir eine Plattform schaffen, die universell nutzbar ist“, erklärt von Lüpke. 2019 hat dann die Entwicklung der YONA-App begonnen. Seit Anfang 2020 wird das Team durch EXIST gefördert. „Durch die Unterstützung der Hochschule und das Gründerstipendium hatten wir eine große gedankliche Freiheit.“

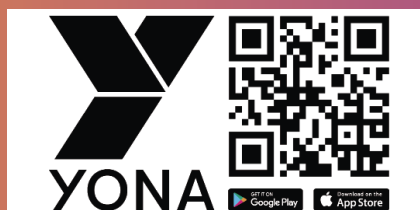
Die App kommt zum Beispiel in der Industrie zum Einsatz. Maschinen, die nicht regelmäßig genutzt werden, können in die Anwendung eingepflegt und von Mitarbeitenden mit dem Smartphone erfasst werden. 3D-Animationen und Videos erläutern dann, wie das Gerät zu bedienen ist. So können Einarbeitungsprozesse vereinfacht werden. Zudem ermöglicht YONA auch Tracking. Das heißt, Arbeitgeber können in Erfahrung bringen, bei welchen Prozessen gegebenenfalls Schulungsbedarf besteht. Neben der Industrie wird die App auch in den Bereichen Tourismus und Marketing genutzt.

„Uns war es ein Anliegen, mit dem Projekt das Thema Augmented Reality aus der Spielerei rauszuholen und als nützlichen Begleiter im Alltag zu etablieren“, so von Lüpke. Dass die Technik und der Hilfsmittelcharakter im Vordergrund stehen, soll auch der Name der App verdeutlichen. „Wir wollten einen unkomplizierten Namen nach dem Vorbild von bekannten Sprachassistentinnen schaffen, der branchenunabhängig, aber auch genderneutral klingt“, so von Lüpke. Und wie geht es nun weiter? „Wir wollen bald eine neue Webseite launchen, die auch eine Selfservice-Plattform für Kunden bietet.“ Langfristiges Ziel ist die Gründung einer GmbH. Marcel Hönighausen

Just auf
Augmented
Reality?

Wer mehr über die studentischen Teams und Start-ups erfahren möchte, die wir auf den nächsten Seiten vorstellen, und gleichzeitig Augmented Reality erleben will, kann das in drei Schritten tun:

1. Kostenfreie YONA-App auf das Smartphone laden
2. App öffnen und die gekennzeichneten Fotos scannen
3. Erweiterte Realität erleben



Stirbt ein geliebter Mensch, fühlen sich die Hinterbliebenen oft alleingelassen. Wenn dann noch Kinder im engeren Umfeld sind, sind viele Erwachsene überfordert, wenn sie selbst nicht mit dem Thema Tod umzugehen wissen. Wie kann man Kindern in einer solchen Situation das Thema Tod begreifbar machen? An einer Antwort auf diese Frage arbeitet das Team „Pixelbeschleuniger“, bestehend aus Fee Bonny und Carmen Johann, beide wissenschaftliche Mitarbeiterinnen am Cologne Game Lab. Sie haben das Konzept für ein Adventure Game entwickelt, mit dem vermittelt werden soll, dass der Tod zum Leben gehört.

In „Charlie und Morty – Die Mutlichtprüfung“ geht es um Charlie, die ihren Großvater verloren hat. Sie ist traurig und verdrängt ihre Trauer zunächst, bis sie auf ihren neuen Freund Morty, ein sogenanntes Mutlicht, trifft. Gemeinsam stellen die beiden sich in drei Akten mit jeweils sechs Kapiteln ihren Ängsten und Gefühlen und finden so einen Weg durch die Trauer. Die im Spiel aufgezeigten Bewältigungsstrategien hat das Team gemeinsam mit Leuchtturm e.V., einem Beratungszentrum für trauernde Kinder, Jugendliche und Familien, entwickelt. Das Adventure Game soll für Kinder im Alter von sechs bis zehn Jahren geeignet sein.

Die Idee für das Spiel ist im Jahr 2018 entstanden, als Johann selbst einen Angehörigen betrauerte und bemerkte, wie wichtig die Auseinandersetzung mit dem Thema Tod ist. „Trauer bedeutet nicht, dass man versumpfen muss. Wir wollen zeigen, dass es auch in Ordnung ist, währenddessen gute Gefühle zu haben“, erläutert Johann. „Beim Entwickeln der Geschichte haben wir, trotz Kloß im Hals, auch unglaublich oft gelacht“, ergänzt Bonny. „Dabei haben wir selbst unsere Erfahrungen mit Trauer gemacht, aber es ist eben wichtig, auch Leichtigkeit zuzulassen.“ Seit November 2020 wird das Projekt von der Film- und Medienstiftung NRW gefördert. Für seine Arbeit nutzt das Duo den Inkubator des Cologne Game Labs in Mülheim. „Wir profitieren sehr vom Netzwerk rund um den Inkubator“, sagt Johann. „Da hat man tolle, professionelle Menschen an der Seite.“

Und warum gerade das Medium Videospiel zur Trauerbewältigung? „Spiele können Prozesse interaktiv erfahrbar machen“, sagt Bonny. „Deshalb war uns schnell klar, dass wir kein Kinderbuch und keine Zeichentrickserie, sondern ein Adventure Game entwickeln wollen.“ Zurzeit sind Bonny und Johann dabei, das Entwickler-team zusammenzustellen. Im kommenden Jahr sollen die Arbeiten am Spiel dann losgehen. „Wir rechnen mit einer Entwicklungszeit von rund drei bis vier Jahren“, sagt Johann. „Charlie und Morty – Die Mutlichtprüfung“ soll kostenfrei auf verschiedenen Plattformen angeboten werden.

Marcel Hönighausen



Pixelbeschleuniger

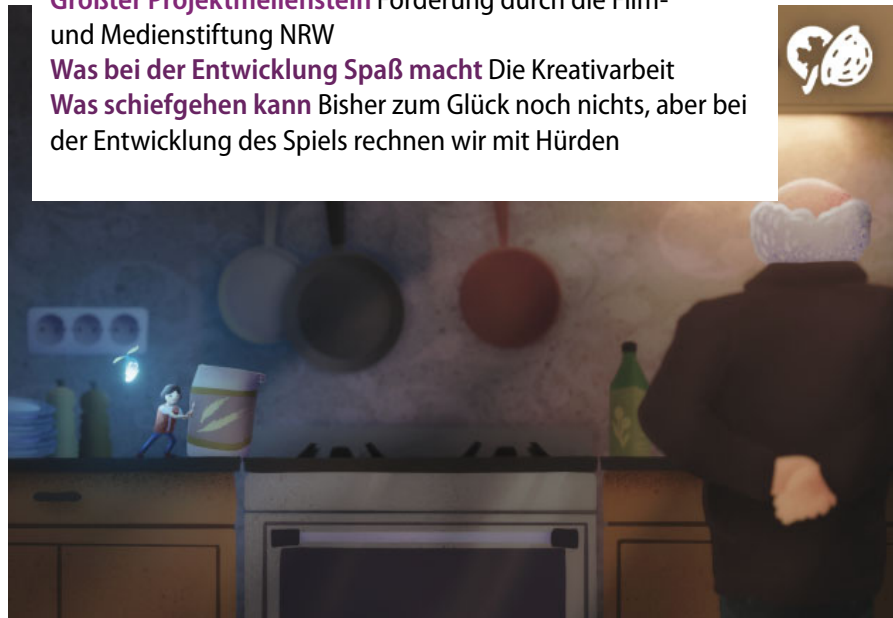
Teammitglieder (v. l.) Fee Bonny und Carmen Johann

Fachrichtung Spieleentwicklung

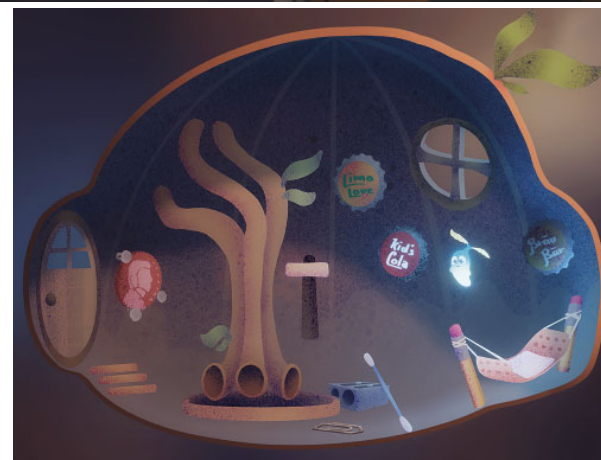
Projekt Trauerbewältigungsspiel für Kinder

Größter Projektmeilenstein Förderung durch die Film- und Medienstiftung NRW

Was bei der Entwicklung Spaß macht Die Kreativarbeit
Was schiefgehen kann Bisher zum Glück noch nichts, aber bei der Entwicklung des Spiels rechnen wir mit Hürden



Das Adventure Game *Charlie und Morty – die Mutlichtprüfung* dreht sich um den Tod und die Trauerarbeit.



„Mit dem Cologne Game Incubator fördern wir den Unternehmergeist an der TH Köln. Wir unterstützen talentierte Teams mit Büroräumen, Mentoring, Coaching und stehen mit ihnen im engen Austausch. Natürlich freuen wir uns über jede neu gegründete Firma!“

Prof. Odile Limpach
 Start-upLab@TH Köln, Cologne Game Incubator



„Zusammen mit Partnern aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft wollen wir das ‚Rheinland Valley‘ zu einer der führenden Regionen für Start-ups machen.“

Prof. Dr. Kai Thürbach
 Start-upLab@TH Köln, EXIST Fit for Invest,
 Inkubator Südstadt

Entwicklungsmotor Hochschule

Warum ist Köln ein guter Ort für die Gründungsszene? Und welche Rolle spielen die Hochschulen dabei? Dr. Kai Thürbach ist Professor für Unternehmensführung und Entrepreneurship und sieht den Ausbau des Kölner Netzwerks als Schlüssel zum Erfolg.

Warum ist Köln ein guter Ort für Gründungen?

Köln hat eine lange unternehmerische Tradition: Handelszentrum seit Römerzeiten, schon im Mittelalter eine der größten europäischen Städte und seit der sogenannten Gründerzeit im 19. Jahrhundert wesentlicher Industrie- und Innovationsstandort. Nicht von ungefähr sprechen wir vom „rheinischen Kapitalismus“, wenn wir an die Erfolgsgeschichte unserer Sozialen Marktwirtschaft denken. Die TH Köln hat historische Wurzeln in der unternehmerischen Tradition der alten Handelshochschule Köln. Sie wurde in der Gründerzeit von Unternehmern wie Gustav von Mevissen aufgebaut. Diese alte „unternehmerische“ Hochschule hat Köln geprägt – das Thema Entrepreneurship bietet sich also schon aus den historischen Bezügen für das Netzwerk der Kölner Hochschulen an.

Welche Branchen bieten derzeit das größte Potenzial, um die Region Köln als Top-Gründerstandort zu entwickeln?

Heute sind nicht mehr nur E-Commerce- und Business-to-Consumer-Geschäftsmodelle gefragt, sondern verstärkt auch Business-to-Business- und Technologie-Anwendungen. Hier punktet die Region mit einer starken Wirtschaft. Das ist bei uns im Rheinland ganz anders als in Berlin, wo außerhalb der Start-up-Szene wirtschaftlich wenig passiert. Köln und die Region sind stark in den Bereichen Medien- und Kreativwirtschaft, Life Sciences und Gesundheitswirtschaft, aber auch in eher klassischen Branchen wie z. B. Chemie, Pharma, Handel und Industrie. Dazu kommt der Wissenschaftsbereich. Köln ist einer der größten Hochschul- und Forschungsstandorte in Deutschland. Damit besteht ein guter Mix aus Kreativität, Innovation und der nötigen wirtschaftlichen Substanz. Im Bereich Entrepreneurship kann also konkret an bestehende Branchen-Cluster oder NRW-Leitmärkte angedockt werden, gleichzeitig ist das Feld offen für alle Arten von Gründungen.

Neben München gilt besonders Berlin als attraktiv für Start-ups und steht beispielhaft für die deutsche Gründerszene. Was kann Köln von Berlin lernen?

Von Berlin können wir lernen, wie wichtig die Entwicklung eines Entrepreneurship-Clusters ist. Allerdings ist das nur bedingt planbar: Gründerinnen und Gründer kommen gern dorthin, wo die Gründerszene schon aktiv ist. Investoren

ebenfalls. Beides hat sich in Berlin seit den neunziger Jahren sukzessive entwickelt. Der wesentliche Punkt war hier das Lebensgefühl in Berlin – eine weltoffene Metropole im Aufbruch. Das hat viele in die Stadt gezogen. Aber NRW hat heute die meisten Start-ups und die Metropolregion Rhein-Ruhr als Ganzes kommt direkt hinter Berlin.

Wo sehen Sie Kölns Vorteile gegenüber anderen Städten?

Innovative Talente mögen eine kreative, offene und sympathische Atmosphäre. Dazu gehört auch das kulturelle Umfeld und alle Annehmlichkeiten, die eine weltoffene Großstadt zu bieten hat. Köln ist in dieser Hinsicht gut aufgestellt. Die meisten Menschen mögen das Rheinland und leben gerne dort. Und das ist verständlich, es gibt hier viel wirtschaftliche Substanz, eine Basis von 100.000 Studierenden, von denen viele in der Stadt bleiben möchten, und gute Optionen, auch wenn es mit der Gründung nicht klappen sollte. Dazu kommt: Kölle ist e Jefe. Und die konkreten Rahmenbedingungen zur Gründungsförderung verbessern wir im Kölner Netzwerk stetig, nicht nur an den Hochschulen.

Warum sind Hochschulen so wichtig bei der Entwicklung einer Start-up-Region?

Hochschulen und Entrepreneurship Education können bei der Entwicklung regionaler Entrepreneurship-Cluster eine wichtige Rolle spielen. Erfolgreiche Gründungs-Cluster sehen wir z. B. im Silicon Valley, in Boston oder auch in Israel. Der Grundstein für deren gedeihliche Entwicklung wurde durch Hochschulen gelegt: Stanford im Silicon Valley, Harvard und das MIT in Boston. Die Entwicklung dieser Erfolgsgeschichten war ein Prozess von vielen Jahrzehnten. Und nach wie vor sind die Hochschulen dort wesentliche Treiber. Ihre Kernaufgabe ist Produktion von Innovation durch Wissenschaft, aber auch die Ausbildung von jungen Talenten. Durch Entrepreneurship Education kann Gründergeist geschaffen werden, der dazu führt, dass diese Talente ihre Fähigkeiten verstärkt auch unternehmerisch einsetzen. Hochschulen sind zudem an ihrem Standort generell ein wichtiger Faktor und sie sind in der Regel neutral. So können sie Aufgaben in der Moderation und Vernetzung relevanter Akteurinnen und Akteure übernehmen. Gleichzeitig machen sie sich Gedanken über die gesellschaftlichen Implikationen und bereiten so die Grundlage für soziale Innovation.

Die TH Köln arbeitet eng mit der Universität zu Köln, der Deutschen Sporthochschule und der Rheinischen Fachhochschule zusammen. Jüngster Erfolg ist das gemeinsame EXIST-Projekt „Fit for Invest“. Welche Rolle hat die TH Köln innerhalb des Netzwerkes?

Die TH Köln koordiniert das Projekt, in dem die Kölner Hochschulen zusammen mit dem Hochschulgründernetz cologne e.V. Entrepreneurship und Gründungsförderung vorantreiben. Für unser gemeinsames Ziel, das „Rheinland Valley“ zu einer der führenden Regionen für Start-ups und Gründung zu machen, haben wir bereits einen hochkarätigen Unterstützerkreis gewinnen können. Dieses Netzwerk aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft möchten wir weiter ausbauen. Die Stärken der TH Köln sind ihre Vielfalt und ihre dezentral vorhandenen interdisziplinären Kompetenzen. Daran knüpfen wir innerhalb unserer hochschulweiten Netzwerke ebenso an wie an die intensive und gute Zusammenarbeit mit den anderen Kölner Hochschulen und wichtigen Partnern. Wir wollen als Hochschule eine relevante Akteurin im Bereich Entrepreneurship sein und das Netzwerk und das Entrepreneurship-Cluster in der Region maßgeblich mitprägen. Und daran lassen wir uns messen.

Was sind die nächsten Ziele?

Wir werden weiter daran mitwirken, dass Köln zu einer Top-Adresse für Gründungen in Europa wird. Das ist ein Marathon. Auf dem Weg dorthin werden wir die Gründungsservices der Kölner Hochschulen unter einer gemeinsamen Marke enger zusammenführen sowie unsere Netzwerke und Infrastruktur weiter ausbauen. Vor allem werden wir unseren Gründungsteams im Verbund mit den anderen Hochschulen und Partnern immer mehr und immer bessere konkrete Unterstützung anbieten. Unsere Aktivitäten werden übrigens bereits wahrgenommen. Nicht nur von den Gründerinnen und Gründern, sondern auch in relevanten Studien. Der Erfolg lässt sich am Ende aber nicht allein in harten Zahlen messen. Wir möchten die Einstellungen verändern: Wenn es uns gelingt, dass alle Studierenden am Ende ihres Studiums zumindest einmal über das Thema Entrepreneurship und Gründung als Option nachgedacht haben, haben wir ein wichtiges Etappenziel erreicht.

Interview: Monika Probst



SoSafe

Teammitglieder (v. l.) Lukas Schaefer, Dr. Niklas Hellemann und Felix Schürholz

Fachrichtung Psychologie, IT, Security

Projekt Trainingsplattform zu den Themen IT-Sicherheit und Datenschutz

Größter Projektmeilenstein Jeder neue Monat braucht einen größeren Meilenstein als der zuvor, wir haben einen „it's still day one“-Spirit

Was bei der Entwicklung Spaß macht Wir lösen ein reales und drängendes Problem

Was schiefgehen kann Zu viel reden, zu wenig machen

Scheinbar unwiderstehliche Angebote, harmlos wirkende Bewerbungen, brisante Informationen: Die Angriffe auf Unternehmen durch Phishing-Mails – fingierte E-Mails von vermeintlich vertrauenswürdigen Absendern – haben in den vergangenen Jahren massiv zugenommen und eine neue Qualität erreicht. Um Mitarbeitende für derartige Cyber-Gefahren und andere IT-Sicherheitsrisiken zu sensibilisieren, haben Dr. Niklas Hellemann, Felix Schürholz und Lukas Schaefer eine Trainingsplattform entwickelt. Mit dieser Idee hat das EXIST-geförderte Team offenbar einen Nerv getroffen: „SoSafe“ ist in den vergangenen Jahren rasant gewachsen – und plant nun die nächsten Schritte.

Die Gründer haben sich 2017 über gemeinsame Bekannte kennengelernt. Obwohl sie ganz unterschiedliche akademische Hintergründe haben – Hellemann ist Diplom-Psychologe, Schürholz Softwareentwickler und Schaefer Betriebswirt –, gab es eine Sache, die sie geint hat: „Wir hatten in diversen Arbeitssituationen

die Erfahrung gemacht, dass im Bereich der IT-Sicherheit ein Element viel zu oft vernachlässigt wird: nämlich die Nutzerinnen und Nutzer selbst“, so Schaefer. Daher hätten sie sich dazu entschlossen, sich auf das Thema Mitarbeitenden-Training zu spezialisieren.

„Wir verschaffen Unternehmen über Phishing-Simulationen Transparenz zum Stand ihres IT-Sicherheitsbewusstseins. Zudem machen wir die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch interaktive E-Learning-Einheiten fit im Umgang mit allen Arten von digitalen Betrugsversuchen. Ganz konkret, durch digitales Lernen am Objekt – denn nichts ist einprägsamer als das Erleben einer Cyberattacke am eigenen Leib“, sagt Niklas Hellemann. Neben Phishing-Tests und Lerneinheiten bietet „SoSafe“ auch Support-Tools, mit denen etwa verdächtige E-Mails mit einem Klick gemeldet werden können.

Weil die Trainingsplattform auf dem Markt auf großes Interesse stieß, gründete das Team schon kurz nach Projektstart im Oktober 2018 eine GmbH. Mittlerweile hat „SoSafe“ mehr als 300 Kunden, etwa 80 Vollzeitmitarbeitende und zwei Investoren an Bord. Nun soll das Unternehmen weiter wachsen. „Wir machen zurzeit signifikante erste Schritte in Richtung geografische Expansion in die europäischen Nachbarländer“, sagt Schaefer.

Das Team von „SoSafe“ wurde durch das EXIST-Gründerstipendium des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, das NRW-Gründerstipendium und durch seinen Mentor Prof. Dr. Gernot Heisenberg vom Institut für Informationswissenschaft unterstützt. „Das Mentoring an der TH Köln war in der Anfangsphase unglaublich hilfreich“, sagt Schaefer.

Marcel Hönighausen

Ein Joghurtbecher und eine Baseballkappe aus Holz haben mehr gemeinsam, als man auf den ersten Blick sieht. Beide Gegenstände verbindet sozusagen eine reine Formsache, denn sie werden mittels Tiefziehen geformt. Bei diesem Verfahren wird der Ausgangsstoff erhitzt und über verschiedene Arbeitsschritte in die gewünschte Form gebracht. Den Prozess zur wirtschaftlichen Fertigung der hölzernen Kappe haben Sebastian Stümpel, Masterstudent im Studiengang Produktdesign und Prozessentwicklung am Campus Gummersbach, und Philipp Dahlem, Promovend an der RWTH Aachen, entwickelt und optimiert. Bis dahin war es jedoch ein weiter Weg. „Am Fertigungsprozess haben wir uns lange die Zähne ausgebissen“, sagen sie heute.

Kennengelernt hat sich das Team „Rootpecker“ 2016 eher zufällig in einer Kneipe in Aachen. Stümpel studierte damals Produktdesign im Bachelor an der RWTH Aachen und beschäftigte sich für seine Abschlussarbeit mit der Konzeption hölzerner Kappen. Weil die Fertigung des Holzverbundstoffes sehr aufwändig ist, kam die

Begegnung mit Dahlem wie gerufen. Dieser absolvierte an der RWTH seinen Maschinenbau-Master und konnte sein Wissen um Prozessentwicklung ins Team einbringen. So war Dahlem maßgeblich für die Entwicklung von Fertigungsmaschinen verantwortlich, die eine Produktion wirtschaftlich machen sollen.

„Die ersten Kappen habe ich für meine Bachelorarbeit händisch zusammengebaut. Das hat fast acht Stunden pro Modell gedauert“, so Stümpel. „Durch die Automatisierung und das optimierte Prozessdesign konnte die Fertigungsdauer auf rund 45 Minuten gesenkt werden.“ Wie die Zusammensetzung des Materials funktioniert, ist Firmengeheimnis. Dahlem verrät nur so viel: „Das Holz wird während des Pressvorgangs dreidimensional verformt. Das funktioniert mittels eines Tiefziehprozesses, wie bei Joghurtbechern.“

Drei verschiedene Kappenmodelle soll es zunächst geben: Esche, Walnuss und Lärche. Das Holz dafür stammt von deutschen Zulieferern und ist FSC-zertifiziert. Noch ist „Rootpecker“ aber nicht in der Produktion. „Wir befinden uns in der internen Validierung. Wir wollen langsam und organisch wachsen, um auch autark zu bleiben“, sagt Stümpel. Auf die Idee, eine Kappe aus Holz zu fertigen, ist er aus Eigeninteresse gekommen. „Ich fand Accessoires aus Holz schon immer spannend, vor allem, weil sie sich in den Zeitgeist nachhaltiger Produkte fügen.“ Deshalb könnte er sich gut vorstellen, in Zukunft auch andere Produkte aus Holz zu fertigen, etwa Rucksäcke oder Portemonnaies. „Das wäre ein langfristiges Ziel.“

Unterstützt wurden Stümpel und Dahlem sowohl durch das NRW-Gründerstipendium als auch von Prof. Dr. Monika Engelen, die an der TH Köln Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Unternehmensgründung lehrt. „Das war eine sehr wertvolle Unterstützung“, sagt Stümpel.

Marcel Hönighausen

Rootpecker

Teammitglieder (v. l.) Philipp Dahlem und Sebastian Stümpel

Fachrichtung Maschinenbau, Prozessentwicklung, Produktdesign

Projekt Baseballkappe aus Holz

Größter Projektmeilenstein Die erste Messe mit 40 eigenen Produkten

Was bei der Entwicklung Spaß macht Die kleinen Fortschritte und die Vielfalt der Disziplinen

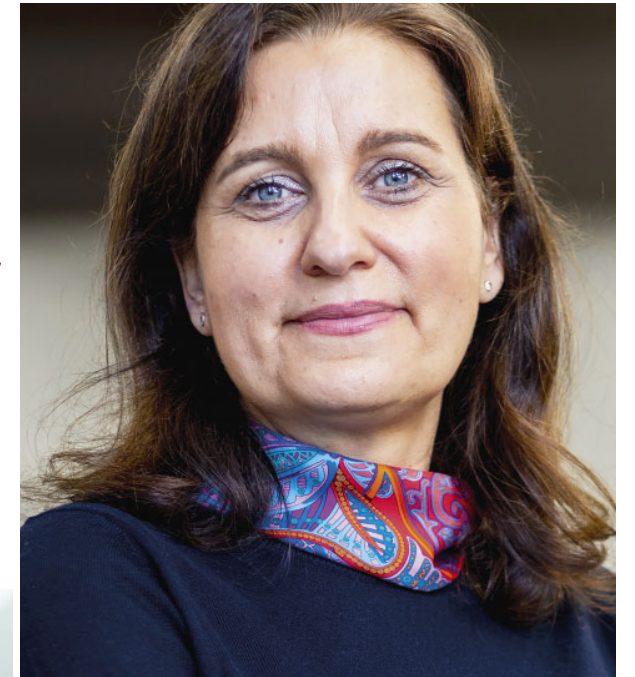
Was schiefgehen kann Manchmal kommt es deutlich komplexer als gedacht

Scan



„Ideen, Kreativität, Teamgeist, Engagement, Mut und vieles mehr: Unsere Studierenden haben alles, um Innovationen und zukunftsfähige Geschäftsmodelle zu entwickeln!“

Prof. Dr. Annette Blöcher
Start-upLab@TH Köln, Inkubator Südstadt



„Ich finde es spannend zu sehen, wie aus einer Idee erst ein Konzept und dann ein Produkt wird. Diesen Prozess begleiten und unterstützen zu können, eröffnet immer wieder neue Perspektiven und macht mir viel Spaß.“

Prof. Dr. Monika Engelen
Start-upLab@TH Köln, Entrepreneurship/Gründung
am Campus Gummersbach



150

Aus 150 Komponenten setzt sich der faltbare E-Scooter **STEEREON** zusammen (exklusive der Schrauben). **STEEREON** steht für agile Fahr-dynamik, Funktionalität und sportliches Design. Im Juli 2020 ist das Start-up Plev Technologies GmbH mit zwei ersten Allrad-Modellen an den Markt gegangen. Ein neues Hybrid-Modell aus E-Bike und E-Scooter wird in Kürze folgen. Das Start-up gründete sich 2018: Felix Vreeden und Marvin Panek sind TH-Absolventen der Fahrzeugtechnik, Maximilian Camp Absolvent an der Hochschule Fresenius. Neben der TH Köln und ihrem Mentor Prof. Dr. Michael Frantzen wurden die Jungunternehmer finanziell gefördert über das Programm START-UP-Hochschul-Ausgründungen NRW mit Landesmitteln und Mitteln aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE).

steereon.com

Kreativität, Teamgeist und Mut fördern

Durch Entrepreneurship Education will die Hochschule Gründergeist schaffen. Was darunter zu verstehen ist und welche Ziele dabei der Arbeitskreis Entrepreneurship verfolgt, erklärt seine Initiatorin Prof. Dr. Annette Blöcher.

Haben viele Ihrer Studierenden den Traum von einer eigenen Firma?

Selbstbestimmtes Arbeiten, eigene Ideen entwerfen und diese umsetzen – wer träumt als junger Mensch nicht davon? Für viele unserer Studierenden wandelt sich der Gedanke vom eigenen Unternehmen zunehmend von Plan B zu Plan A. Das ist eine sehr erfreuliche Entwicklung.

Sind diese Anliegen typisch für BWLer oder passen sie auch zu anderen Fachdisziplinen?

Ganz klar: Ideen, die in einem eigenen Unternehmen münden können, gibt es in allen Disziplinen. Über 10 Prozent unserer Studierenden sind bereits selbstständig, weitere 67 Prozent sind gründungsinteressiert. Wir sehen außerdem innerhalb des Arbeitskreises Entrepreneurship, dass Studierende über alle Fakultäten hinweg gute Projekte haben, die sie nach vorne bringen wollen und dabei ihre Professorinnen und Professoren um Unterstützung bitten. Gründung ist generell ein interdisziplinäres Thema, bei der die BWL als Querschnittsdisziplin eine Schnittstelle bildet.

Hat der Arbeitskreises Entrepreneurship zum Ziel, mehr Studierende für Gründungs-ideen zu gewinnen?

Wir unterstützen immer gerne bei Gründungs-ideen, aber Gründung ist nicht unser einziges Ziel. Entrepreneurship heißt, unternehmerisch zu denken und zu handeln, Ideen proaktiv zu entwickeln und umzusetzen – das wollen wir fördern. Diese Kompetenzen müssen nicht ausschließlich in einer eigenen Unternehmensgründung münden. Sie sind auch in etablierten Unternehmen vorteilhaft, in denen unsere Absolventinnen und Absolventen Ideen erarbeiten, platzieren und weiterentwickeln. Wir wollen Studierende in ihrer Gestaltungs- und Umsetzungskompetenz unterstützen: dass sie den Mut haben, Dinge anzupacken, und den Mut aus Fehlern zu lernen.

Es geht also um die Vermittlung von Kompetenzen, die beispielsweise auch für Studierende der Sozialen Arbeit oder der Mehrsprachigen Kommunikation relevant sind?

Auf jeden Fall! Manche Fachbereiche thematisieren das mehr als andere, aber überall steigt das Interesse. Gerade Themen wie Social Entrepreneurship und Sustainable Entrepreneurship adressieren stark geisteswissenschaftlich ausgerichtete Fakultäten.

Was ist unter Social bzw. Sustainable Entrepreneurship zu verstehen?

Bei Sustainable Entrepreneurship geht es um die von den Vereinten Nationen formulierten 17 Nachhaltigkeitsziele. Also um die Frage: Wie erhalten wir unsere Welt und machen sie Stück für Stück besser? Wir stellen bei den Studierenden zunehmend fest, dass Nachhaltigkeit und zirkuläres Wirtschaften für sie eine zentrale Rolle spielen. Das zeigt sich verstärkt in den Seminaren, in denen sie Geschäftsmodelle entwickeln. Bei Social Entrepreneurship geht es um Ideen, die dem Gemeinwohl dienen, ein soziales und gesellschaftliches Problem aufgreifen und dafür Lösungen entwickeln. Entscheidend ist, dass dabei die Gewinnmaximierung nicht das primäre Ziel ist.

Vertragen sich nachhaltige und soziale Geschäftsmodelle damit, dass die Studierenden davon leben können?

Die Frage könnte auch genau andersherum lauten: Können es sich junge Unternehmer und Unternehmerinnen heutzutage überhaupt noch leisten, eine Unternehmensidee zu verfolgen, die nicht nachhaltig ist? Nachhaltigkeit ist einer der großen Trends, den auch immer mehr Investorinnen und Investoren im Fokus haben. Generell gilt, dass sich Geschäftsmodelle langfristig tragen müssen. Aber sich langfristig tragen und Gewinnmaximierung sind nicht das Gleiche. Natürlich muss der Gründer oder die Gründerin davon langfristig leben können, aber nicht jede muss sich mit dem verdienten Geld eine Villa bauen können. Und auf der anderen Seite gibt es auch soziale Ideen, mit denen man gutes Geld verdienen kann. Die beiden Seiten schließen sich also keinesfalls aus.

Wie groß ist der Arbeitskreis Entrepreneurship?

Wir haben derzeit ca. 30 Mitglieder aus mittlerweile fast allen Fakultäten und freuen uns nach wie vor sehr über weitere Verstärkung, damit möglichst alle Fakultäten vertreten sind. Wir wollen im Arbeitskreis ein Netzwerk schaffen, in dem sich interessierte Lehrende über Synergien und Best-Practice-Beispiele austauschen.

Wenn ich als BWL-Studentin zwar eine Idee habe, mir aber das dazu nötige technische Know-how fehlt, helfen mir dann die Professorinnen und Professoren des Arbeitskreises bei der Suche nach potenziellen Geschäftspartnerinnen und -partnern aus anderen Fakultäten?

Als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren versuchen wir das, uns gelingt diese Vernetzung aber auch über Veranstaltungen gut. Zum Beispiel bieten wir mit dem Entrepreneurs-Club der Hochschule eine Plattform, auf der Studierende ihre Geschäftsideen vorstellen und Gleichgesinnte finden können. Hier kommen auch immer wieder interdisziplinär interessante Teams zustande. Aber wir können nicht in jedem Fall eine persönliche Kontaktvermittlung realisieren. Deshalb tüfteln wir im Projekt Start-upLab@TH Köln an einer Matching-Plattform, bei der die Studierenden über eine Ideen- und Kompetenzsuche Geschäftspartnerinnen und -partner finden können.

Stichwort Entrepreneurs-Club. Wer kann hier Mitglied werden?

Da gibt es mittlerweile eine begriffliche Doppelung, die etwas verwirrend ist: Der Entrepreneurs-Club ist eine Veranstaltungsreihe, bei der drei Teams der TH Köln ihre Ideen pitchten, Feedback bekommen und Gründungsinteressierte netzwerken können. Außerdem hält immer eine Gründerin oder ein Gründer eine Keynote. Jetzt haben wir seit ein paar Semestern zusätzlich den Entrepreneurs Club Cologne, ein studentischer Verein, den wir regelmäßig einladen. In dem Verein teilen Start-ups aus ganz unterschiedlichen Bereichen ihre Ideen. Die Vereinsmitgliedschaft ist offen für alle Studierenden, unabhängig von der Hochschule.

In der Entrepreneurship-Strategie, an der der Arbeitskreis mitgewirkt hat, möchte die Hochschule Entrepreneurship Education stärker in der Lehre etablieren. Soll das Thema fester Bestandteil innerhalb der Studiengänge werden?

Es geht uns auf operativer Ebene um interessante Themen für eine interdisziplinäre Zusammenarbeit: Gibt es Module, die für Studierende aus anderen Studiengängen geöffnet werden können? Das kann in einem Studiengang curricular sein, im anderen wiederum außer-curricular.

Interview: Monika Probst



one minute for nature

Teammitglieder (v. l.) Daniel Lösch und Luka Weingärtner

Fachrichtung Umwelt, Klima

Projekt Videoplattform zur Unterstützung nachhaltiger Projekte

Größter Projektmeilenstein Überschreitung der 10.000-Bäume-Marke

Was bei der Entwicklung Spaß macht Neue Wege gehen, Verantwortung übernehmen und den Effekt unserer Aufforstung sehen

Was schiefgehen kann Technische Fehler bei der Plattformentwicklung, schneller Aufbau einer größeren Reichweite



Wie kann man sich von zuhause aus für den Klimaschutz engagieren? Mit dieser Frage haben sich Daniel Lösch und Luka Weingärtner vom Team „one minute for nature“ beschäftigt – und eine mögliche Antwort darauf gefunden: eine Plattform, auf der einminütige Videos zu den Themen Nachhaltigkeit, Klimawandel und Umweltschutz gezeigt werden. Diese enthalten 15 Sekunden Werbung eines umweltbewussten Unternehmens. Die dadurch generierten Einnahmen fließen in ein Aufforstungsprojekt in Madagaskar. „Wir wollen Menschen eine Möglichkeit bieten, online etwas für die Umwelt zu bewirken, ohne dabei eigenes Geld ausgeben zu müssen“, sagt Weingärtner.

Das Duo kennt sich bereits seit der fünften Klasse. „Wir haben uns schon immer sehr für Nachhaltigkeit interessiert“, sagt Weingärtner, der mittlerweile Betriebswirtschaftslehre an der TH Köln studiert, während sein Teamkollege den Masterstudiengang Sportmanagement an der Sporthochschule Köln absolviert. Der Plan, gemeinsam eine Videoplattform zur Unterstützung nachhaltiger Projekte ins Leben zu rufen, wurde im Sommer 2019 konkret. „Da haben wir angefangen, ein Konzept zu entwickeln und nach Partnern zu suchen“, erklärt Weingärtner. Bei der „Fridays for Future“-Demo Ende September in Köln haben sie ihr Konzept dann Demonstrierenden präsentiert – mit Erfolg: „Einen Tag später hatten wir fast 1.000 neue Follower auf unseren Social-Media-Kanälen. Das hat uns gezeigt, dass es ein großes Interesse gibt.“

Zurzeit gibt es nur in bestimmten Kampagnenzeiträumen Videos auf der Plattform. „Mit den ersten vier Werbekampagnen konnten wir bereits mehr als 11.000 Mangrovenbäume in Madagaskar pflanzen lassen. Das macht uns total stolz, dass wir schon so viel erreichen konnten“, sagt Weingärtner. Das Aufforstungsprojekt in Madagaskar hat das Team nicht zufällig gewählt: „Mangrovenbäume können unglaublich viel CO₂ speichern. Außerdem bieten sie vielen endemischen Tierarten einen Lebensraum und es werden Arbeitsplätze für Menschen vor Ort geschaffen, die an der Aufforstung mitwirken.“

Langfristig möchten Lösch und Weingärtner auch andere nachhaltige Projekte unterstützen – und die Plattform weiter ausbauen. „Unser Ziel ist es, irgendwann jeden Tag ein Video zeigen zu können. Dann könnte sich ‚one minute for nature‘ zu einer offenen Plattform entwickeln, wo Menschen, denen Nachhaltigkeit wichtig ist, Videos hochladen können.“ Bis dahin müsse das Konzept zunächst aber weiter getestet und validiert werden, so Weingärtner.

Das Team wird durch das NRW-Gründerstipendium und den Inkubator in der Südstadt unterstützt. „Im Inkubator stehen uns Räumlichkeiten, eine fundierte Expertise und ein umfangreiches Netzwerk zur Verfügung. Davon können wir vielfältig profitieren. Wir haben auch schon andere Teams kennengelernt, der Austausch untereinander ist sehr hilfreich“, findet Weingärtner.

Marcel Hönighausen



Humanoide Hand

Teammitglieder (v. l.) Zaim Aleefi, Noël Jacobs, Mario Mosler, Matthias Ennen, Pascal Zylka und Kristina Sterz (nicht im Bild)

Fachrichtung Maschinenbau

Projekt Humanoide Hand, die sich per Handschuh steuern lässt

Größter Projektmeilenstein Die Ausarbeitung des ersten Konzeptfingers

Was bei der Entwicklung Spaß macht Ständiges Ausprobieren mit modernen Fertigungsverfahren

Was schiefgehen kann Wir haben versehentlich einen Microcontroller zerstört und mussten tagelang nach dem Fehler suchen



Eine Nagelschere eignet sich nicht nur zur Hand- und Fußpflege, sondern kann auch zur Konstruktion eines ganzen Körperteils verwendet werden. Genauer gesagt, zur Konstruktion einer humanoiden Hand, also einer Roboterhand, die der menschlichen Gestalt nachempfunden ist. Das haben die Maschinenbaustudierenden Mario Mosler, Zaim Aleefi, Kristina Sterz, Noël Jacobs, Pascal Zylka und Matthias Ennen im Rahmen eines studentischen Projektes eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Sie haben im vergangenen Sommersemester eine humanoide Hand entwickelt, die sich per Handschuh steuern lässt. Im MakerSpace des Start-upLab@TH Köln hat das Team die Konstruktion vollendet.

Angefangen hat alles mit einem grundlegenden Interesse von Mario Mosler am Thema. „Ich arbeite viel mit Handwerkzeugen und war auch schon an der Entwicklung einiger Werkzeugprodukte beteiligt.“ Während einer Vorlesung ist Mosler auf Berichte über einen haptischen VR-Handschuh gestoßen, mit dem virtuelle Objekte

real gegriffen werden können. Die Idee für die humanoide Hand war geboren. Angesichts der Corona-Pandemie mussten sie dann im privaten Raum kreativ werden. „Wir haben zunächst viel online gearbeitet. Einer hat recherchiert, der andere programmiert“, sagt Mosler. Er selbst hat seinen Esstisch zur Werkbank umfunktioniert. Weil der Maschinenbaustudent einen eigenen 3D-Drucker und eine Fräsmaschine hat, konnte dort auch der erste Prototyp entstehen. „Der war allerdings ziemlich klobig.“

Danach lief der 3D-Drucker fast 24 Stunden am Tag. Das Team musste viel bauen und testen, dabei einiges wieder verworfen und neu konstruieren. „Jeder Bestandteil der Hand ist mindestens viermal neu gefertigt worden“, sagt Noël Jacobs, der für die Programmierung der Handsteuerung verantwortlich war. Am Ende sind mehr als 130 Schrauben in der Konstruktion verbaut worden. Mithilfe einer Angelschnur, umhüllt von Teflonröhrchen, wurden die Sehnen der menschlichen Hand nachempfunden. Um die Spannung zwischen den Fingergliedern zu erhöhen, hat das Team Gymnastikbänder verwendet. Diese wurden am Esstisch von

Mosler mit der Nagelschere zurechtgeschnitten. Im MakerSpace wurde dieser zweite Prototyp der humanoiden Hand schließlich nachkonstruiert. Statt einer Nagelschere konnte das Team dort auf einen Laserschneider zurückgreifen. In einem Folgeprojekt möchte das Team nun auf die gewonnenen Erkenntnisse zurückgreifen und weitere Prototypen entwickeln. Ziel dabei ist es, körperlich eingeschränkte Personen in ihrem Alltag zu unterstützen. „Unser Projekt hat sich sehr dynamisch entwickelt. Wir hatten auch dank der technischen Infrastruktur im MakerSpace die Möglichkeit, viel zu testen und auszuprobieren. Das war unglaublich motivierend“, so Mosler.

Marcel Hönighausen

Der Mensch hinter dem T-Shirt

Kann ein kleines Trinkgeld die Welt verändern? Das Leben von vielen Menschen verbessern, die sich gutes Essen, eine medizinische Versorgung oder gute Bildung für ihre Kinder kaum leisten können? Genau das ist das Ziel von tip me, einem Social Start-up, das auf eine Idee von Jonathan Funke zurückgeht: Wenn es normal ist, dass man der Kellnerin im Café oder dem Pizzaboten ein oder zwei Euro in die Hand drückt, warum dann nicht auch denen, die in Pakistan die Schuhe hergestellt haben, die man gerade online bestellt hat? Von denen man weiß oder jedenfalls ahnt, dass sie dafür nicht viel Geld bekommen – ähnlich wie die Kellnerin oder der Pizzabote.

Aus der Idee wurde Anfang 2019 ein Unternehmen. Einer der vier Gründerinnen und Gründer neben Jonathan Funke, Helen Deacon und Oliver Sonnenwald ist Robin Collin, Absolvent unserer Hochschule im Studiengang Logistik. Er beschäftigte sich schon lange intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit in Lieferketten, lernte Funke Anfang 2018 kennen und sah in tip me das perfekte Forschungsthema für transparente Lieferketten: „Ich wollte eine Arbeit schreiben, die auch einen konkreten Nutzen hat.“

Dass die Idee funktioniert, zeigte sich schnell. Derzeit vier Partnerfirmen, alle aus der Textilbranche, bieten ihren Kundinnen und Kunden an, ein Trinkgeld von ein bis fünf Euro für die Produzierenden zum Kaufpreis hinzuzufügen – nicht für die Firma, sondern immer konkrete Mitarbeiter, die mit Namen und Foto im Onlineshop zu sehen sind. Das schafft eine emotionale Bindung, die wiederum die Bereitschaft zum Trinkgeldgeben steigert: Im Schnitt fast die Hälfte der Kundinnen und Kunden legt beim Kauf noch etwas drauf. „Wenn wir die Menschen wirklich sehen, die hinter dem Produkt stehen, dann konsumieren wir eher nachhaltig“, erklärt Collin. Das Trinkgeld geht dann ohne Abzug direkt an die Arbeiterinnen und Arbeiter – nicht an die eine dargestellte Person, sondern an die ganze Belegschaft, unter der das Geld dann fair aufgeteilt wird.

TH-Absolvent Robin Collin ist Co-Gründer von tip me: Kundinnen und Kunden von Onlineshops geben „Trinkgeld“ für den Schuhmacher in Pakistan oder die Näherin in Vietnam – und fördern so fairen Konsum und nachhaltige Produktion.

Für die Textilhändler lohnt sich das. Eine Umfrage ergab, dass die Mehrfachnutzung desselben Anbieters und auch die Bereitschaft zur Weiterempfehlung deutlich höher liegen als ohne das Extra. Deshalb sind die Partnerfirmen auch bereit, von dem zusätzlichen Gewinn etwas abzugeben, und davon finanziert sich tip me.

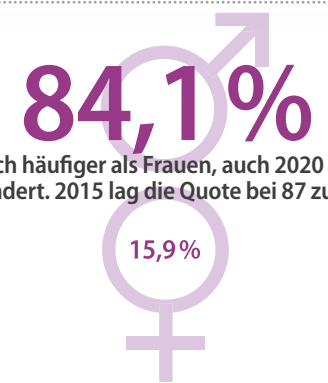
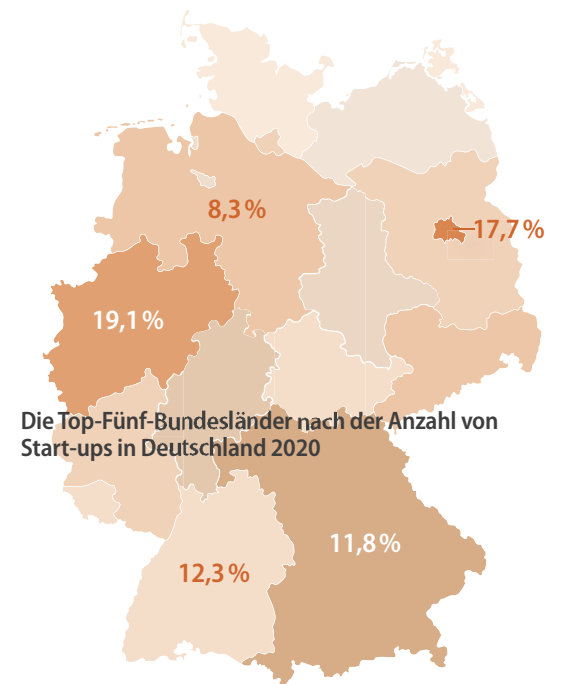
Einer der vier Partner ist der Schuhanbieter ethletic, der ausschließlich vegane Produkte mit Fairtrade-Siegel vertreibt und mit den Gewinnen auch soziale Projekte unterstützt. Das Trinkgeld geht also an Arbeiterinnen und Arbeiter, die ohnehin unter besseren Bedingungen leben als viele ihrer Landsleute. Warum sie noch zusätzliche Unterstützung erhalten, erklärt Collin so: „Wir können und dürfen nicht das unfaire Handeln von Modelabels mit dem Trinkgeld kompensieren. Stattdessen belohnen wir Marken, die schon verantwortungsbewusst handeln, und damit machen wir fairen Konsum leichter.“

Die Zahl der Partnerfirmen von tip me nimmt aktuell stetig zu. Erst Anfang Dezember kam das soziale Modelabel kipepeo hinzu und im Januar folgt ein weiteres. „An Interesse von Firmen hat es nie gemangelt“, sagt Collin. Daher werden aktuell Prozesse weiter automatisiert, um größere Marken und ihre Lieferketten noch schneller integrieren zu können.

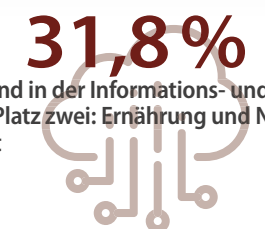
tip me führt die TH Köln als einen ihrer Partner auf der Website auf, obwohl unsere Hochschule nicht aktiv an dem Unternehmen beteiligt oder mit ihm verbunden ist. Das hat zwei Gründe: Zum einen hat der Gründungsservice das Start-up in der Frühphase intensiv zu diversen Fördermöglichkeiten beraten und damit letztlich den Zugang zum Gründerstipendium NRW ermöglicht, sagt Collin. Und zum anderen blickt er durchaus dankbar auf die Studienzeit zurück: „Der sehr praxisorientierte Studiengang und die konkreten Projekte, an denen wir arbeiten konnten, haben mir unglaublich viel gebracht. Das hat mich in die Lage versetzt, ein Unternehmen zu starten und von innen heraus zu strukturieren.“

Werner Grosch

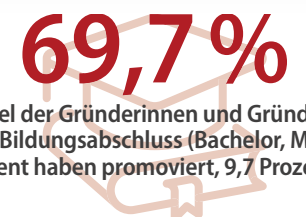
Fünf Fakten zur deutschen Start-up-Szene



Männer gründen deutlich häufiger als Frauen, auch 2020 bleibt das Verhältnis weitgehend unverändert. 2015 lag die Quote bei 87 zu 13 Prozent



der deutschen Start-ups sind in der Informations- und Kommunikationstechnologie verortet. Auf Platz zwei: Ernährung und Nahrungsmittel/Konsumgüter mit 10,7 Prozent



Insgesamt gut zwei Drittel der Gründerinnen und Gründer haben einen Hochschul- als höchsten Bildungsabschluss (Bachelor, Master oder Diplom). Weitere 14,2 Prozent haben promoviert, 9,7 Prozent ein (Fach-) Abitur



der Gründerinnen und Gründer haben ein wirtschaftswissenschaftliches Studium abgeschlossen, 21,3 Prozent ein ingenieurwissenschaftliches. 14,5 Prozent kommen aus den Bereichen Informatik, Computer Science oder Mathematik

Quelle: Deutscher Start-up Monitor 2020, statista.de

Geschehenes sichtbar machen

Seit September 2020 gibt es an der TH Köln zwei Transferscouts an den Standorten Gummersbach und Leverkusen. Am Campus Deutz starten bald zwei weitere Scouts. Was sie machen, erklären Cédric Reuter und Lukas Knauf.

Was meint Transferscouting?

Reuter: Transferscouting soll Forschende dabei unterstützen, ihre Arbeit sichtbar zu machen und mit Kooperationspartnerinnen und -partnern zusammenzukommen. Transferscouts helfen dabei, Wissen gesellschaftlich wirksam zu machen, und sind Ansprechpartner für Forscherinnen und Forscher sowie für externe Partnerinnen und Partner.

Welche Aufgaben hat ein Transferscout an der TH Köln?

Knauf: In erster Linie sind wir für die Forschenden zuständig. Ihren Ideen soll der Weg in die Gesellschaft erleichtert werden. Wir möchten eine Atmosphäre der Innovation schaffen. Als Transferscouts der jeweiligen Fakultät sensibilisieren wir für die Angebote an der TH Köln. Wir sind Vermittler zwischen den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern und internen Servicestellen, beispielsweise den Kolleginnen und Kollegen aus dem Gründungsservice. Eine wesentliche Rolle spielen vor allem die verschiedenen Transfermöglichkeiten: Patente, Veröffentlichungen, Existenzgründung, Gremienarbeit, Gutachtertätigkeiten sowie Tätigkeiten in Fachverbänden. Wir beobachten zudem, was die drängendsten gesellschaftlichen Herausforderungen der nächsten Jahre sind.

Wie sieht die Zusammenarbeit mit den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus?

Reuter: Wir helfen Forschenden dabei, die richtige Transferform für ihre Arbeit zu identifizieren und zu nutzen. Dabei haben wir grundsätzlich eine gemeinsame Herangehensweise. Unabhängig davon setzt jeder von uns eigene Schwerpunkte in unserem Fachbereich, da wir für jeweils eine bestimmte Fakultät zuständig sind. Bisher werden die Transfermöglichkeiten an unserer Hochschule in verschiedenen Fachrichtungen unterschiedlich stark genutzt. Beispielsweise sind Existenzgründungen in anderen Bereichen üblicher als in den Naturwissenschaften. Wir möchten den Forschenden zeigen, dass es mehr als eine Art der Selbstständigkeit gibt, und Interessierte hierzu beraten und ermutigen. Außerdem unterstützen wir dabei, die TH Köln in regionalen Industriernetzwerken zu verankern.

Interview: Sandy Syperek



Transferscout an der Fakultät für Informatik und Ingenieurwissenschaften
Lukas Knauf hat Betriebswirtschaft und International Management studiert. In seinem Gap Year arbeitete er für ein Start-up in Asien. Die letzten zwei Jahre beschäftigte sich der 28-Jährige insbesondere mit IT-Transformationen und Digitalisierungsprojekten bei einer Unternehmensberatung.



Transferscout an der Fakultät für Angewandte Naturwissenschaften
Cédric Reuter hat Chemie studiert und im Bereich Organische Chemie promoviert. Nach fünf Jahren in der öffentlichen Forschung war der 37-Jährige als Projektleiter in der Kunststoffindustrie tätig und arbeitete sechs Jahre im Innovationsmanagement und Technologyscouting.

+++ DAAD-Preis der TH Köln für Taher Damash +++

Taher Damash, Bachelorstudent der Sozialen Arbeit, ist für seine herausragenden akademischen Leistungen und sein gesellschaftliches Engagement mit dem DAAD-Preis 2020 der TH Köln ausgezeichnet worden. Die Auszeichnung des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (DAAD) ist mit 1.000 Euro dotiert. Der 30-Jährige ist ehrenamtlich beim Förderprogramm „Integration durch Qualifizierung“ (IQ) aktiv. Dort unterstützt er Akademikerinnen und Akademiker dabei, ihre im Ausland erworbenen Abschlüsse anerkennen zu lassen und durch berufsbezogene Qualifizierungen bildungsadäquate Beschäftigungen zu finden. Im Projekt „IQ OnTop THK“ hat er diese Arbeit an der TH Köln fortgesetzt. „Das Ehrenamt ist ein wichtiger Schritt in Richtung Integration“, sagte Damash. „Zudem kann ich diese Erkenntnis und meine persönlichen Erfahrungen im Rahmen meiner ehrenamtlichen Tätigkeiten auch an andere weitergeben. Das ist sehr motivierend.“ Am Institut für interkulturelle Bildung und Entwicklung beschäftigt sich Damash inhaltlich vor allem mit den Themen Migration und Integration. Daneben unterstützt er als studentische Hilfskraft die Veranstaltungsreihe „Diversity welcome“, ein Angebot der Fakultät für Angewandte Sozialwissenschaften zu Themen wie Diversität, Migration, Intersektionalität und Diskriminierung.

+++ Sir Misha Black Medal 2020 für Prof. Birgit Mager +++

Prof. Birgit Mager von der Köln International School of Design (KISD) erhält die „Sir Misha Black Medal 2020“, die für herausragende Leistung in der Designausbildung verliehen wird. Mager wurde 1995 als erste Professorin für Service Design – den Prozess der Gestaltung von Dienstleistungen – an die TH Köln berufen. Seit ihrer Ernennung hat sie Theorie, Methodik und Praxis des Service Design stetig weiterentwickelt. Ihre Vorträge, Projekte und Veröffentlichungen haben zu einem neuen Verständnis der ökonomischen, ökologischen und sozialen Funktion von Design bei der Erbringung öffentlicher und privater Dienstleistungen geführt, so die Begründung der Royal Commission for the Exhibition of 1851, die die Preisvergabe organisiert. Die Sir Misha Black Medal ist ein internationaler Designpreis, der für herausragende Leistungen im Bereich der Designausbildung vergeben wird. Er wurde von folgenden Gremien als Erinnerung an den Designer und Lehrer Sir Misha Black ins Leben gerufen: Royal College of Art, Faculty of Royal

Designers for Industry der Royal Society of Arts (RSA), Design and Industries Association und der Chartered Society of Designers.

+++ Maschinenbau-Team überzeugt beim Wettbewerb „Gesellschaft der Ideen“ +++

Das Team *GeneRobot* des Cologne Cobots Labs der Fakultät für Anlagen, Energie- und Maschinensysteme zählt zu den 30 Gewinnerinnen und Gewinnern des Wettbewerbs „Gesellschaft der Ideen“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung. Die Idee der Masterstudierenden Jan-Niklas Oberlies und Christian Gebel unter Leitung von Prof. Dr. Anja Richert: Gemeinsam mit Seniorinnen und Senioren möchten sie erarbeiten, wie ein Roboter älteren Menschen den Zugang zu technischen Geräten erleichtern kann. Die Software soll Lösungen beinhalten, die unter anderem Video-Anrufe mit der Familie, Erinnerungen an Termine und Medikamenteneinnahme sowie das Konsumieren aktueller Nachrichten ermöglichen. Ziel des Projekts ist es, Technik gemeinsam mit älteren Menschen zu gestalten sowie sie dabei zu unterstützen, neue technische Entwicklungen zu verstehen und zu nutzen. Zur Realisierung seiner Idee erhält das Team 12.500 Euro.

+++ Kölner Design Preis 2020 für „Black Box Experiments“ +++

Zwei Absolventinnen der Köln International School of Design (KISD) haben beim diesjährigen Kölner Design Preis den ersten und einen von zwei dritten Plätzen belegt. Pia-Marie Stute erhält für ihre Master-Abschlussarbeit „Black Box Experiments“ den mit 2.500 Euro dotierten ersten Platz. Sie untersuchte, wie die harte Trennung zwischen der Oberfläche eines Produkts und der darunterliegenden Maschinerie durchbrochen werden und wie das Produktdesign stattdessen darauf ausgerichtet sein kann, eine Beziehung zur Technik im Inneren aufzubauen. „Mit ihrem Projekt zeigt Pia-Marie Stute anhand von vier Beispielen,



DAAD-Preisträger der TH Köln 2020:
Taher Damash

wie wir durch die praktische Auseinandersetzung mit dem Innenleben von technischen Geräten zu einem ganzheitlichen Begreifen der Dinge gelangen können; anders gesagt: wie für uns aus Black Boxes White Boxes werden. Eine nutzerorientierte Gestaltungsmethode, die uns auf Anhieb überzeugt hat“, so die Jury.

Jennifer Pilawa belegte mit ihrer Arbeit „Companion“ den mit 500 Euro dotierten dritten Platz. Mit dem Kölner Design Preis, der wie 2018 und 2019 auch dieses Jahr unter dem Namen Toby E. Rodes Award firmierte, werden jedes Jahr die besten und innovativsten Abschlussarbeiten von Absolventinnen und Absolventen der Kölner Designhochschulen prämiert.

+++ CBC-Förderpreis 2020: Geschichten erzählen in 3D, Scanner für Privatheit und Maßnahmen gegen App-Benachrichtigungen +++

Erster Preis beim Cologne Broadcasting Center-Förderwettbewerb und 1.000 Euro für Nathalie Kuhn. In ihrer Bachelorarbeit „Zuschauerführung im Storytelling von Virtual Reality im Kontext der Markenkommunikation“ untersuchte sie „zahlreiche Aspekte der Aufmerksamkeitsführung im Storytelling von Virtual Reality und belegt diese konsequent mit gut ausgewählten Quellen aus den verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen“, lobt ihr Betreuer Prof. Hans Kornacher die Abschlussarbeit. Am konkreten Beispiel eines herkömmlichen 2D-Markenvideos zeigte die junge Informatikerin die Möglichkeiten einer Umsetzung in einen dreidimensionalen Film. Dabei stellt sie die besonderen Chancen, aber auch die auftretenden Probleme und Widersprüche heraus, die bei einer Virtual-Reality-Anwendung als Markenvideo auftreten können. Auf den zweiten Platz (750 Euro Preisgeld) kam Dennis Jaeger mit seiner Masterarbeit „Messung von Privacy – Konzeption und Proof of Concept“. Platz drei und 500 Euro erhielt Masterabsolvent Kristian Czepluch mit seiner „Explorativen Studie zur regelbasierten Kontrolle von Smartphone Notifications“. Das Cologne Broadcasting Center der RTL-Group Deutschland vergibt jährlich den Förderpreis für herausragende Abschlussarbeiten im Studienbereich Medieninformatik am Campus Gummersbach.



(oben) Sir Misha Black Medal 2020 für Prof. Birgit Mager, (unten) Kölner Design Preis 2020 für Pia-Marie Stute



+++ Hochschulpreis Güterverkehr und Logistik für die TH Köln +++

Das interdisziplinäre Logistikteam der TH Köln ist vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur mit dem Hochschulpreis Güterverkehr und Logistik 2020 ausgezeichnet worden. Der Preis ist mit 5.000 Euro dotiert, zeichnet herausragende Lehrangebote aus und stand unter dem Motto „Künstliche Intelligenz in der Logistik“. Das Logistikteam wird getragen von den Fakultäten für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften sowie Fahrzeugsysteme und Produktion. Gemeinsam bieten sie den Bachelorstudiengang Logistik sowie den Masterstudiengang Supply Chain and Operations Management an. „Uns haben insbesondere die klare Verbindung des Lehrangebots zum Thema ‚Künstliche Intelligenz in der Logistik‘ sowie dessen Vielseitigkeit überzeugt. Hervorzuheben ist auch der breitgefächerte Praxisbezug, der den Studierenden die Verknüpfung theoretischer Erkenntnisse mit den Problemstellungen aus der Unternehmenswelt ermöglicht. Die Jury hält daher die Technische Hochschule Köln für die würdige Preisträgerin“, erläuterte der Parlamentarische Staatssekretär Steffen Bilger, MdB, die Urteilsbegründung.

Unbegrenzt und ungebremst

Glaube, Ängste, Skepsis und Verschwörungsmythen – schon vor der Corona-Pandemie hatten die etablierten Medien längst nicht mehr ein Monopol auf Themen und Meinungsbildung. In Zeiten globaler Krisen sind die sozialen Medien vielleicht Fluch und Segen zugleich. Nie konnten so viele Menschen weltweit fast schon in Echtzeit auf Nachrichten zugreifen, nie war es schwieriger, Wahrheit von Fake News zu unterscheiden und sich eine eigene Meinung zu bestimmten Themen zu bilden. Oder doch nicht? Die Professoren Dr. Amelie Duckwitz, Jan Hofer und Dr. Christian Zabel über die Rolle von sozialen Medien und Influencern im gesellschaftlichen Diskurs und was der Journalismus von ihnen lernen kann.

Von Corona-Skepsis über die Querdenken-Bewegung bis hin zu Verschwörungsmythen – wenn wir einen hypothetischen Blick in die Vergangenheit werfen: Wären diese Meinungen und Phänomene auch vor 20 Jahren in dieser Ausprägung möglich gewesen, also vor den sozialen Medien?

Amelie Duckwitz: Verschwörungserzählungen sind kein neues Phänomen und tauchen immer wieder verstärkt auf, wenn ungewöhnliche und komplexe Ereignisse eintreten. Deshalb ranken sich die meisten Verschwörungstheorien um Dinge wie 9/11, die Mondlandung oder das Attentat auf JFK. Eine globale Pandemie ist so ein außergewöhnliches Ereignis. Neu ist die Dynamik, mit der sich eine Verschwörungsannahme global über die sozialen Netzwerke verbreiten kann. Neu ist auch die enorme soziale Resonanz, die eine Einzelperson im Netz erfahren kann, wenn sie beginnt, an einer bestimmten Aussage zu zweifeln. Wenn sie nach Informationen dazu sucht, kommt sie durch die Algorithmen der großen sozialen Plattformen wie YouTube rasch zu weiteren Aussagen, die diese Information verstärken oder anreichern, bis sich schließlich alles zu einem großen Ganzen fügt, mit der einen, ursächlichen Erklärung. Diese fortlaufende Bestätigung der eigenen, vom vermeintlichen „Mainstream“ abweichenden Realitätswahrnehmung, wie sie Nutzerinnen und Nutzer dann zum Beispiel auf Telegram erfahren, kann zu einer zunehmenden Mobilisierung und Radikalisierung beitragen. Neue Verschwörungsmythen wie QAnon knüpfen dabei häufig an alte an, oftmals mit einem antisemitischen Kern. Außerdem sind die sogenannten Deep Fakes, also die Techniken der Bild- und der Video- und Audiodbearbeitung, so weit fortgeschritten, dass auch Laien einfach und schnell täuschend echt wirkende Inhalte teilen können.

Christian Zabel: Sicherlich hat sich der Zugang zu diesen Mythen entscheidend erleichtert: Die Massenmedien fungierten hier früher als recht effizienter Filter. Die Suche nach diesen Themen gestaltete sich schwierig. Dadurch blieb auch die Reichweite dieser Mythen relativ gering.

Jan Hofer: Ja, das hat sich sicherlich verändert. Durch die sozialen Medien können auch eher kleinere Gruppen sehr gut sichtbar werden. Schnell lässt sich ein gewisser Organisationsgrad erreichen. Nehmen wir die Querdenken-Bewegung bzw. die Gruppe der Corona-Vermenschen. Vielen Menschen fällt es schwer einzuschätzen, wie groß diese Gruppe ist im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung. Zumindest gefühlt erscheint sie groß und sehr präsent. Dies hat sicherlich auch mit der Verbreitung ihrer Ideen über die sozialen Medien zu tun.

Wie genau gestaltet sich unser Prozess der Meinungsbildung in Zeiten sozialer Medien?

Christian Zabel: Der Prozess ist zunächst vielfältiger geworden, da heute mehr Akteurinnen und Akteure die Möglichkeit haben, ihre Meinung wirkungsvoll zu äußern. Das führt natürlich auch dazu, dass die Anbieter populistischer und vermeintlich einfacher Lösungen stärkeren Zuspruch erhalten können. Zugleich sind die deliberativen Elemente des Willensbildungsprozesses, beispielsweise Parlamente und Parteien, geschwächt. Ihre Rolle ist ja auch, Hitze aus der Diskussion zu nehmen, so dass Argumente abgewogen werden können und Kompromisse oder gar Konsens möglich sind. Das benötigt aber Zeit und einen entsprechenden Rahmen.

Jan Hofer: In diesem Zusammenhang kann man die sozialen Medien durchaus kritisch reflektieren. So ist beispielsweise gut erforscht, wie häufig sich so genannte Echokammern bilden. Gemeint ist das Phänomen, dass Nutzerinnen und Nutzer hauptsächlich Informationen

rezipieren, die ihre eigenen Ansichten stützen. Mit Gegenargumenten, die ihre Meinung in Frage stellen, kommen sie kaum in Kontakt. Dadurch entstehen quasi geschlossene Netzwerke, in denen sich bestimmte Gruppen immer stärker polarisieren. Ergebnis ist eine zunehmende Fragmentierung von Debatten und eben kein offener Prozess der Meinungsbildung, an dessen Ende ein gesellschaftlicher Konsens steht.

TTIP, Stuttgart 21, Impfungen oder Elektromobilität: Häufig haben Menschen zu einem Thema eine Meinung, können aber nicht genau sagen, wie diese zu Stande gekommen ist. Wie lässt sich das erklären?

Amelie Duckwitz: Der Prozess der Meinungsbildung ist komplex und nicht auf einzelne Ursachen zurückzuführen. Faktoren wie die eigene soziale Herkunft, Weltanschauung, Persönlichkeit, Bildung, Alter, eigene Erfahrungen, die Kommunikation mit anderen und auch die Mediennutzung spielen eine Rolle. Es ist allerdings sehr, sehr schwer, diese Faktoren empirisch zu erforschen, zumal Menschen zum Beispiel in Befragungen oft nicht darauf antworten können, wie sie zu einer Meinung gekommen sind. Forschende können höchstens Zusammenhänge aufdecken, aber nur selten konkrete Voraussagen treffen. Das kann man regelmäßig in der Wahlforschung beobachten. Die Persuasionsforschung hat zum Beispiel herausgefunden, dass die wahrgenommene Glaubwürdigkeit einer Quelle ein Faktor ist, der zu einer Meinungsbildung oder -änderung beitragen kann. Bisweilen erfolgt eine Meinungsbildung aber auch ad hoc aufgrund der aktuellen Gefühlslage oder des Kontexts, in dem eine Information wahrgenommen wird. Es scheint auch so zu sein, dass Menschen eher Informationen als wahr anerkennen, wenn sie zu dem eigenen Weltbild und der eigenen Erfahrung passen, um Dissonanz zu vermeiden.

„Influencerinnen und Influencer gelten als glaubwürdig, da viele Follower eine soziale Beziehung zu ihnen aufgebaut haben.“

Dr. Amelie Duckwitz ist Professorin für Medien- und Webwissenschaften und forscht u. a. über Influencer Marketing, User Experience und digitale Transformationsprozesse in Organisationen.



Welche Rolle spielt ein Influencer in dem Prozess der Meinungsbildung?

Christian Zabel: Influencerinnen und Influencer sind eigentlich ein alter Hut – denken Sie an die Volkstribüne im alten Rom. Auch im privaten Umfeld gab und gibt es Meinungsführerinnen und -führer. Ihre Effektivität ist bisher allerdings begrenzt, da die Reichweite fehlt. Dies ändert sich nun, da die Medien ihr früheres Distributionsmonopol verloren haben. Allerdings sind diese Influencerinnen und Influencer thematisch deutlich enger aufgestellt als klassische Akteurinnen und Akteure wie zum Beispiel Parteien. Sie sind auch meist nicht so nachhaltig, da ihnen der organisatorische Unterbau fehlt. In diesem Sinne bestätigt Donald Trump als Ausnahme die Regel: Er hat es über Jahre geschafft, außerhalb und zum Teil gegen seine Partei die öffentliche Meinung zu prägen.

Jan Hofer: Trump mag ein besonderer Fall sein. Es gibt jedoch für so gut wie jeden gesellschaftlichen Bereich Einzelpersonen, die über ein paar Hunderttausend Followerinnen und Follower verfügen, und die eine bestimmte Themenkompetenz repräsentieren. Postulieren diese Influencerinnen und Influencer nun ihre Meinung, kann dies die Herausbildung der öffentlichen Meinung durchaus beeinflussen. Denn im Anschluss an diese Kommunikationsimpulse äußern sich vor allem die Menschen besonders intensiv in den sozialen Medien, die glauben, eine Mehrheit sei der gleichen Meinung wie sie. Je stärker dieses Gefühl ist, desto größer ist die Bereitschaft, sich auch politisch zu äußern.

Ab wann ist man eigentlich Influencer?

Amelie Duckwitz: In jedem sozialen Netzwerk, und soziales Netzwerk meint hier jede soziale Beziehung, gibt es Menschen, bei denen wir eher geneigt sind, diese bei bestimmten Anliegen um Rat zu fragen und diesem Rat auch zu folgen. Diese Menschen sind in der Forschung unter dem Begriff „Meinungsführer“ bekannt. Meinungsführerinnen und -führer gelten meist als Expertinnen und Experten, oder sie haben ein starkes Interesse oder Involvement für ein Thema und äußern sich gerne dazu. Zudem haben sie meist eine zentrale Stellung in einem sozialen Netzwerk, das heißt, sie haben viele Freunde oder Bekannte, mit denen sie häufig kommunizieren. Schon früh sprach man hier auch von „Influentials“, da sie oft zu einer Einstellungs- oder Verhaltensänderung beitragen, zum Beispiel zu einer Wahl- oder Kaufentscheidung. Als Influencer bezeichnet man nun die „digitalen Meinungsführer*innen“, also Menschen, die eigene Inhalte im Web und auf Social-Media-Plattformen einstellen und darüber ein großes soziales Netzwerk aus Follower*innen gebildet haben, mit denen sie regelmäßig kommunizieren. Anknüpfend an die Meinungsführerforschung wurde im Marketing rasch das Potenzial gesehen, diese Influencerinnen und Influencer für Werbung einzusetzen. Bislang mit großem Erfolg.

Christian Zabel: Hier wird man aber auch abwarten müssen, wie sich das weiterentwickelt. Als neue Werbeform funktionierte Influencer-Marketing zunächst gut und blieb auch preislich im Rahmen. Es wird spannend zu sehen, ob mit der Sättigung an Influencer-Empfehlungen in den Social Feeds der Nutzerinnen und Nutzer auch die Effizienz der Werbeform abnimmt. Zumal die organisatorische Abwicklung sehr viel aufwändiger ist als bei klassischen Werbebuchungen.

Warum glauben Menschen dem, was ein Influencer sagt, sind aber skeptisch gegenüber den Nachrichten von Journalistinnen und Journalisten?

Amelie Duckwitz: Die gute Nachricht: Laut der jüngsten ARD/ZDF-Massenkommunikations-Langzeitstudie, die alle vier Jahre veröffentlicht wird, schenkt auch im Jahr 2020 ein sehr großer Anteil der Bevölkerung den öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichtenmedien sein Vertrauen.

Influencerinnen und Influencer gelten als glaubwürdig, da viele Followerinnen und Follower eine soziale Beziehung zu ihnen aufbauen. Da sie medienvermittelt ist, nennt man diese Beziehung auch para-soziale Beziehung. Influencerinnen und Influencer haben oftmals eine große soziale Nähe zu ihren Followerinnen und Followern: Sie sind in der gleichen sozialen Schicht zu finden, sprechen über Themen, die auch für die Followerinnen und Follower relevant sind, und lassen diese zu großen Teilen an ihrem Alltagsleben teilhaben, was ein Gefühl von Authentizität erzeugt. Sie sind vielleicht für bestimmte Themen Experten, etwa für Mode oder Technik, entwickeln sich aber weiter: Sie wachsen zum Beispiel in ihre Elternrolle hinein – die sie zweifellos auch clever in ihre Selbstvermarktungsstrategie mit einfließen lassen. Sie interessieren sich für den Klimawandel und eine nachhaltige Lebensweise oder hinterfragen politische Entscheidungen. Kürzlich sagte Louisa Dellert, eine Influencerin, die auf Instagram thematisch den Wandel von Fitness zu Gesellschaftskritik vollzogen hat, im Interview mit der FAZ, dass sie keine Ahnung von Politik hatte, sich aber getraut hat, nachzufragen, was bei vielen Followerinnen und Followern auf großes Verständnis stieß – bei Werbepartnern allerdings weniger. >>



„Was uns als Gesellschaft immer schwerer fällt, ist die Einigung auf ganz grundsätzliche, basale Fakten.“

Jan Hofer ist Professor für AV-Journalismus im Web, sein Forschungsschwerpunkt ist multimediales Storytelling.

Christian Zabel: Da stimme ich Amelie zu. Dass die Menschen Influencerinnen und Influencern mehr vertrauen, halte ich auch nicht für bewiesen. Hier muss man zwischen den Themen unterscheiden: Geht es um die Kaufempfehlung eines Lippenstifts oder die Bewertung eines Rentenkonzepts? Und auch die Zielgruppen der verschiedenen Botschaften muss man berücksichtigen. Allerdings ist es wahr, dass Journalistinnen und Journalisten schon, als ich mit dem Studium in den 1990er Jahren begonnen habe, zu einer der unbeliebtesten Berufsgruppen zählten. Und viele Bürgerinnen und Bürger ihre Medien als distanziert und wenig nahbar empfanden – zumindest in den USA wurde das nach der Präsidentschaftswahl 2016 deutlich.

Vermarkten Influencer sich und ihre Themen besser als die klassischen Medien?

Amelie Duckwitz: Ja und nein. Zum einen haben sie natürlich einen Vorsprung, was die mediengerechte Kommunikation und Darstellungsformen auf Instagram, YouTube und TikTok angeht. Sie kennen alle Mechanismen und erleben seit vielen Jahren tagtäglich diese Form der Kommunikation. Was sie besser können, ist eben eine soziale Beziehung zu den Followerinnen und Followern aufzubauen. In der Vermarktung haben sie durch die rasante Professionalisierung und Kommerzialisierung des Influencer Marketings natürlich tatkräftige Unterstützung von Agenturen und Netzwerken. Aber: Influencerinnen und Influencer sind sehr divers, es gibt viele, die beruflich gelernt haben, öffentlich zu kommunizieren, aber auch viele, die das nicht gelernt haben und dies mitunter als schmerzlich erfahren. Oder das auch nicht im ausreichenden Maße reflektieren.

Christian Zabel: Interessanterweise gibt es starke Tendenzen der klassischen Medien, in diesen Bereich vorzudringen. Das sind nicht nur Social Accounts von TV-Sendungen (*The Voice*

ist hier ein Beispiel). Die Medienkonzerne haben sich wesentliche Teile der wirtschaftlichen Strukturen gesichert, die nötig sind, damit einzelne Influencerinnen und Influencer erfolgreich sind. Das gilt beispielsweise für die großen Multi-Channel-Netzwerke wie *Studio71*, *Divi-move* und *TubeOne*. Schließlich ist die Möglichkeit, später selbst ins Fernsehen zu kommen, eine attraktive Perspektive für diese auf Social Media sicherlich höchst agilen Influencerinnen und Influencer.

Bis zum viralen Video *Die Zerstörung der CDU* des YouTubers Rezo wurden Influencerinnen und Influencer bei der politischen Meinungsbildung unterschätzt. Was können Journalistinnen und Journalisten von ihnen lernen?

Christian Zabel: Sicherlich, wie wichtig Nähe und Augenhöhe für die Nutzerinnen und Nutzer sind. Und auch das Potenzial, das aus einer echten Interaktion mit der Community, also der Leser- und Zuschauerschaft erwachsen kann. Viele Journalistinnen und Journalisten sind u. a. soziodemografisch und kulturell weit entfernt von Teilen ihres Publikums. Berührungspunkte sind bislang eher spärlich gesät. Auch hier nochmal der Konnex zur Wahl in den USA 2016: Die großen Medien – die in Metropolen an den Küsten ansässig sind – hatten damals unter großer Fanfare regelrechte Expeditionen ins eigene ‚Hinterland‘ ausgesendet, um zu verstehen, wie die Bürgerinnen und Bürger im Flyover Country dachten und lebten.

Jan Hofer: Die Zeiten, in denen allein Journalistinnen und Journalisten Themen setzen und bestimmen, worüber diskutiert wird, sind lange

vorbei. Gerade die sozialen Medien bieten eine völlig offene Arena, die nicht nur dialogisch ist, sondern diesen Dialog geradezu einfordert. Journalistinnen und Journalisten müssen in diesem neuen Feld ihre Rolle erst noch finden, dabei können sie viel lernen von Influencerinnen und Influencern: Transparenz herstellen, eine persönliche Ansprache finden, auf Augenhöhe kommunizieren, sich eine Community aufbauen und sich mit dieser regelmäßig austauschen. Die Rolle des Journalismus in den sozialen Medien könnte sich also wandeln – weg vom Bereitstellungscharakter, hin zu einem Teilhabecharakter.

Und umgekehrt?

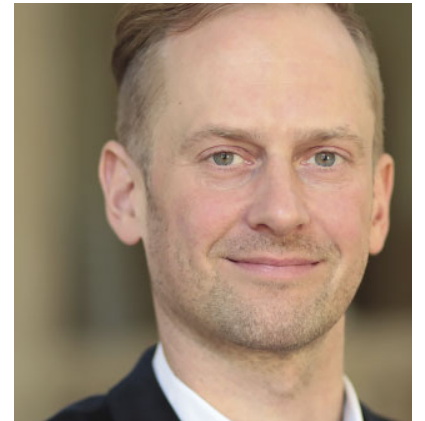
Christian Zabel: Wer öffentliche Kommunikation betreibt, hat eine Verantwortung. Das fängt bei der Trennung von Inhalt und Werbung an, geht über die Prüfung und Abwägung von Quellen bis hin zu einer abgewogenen Kommunikation, also: Was erzähle ich? Was lasse ich weg? Und so weiter. Das ist sicher ein Spannungsfeld für Influencerinnen und Influencer, die auf Nähe und Authentizität setzen und sich über Product Placements finanzieren. Allerdings sehen wir auch zunehmend Beispiele, wo diese Herausforderungen angenommen werden.

Welche Rolle spielen Influencerinnen und Influencer bei Fake News und Verschwörungsmythen?

Amelie Duckwitz: Influencerinnen und Influencer sind, wie schon gesagt, sehr divers. Es gibt einige wenige, die sehr bekannt sind und Millionen von Followerinnen und Followern haben, aber sehr viele, die davon weitaus weniger aufweisen. Die Verteilung gleicht einem aus der Netzwerktheorie bekannten Long Tail. Die meisten der Influencerinnen und Influencer, die von ihren Unternehmenskooperationen leben, halten sich diesbezüglich sehr zurück. Andere arbeiten verstärkt daran, aufzuklären und entgegenzuwirken. Das sind meist die, die schon vorher über politische oder gesellschaftliche

„Die Frage wird sein, ob wir zukünftig den politischen Diskurs in den Sozialen Medien auch mit Regeln versehen, die eine fundierte Debatte ermöglichen.“

Dr. Christian Zabel ist Professor für Unternehmensführung und Innovationsmanagement und forscht u. a. zur Digitalisierung von Unternehmen sowie zu Produktionsstrukturen, Vermarktung und Strategien von Online-Video.



Themen gesprochen haben. Andere wiederum nutzen ihre Popularität, um ihre Followerschaft für ihre Ansichten zu mobilisieren. Das kann man vor allem in der rechten Influencer-Szene beobachten, die bewusst Fake News verbreitet, rechte Merchandise-Artikel vertreibt und zu Demonstrationen mobilisiert. Üblich ist auch die Strategie, Followerinnen und Follower in private Netzwerke zu überführen, wie sie etwa auf Telegram möglich sind. Das hat kürzlich eine correctiv-Recherche aufgedeckt. Im sogenannten Dark Social entziehen sie sich der öffentlichen oder strafrechtlich verfolgbarer Kontrolle. Auch das Eintreiben von Spenden, zum Beispiel in der Querdenken-Bewegung, wird von Influencerinnen und Influencern verschiedener Weltanschauungen vorangetrieben. Die finanziellen Interessen sind unübersehbar.

Wie kann man auf kommunikativer Ebene Verschwörungsmythen begegnen?

Amelie Duckwitz: Das ist gar nicht so einfach, weil es zum Verschwörungsmythos gehört, dass die anderen, also auch Sie, die Verschwörung bzw. die Wahrheit noch nicht entdeckt haben und den Medien und auch der Wissenschaft alles glauben, obwohl es doch so offensichtlich falsch ist. Oft berufen sich Anhängerinnen und Anhänger von Verschwörungstheorien auch auf die Meinungsfreiheit bzw. fühlen sich allein schon durch den Begriff „Verschwörung“ persönlich diskreditiert. Was man tun kann: Sein Gegenüber weiterhin respektvoll behandeln, sich klar dagegen positionieren, vor allem gegen Antisemitismus oder die Abwertung von Menschen oder Menschengruppen, nicht in die Defensive drängen lassen, nicht auf Detaildiskussionen einlassen. Hinterfragen, warum jemand daran glaubt, denn oft stehen Motive wie Angst oder eine Sinnsuche dahinter. Im besten Fall: potenzielle Desinformationen bzw. Fake News gemeinsam recherchieren und entlarven.

Christian Zabel: Verschwörungsmythen sind vermeintlich einfach und haben daher erhebliches Verbreitungspotenzial. Die Realität ist oftmals grau, Dinge sind kompliziert etc. Diese Abwägung fällt bei Social Media oftmals unter den Tisch, da fast affektgetrieben konsumiert wird. Und man muss sagen, dass heutige Fälschungen bzw. Mythen viel raffinierter daherkommen – da wird auf Expertinnen und Experten verlinkt, werden Statistiken zitiert – jedoch verfälschend und verkürzend, oder die Expertinnen und Experten sind beispielsweise Aktivistinnen und Aktivisten. Das ist zum Teil auch für kritische Nutzerinnen und Nutzer nicht mehr einfach zu überprüfen.

Jan Hofer: Die Frage finde ich wirklich spannend, denn einfach zu versuchen, Verschwörungserzählungen auf einer faktischen Ebene innerhalb einer Diskussion zu widerlegen, scheitert oft. Was uns als Gesellschaft immer schwerer fällt, ist die Einigung auf ganz grundsätzliche, basale Fakten. Wieder ist Donald Trump mit seinen alternativen Fakten ein passendes Beispiel. Nehmen wir beispielsweise seine Aussage, man könne sich Desinfektionsmittel spritzen gegen Covid-19. Eine Aussage, so unsinnig, dass sie für die Kommunikation kaum anschlussfähig ist. Wer dennoch versucht, diesen Unsinn zu widerlegen, lässt sich argumentativ auf Trumps Absurdität ein – diese entwickelt dadurch eine gewisse Macht, sie wird damit Teil der Debatte und zumindest potenziell zu einer möglichen Wahrheit. Bestimmte Dinge einfach zu ignorieren, auch wenn es schwerfällt, erscheint manchmal erfolgversprechender.

Noch ein Blick in die nähere Zukunft: Wie wird sich Ihrer Meinung nach der Prozess der Meinungsbildung entwickeln?

Christian Zabel: Die Rolle der Influencerinnen und Influencer wird voraussichtlich nicht verschwinden – und das ist grundsätzlich gut, wenn mehr Stimmen sich Gehör verschaffen

können. Die Frage wird sein, ob wir den politischen Diskurs auch hier mit Regeln versehen, die eine fundierte Debatte ermöglichen. In den Massenmedien ist das trotz einiger Defizite insgesamt sehr gut gelungen, u. a. durch Regulierung und journalistische Berufsnormen. So etwas für die sozialen Medien zu entwickeln ist nicht einfach. Denn diese Regeln müssen dann natürlich auch durchgesetzt werden. In der ‚echten Welt‘ trifft man eher selten auf wüste Beleidigungen oder Morddrohungen, da diese oftmals Konsequenzen haben oder man zumindest mit ihnen rechnen muss. Eine ähnliche Konsequenz haben wir online bislang nicht, das hat zur Verrohung der Debatte sicher beigetragen. Aber wir erleben hier seit einiger Zeit zunehmend Initiativen. Dieser Prozess scheint nun ins Rollen zu kommen.

Jan Hofer: Ich denke, Christian hat den zentralen Punkt genannt. Die sozialen Medien werden massenhaft genutzt. Je jünger die Menschen, desto mehr Zeit verbringen sie mit sozialen Medien. Diese Medien spielen also eine Rolle im Prozess der Meinungsbildung. Die Plattformbetreiber aber haben keinerlei Absicht zur Deliberation, im Gegenteil: Die Algorithmen sind optimiert auf kommerziell wichtige Faktoren wie Nutzungsdauer, nicht auf Verständigungsorientierung. Aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen kommt daher sogar schon die Forderung nach einer Verstaatlichung der sozialen Medien. Das wäre sehr drastisch. Die Betreiber mehr in die Pflicht zu nehmen, sie stärker zu regulieren, wäre in jedem Fall sinnvoll. Besonders problematisch zurzeit sind aus meiner Sicht die Faktoren Anonymität, das Blockieren von Diskussionsteilnehmerinnen und -teilnehmern und die Anzahl der Diskussionsteilnehmenden.

Interview: Monika Probst

Ein sicherer Ort für alle

Bibliotheken sind Orte der Vielfalt, an denen Ausgrenzung keinen Platz haben soll – und doch stattfindet. Studierende am Institut für Informationswissenschaft haben Online-Kurse entwickelt, in denen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Bibliotheken lernen können, wie sie Rassismus, Antisemitismus oder Sexismus erkennen und all dem aktiv begegnen. Ein solcher Kurs wird – unter Federführung des Berufsverbandes Information Bibliothek – im März wieder angeboten.

Bibliotheken sind die meistbesuchten Kulturinstitutionen. Besucherinnen und Besucher, aber auch die angebotenen Medien bilden die ganze Vielfalt der Kulturen, Religionen und politischen Systeme ab. Bibliotheken bedienen ein kontinuierlich hohes Interesse an Kommunikation, Austausch, Aufenthalt und (Weiter-)Bildung. Man könnte denken: In Bibliotheken haben Rassismus, Sexismus und andere Phänomene, die sich als „gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit“ sehr griffig zusammenfassen lassen, überhaupt keinen Platz. Und doch gibt es all dies natürlich auch hier, ob nun in öffentlichen oder wissenschaftlichen Bibliotheken. Rassismus in Äußerungen von Nutzerinnen und Nutzern, Sexismus womöglich innerhalb des Kollegiums, Homophobie in Social-Media-Kommentaren. All das kommt vor, im praktischen Alltag wie in Literatur, Musik und anderen Bereichen. Teils absichtlich, teils aus Unwissenheit und Unsicherheit.

Ein Ort, an dem alle willkommen sind Bibliotheken aber wollen *Safe Spaces* sein: Räume, an denen sich alle sicher und willkommen fühlen können. Die Fragen, die sich daraus ergeben, formuliert Prof. Dr. Tom Becker, Professor für Medienmanagement und Medienvermittlung in Bibliotheken am Institut für Informationswissenschaft, so: „Wie können wir bewusste oder unbewusste Diskriminierungshandlungen vermeiden und erkennen, wie diesen viel mehr noch offensiv begegnen? Wie können wir Diskriminierungserfahrungen transparent einfordern, um aus diesen individuellen Erlebnissen – die nicht gern geäußert werden – zu lernen?“



Dr. Tom Becker ist Professor für Medienmanagement und Medienvermittlung in Bibliotheken am Institut für Informationswissenschaft.

Mit diesen Fragen beschäftigte sich seit Sommer 2020 eine Projektgruppe unter Leitung von Prof. Becker. Das Ziel: Studierende des Studiengangs Bibliothek und digitale Kommunikation sollten Online-Kurse entwickeln, in denen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Bibliotheken Anregungen erhalten, die sie mit vertretbarem Aufwand in der Praxis umsetzen können. Die Gruppe nutzte als Basis dafür zum einen Diskussionsformate, die Studierende schon im Jahr zuvor für den *Tag der offenen Gesellschaft* entwickelt hatten, zum anderen Bausteine aus der ... *begegnung!*-Reihe, mit der die Bundeszentrale für politische Bildung Menschen auf den Umgang mit menschenfeindlichen Aussagen und Handlungen vorbereiten will.

Veränderung ist eine Frage der Haltung Ergebnis des Projektes sind drei Online-Kurse mit jeweils zweimal 90-minütigen Einheiten: „Antisemitismus und Muslimfeindlichkeit begegnen“, „Rassismus begegnen“ und „Sexismus und Homophobie begegnen“. Für alle drei Themen gilt gleichermaßen: Die Institution muss nach außen Haltung zeigen, aber damit ist es nicht getan. „Es geht zwar auch um sichtbare Veränderungen für die Besucherinnen und Besucher – von der Regenbogenflagge an der Tür bis zu Diskussionsveranstaltungen –, aber erstmal ist es eine Frage der Haltung und der Sensibilisierung und des sich ständig Bewusstmachens“, sagt Becker. Weiterbildungen wie die von den Studierenden entwickelten Webinare können seiner Ansicht nach nur ein Anstoß sein. Grundsätzlich müsse jeder Träger von Bibliotheken, ob Hochschule, Kommune oder andere Institutionen, das Thema als Querschnittsaufgabe sehen.

Nach Einschätzung von Becker haben die Online-Kurse einen ganz besonderen Vorzug offenbart. „Seminare gerade auch in kleinerem Kreis geben Sicherheit, über die komplexen Felder wie Diskriminierung und Rassismus miteinander reden und da auch Fehler machen zu können – es herrscht eine große Unsicherheit darüber, was wie angesprochen werden kann und welche Verhaltensweisen als Diskriminierung aufgefasst werden können.“

Über Kommunikation und Sensibilisierung hinaus zeigten sich in der Projektarbeit durchaus auch einige konkrete Handlungsempfehlungen

für den Alltag, etwa im Bereich Sexismus und Homophobie. Im direkten Kontakt gebe es beispielsweise die Möglichkeit, Widersprüchlichkeiten aufzuzeigen, Fakten einzufordern, Gegenbeispiele zu nennen, letztlich: das Gegenüber zu irritieren, allerdings immer in ruhiger, sachlicher und freundlich-zugewandter Form.

Emanzipation und Teilhabe als Leitlinie Für all dies sind von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Bibliotheken ausgewiesene Kompetenzen gefragt: kommunikative Offenheit, Gespür für kritische Situationen, nicht zuletzt auch politisches Bewusstsein. Diese Aspekte sind schon Teil der vor drei Jahren durchgeführten Reform des Studiengangs gewesen und werden in entsprechende Seminarangebote umgesetzt. Für Professor Becker knüpfen Bibliotheken hier an eine zentrale Tradition an: „Das Recht auf freien Zugang zu Information für alle ist gerade in einer so niedrigschwelligen Institution wie der Bibliothek immer von großer Bedeutung gewesen. Emanzipation und Teilhabe waren schon den Arbeiterlesesälen, in denen sie ihren Ursprung haben, die Leitlinie. Jetzt wird diese Linie – anders konnotiert – wieder sichtbar.“

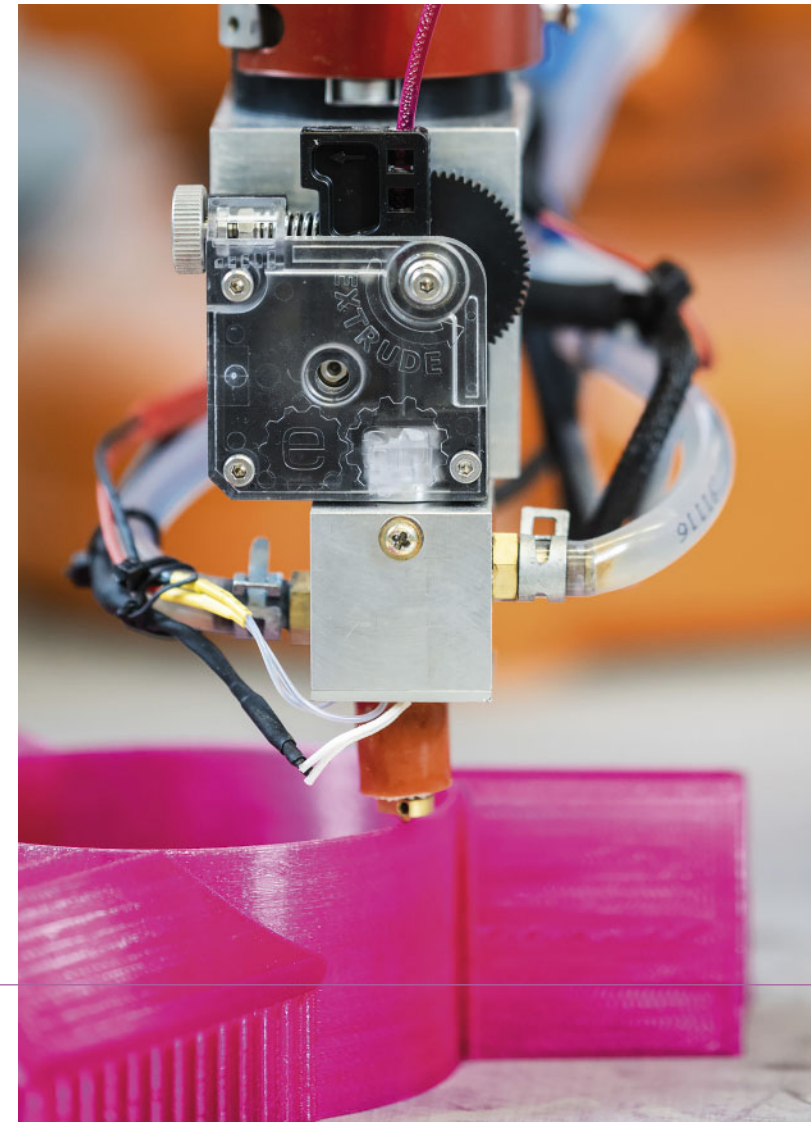
Das Thema wird im Sommersemester 2021 fortgeführt – hier werden dann Planspiele entwickelt, und in einer anderen Lehrveranstaltung begleiten Studierende den *Tag der offenen Gesellschaft* aktiv mit eigenen Formaten.

Werner Grosch

Weitere Veranstaltungen

Vom 1. bis 3. März findet ein weiterer Online-Kurs unter dem Titel „Miteinander reden, Teil 2: Demokratiearbeit erfolgreich gestalten“ statt. Auch daran sind wieder einige der Studierenden aus der ersten Auflage beteiligt. bib-info.de/fortbildung/miteinander-reden/

Zum *Tag der offenen Gesellschaft* am 19. Juni wollen Bibliotheken und Buchhandlungen in ganz Deutschland Tische auf die Straße stellen und unter freiem Himmel ein gemeinsames Zeichen für Demokratie und Vielfalt setzen. die-offene-gesellschaft.de/about



Makro

Mit dem IntelliExtruder hat das Labor für Fertigungssysteme einen intelligenten Druckkopf entwickelt, der die Eigenschaften des sogenannten Filaments überwacht: auf Spulen aufgewickelte Kunststoffdrähte, die erst aufgeschmolzen und dann verdrückt werden. Denn bisher zeigen marktübliche 3D-Druckmaschinen Defizite bei der Prozessstabilität. Diese führen zu Qualitätsschwankungen bei den Produkten und machen den Einsatz in der Massenfertigung derzeit noch unrentabel. Der IntelliExtruder dagegen untersucht Parameter wie Vorschubgeschwindigkeit, Förderwiderstand oder Drahtquerschnitt auf Abweichungen. Wenn diese auftreten, leitet das System automatisch eine Prozessoptimierung ein oder löst bei schweren Fehlern einen Produktionsstopp aus. Da sich der Druckkopf selbst kalibriert, ist die komplexe und fehleranfällige Einstellung durch den Bediener nicht nötig. „Unser Druckkopf ist ein kostengünstiger Nachrüstsatz, der auf alle marktüblichen Industrieroboter installiert werden kann. So ist die additive Fertigung mit vorhandenen Maschinen möglich und es muss keine teure Kompletanlage beschafft werden“, sagt Laborleiter Prof. Dr. Ulf Müller.

Ansichtssache!

Postkartenaktion zum 50-jährigen Jubiläum

Die TH Köln ist bunt, groß, vielfältig. Man kann sie aus vielen Perspektiven betrachten. Zum Auftakt des Jubiläumsjahres unserer Hochschule zeigen wir Ihnen auf sechs Postkarten einen besonderen Blick auf die Hochschule. Außerdem rufen wir zu einem Kreativwettbewerb auf: Wie sieht Ihre TH-Postkarte aus? Reichen Sie Ihre Ideen ein – die besten Vorschläge werden umgesetzt. Nähere Informationen zum Postkartenset und zum Wettbewerb auf th-koeln.de/50jahre.



KurzNachrichten

+++ Im Amt bestätigt +++

Am 2. Dezember 2020 hat die Hochschulwahlversammlung unter der Leitung des Hochschulratsvorsitzenden Prof. Dr. Matthias Jarke mit überwältigender Mehrheit Prof. Dr. Sylvia Heuchemer als Vizepräsidentin für Lehre und Studium im Amt bestätigt. Senat und Hochschulrat hatten auf Vorschlag von Präsident Prof. Dr. Stefan Herzig von ihrem Recht Gebrauch gemacht, die Amtsinhaberin zur erneuten Kandidatur aufzufordern und auf eine Ausschreibung zu verzichten. Die promovierte Volkswirtin wurde 2003 an die TH Köln berufen; seit 2009 ist sie hauptamtliche Vizepräsidentin für Lehre und Studium. In ihren zurückliegenden Amtszeiten hat sie die Themen Diversität sowie Innovation durch Digitalisierung der Lehre maßgeblich vorangetrieben und als profilbildendes Merkmal der TH Köln etabliert, das weit über die deutsche Hochschullandschaft hinaus Anerkennung findet. Unter anderem wurde die Hochschule als erste Hochschule für Angewandte Wissenschaften mit dem Genius Loci-Preis für Lehrexcellenz des Stifterverbands für die Deutsche Wissenschaft ausgezeichnet. Prof. Dr. Heuchemers dritte Amtsperiode beginnt am 1. März 2021.

+++ Zweiter Stern für Projekt Campus Rhein-Erft +++

Der Aufsichtsrat der Zukunftsagentur Rheinisches Revier hat das Projekt Campus Rhein-Erft der TH Köln nun als tragfähiges Vorhaben zur Bewältigung des Strukturwandels in der Region empfohlen. In dem dreistufigen Wettbewerbsverfahren des SofortprogrammPlus hat das Vorhaben somit seinen zweiten Stern erhalten. „Das

Erreichen der nächsten Wettbewerbsstufe ist ein ermutigendes Signal, dass unser Ansatz als richtungsweisend wahrgenommen wird. Es bestätigt zudem den positiven Eindruck, den wir in vielen Gesprächen mit Bürgerinnen und Bürgern, Unternehmen, Hochschulen und anderen Wissenschaftsorganisationen sowie mit Politikerinnen und Politikern gewonnen haben“, erläutert Prof. Dr. Stefan Herzig, Präsident der TH Köln. Konkret sieht das von der Stadt Erftstadt, dem Rhein-Erft-Kreis und dem Region Köln/Bonn e. V. unterstützte Projekt der TH Köln vor, im Süden von Erftstadt-Liblar einen Campus für bis zu 2.000 Studierende zu errichten. In Lehre und Forschung sollen Wissen und Know-how mit direktem Bezug zu den Transformationsaufgaben im Rheinischen Revier generiert werden. Dazu sind je ein Bachelor- und ein Masterstudiengang zu „Raumentwicklung und Infrastruktursysteme“, „Infrastrukturmanagement“ und „Angewandte Geoinformatik“ geplant.

+++ Gütesiegel verlängert +++

Als eine der ersten deutschen Hochschulen erhielt die TH Köln 2014 von der Europäischen Kommission das Gütesiegel „HR Excellence in Research“. Das Siegel, das im Rahmen der Initiative „Human Resources Strategy for Researchers“ (HRS4R) vergeben wird, steht insbesondere für gute Arbeitsbedingungen für Forschende. Nun wurden die Standards der Hochschule zur Gewinnung und Entwicklung von wissenschaftlichem Personal erneut begutachtet. Die EU-Kommission bescheinigte der TH Köln dabei die erfolgreiche Umsetzung der Prinzipien der europäischen Initiative und

bestätigte somit das Gütesiegel für die kommenden drei Jahre. „Wir sind sehr stolz darauf, auch weiterhin das Siegel ‚HR Excellence in Research‘ zu tragen. Das verdeutlicht, dass wir unsere hochschulinternen Prozesse in der Gewinnung und Entwicklung von wissenschaftlichem Personal in den vergangenen Jahren kontinuierlich weiterentwickelt haben“, sagt Prof. Dr. Klaus Becker, Vizepräsident für Forschung und Wissenstransfer der TH Köln.

+++ Systemakkreditierung zertifiziert +++

Die TH Köln hat den Prozess der Systemakkreditierung erfolgreich durchlaufen – sie hat damit nachgewiesen, dass sie über ein zuverlässiges internes Qualitätsmanagementsystem für Studium und Lehre verfügt, das die Qualitätsziele und die Qualitätsstandards der Studiengänge sicherstellt. Dadurch kann unsere Hochschule den Prüfungsprozess für bereits bestehende und auch neu geschaffene Studiengänge künftig selbst vornehmen. In ihrem Gutachten stellte die Agentur für Qualitätssicherung durch Akkreditierung von Studiengängen (AQAS) fest: „Der TH Köln ist es in beeindruckender Weise gelungen, ein konsistentes und zentral organisiertes Qualitätsmanagementsystem aufzubauen, das gleichzeitig so viele variable Elemente hat, dass eine Flexibilität für die Fakultäten entsteht, dieses an ihre jeweiligen Anforderungen anpassen und damit für sich nutzbar machen zu können.“ In drei Jahren wird die Hochschule einer Zwischenevaluation unterzogen, in sechs Jahren steht die Reakkreditierung an.

Neuberufene Professorinnen und Professoren

Prof. Dr. Marc Mehlhorn

Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften
Professur für Finanzwirtschaft,
Fintech, Entrepreneurial Finance



Studium Betriebswirtschaftslehre an der Universität Bayreuth und der Universidad de los Andes, Santiago de Chile

Promotion „Marktmikrostruktur und die aktienspezifische Aufmerksamkeit der Marktteilnehmer aus theoretischer und empirischer Sicht“ an der Universität Bayreuth

Berufliche Stationen (Auszug)

- Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Finanzwirtschaft und Bankbetriebslehre der Universität Bayreuth
- Lehrbeauftragter an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart und der Shanghai International Studies University
- Referent für Forschung und Bildung der Stuttgart Financial bei der Vereinigung Baden-Württembergische Wertpapierbörse e. V., Stuttgart
- Leiter der Abteilung Stuttgart Financial sowie Leiter des Start-up-Projekts Startbase an der Börse Stuttgart

Als Kind war mir lange Zeit unklar, was an Geldwäsche illegal sein sollte. Es kann doch nicht verboten sein, das eigene Taschengeld, das ja meist nur aus Münzen bestanden hat, regelmäßig zu waschen und es so auf Hochglanz zu bringen.

Das Beste an meinem Studium waren neue Freundschaften, meine WG sowie die Stadt und Uni Bayreuth. Dankbar bin ich meinem Doktorvater Prof. Klaus Schäfer dafür, dass er mich schon als Hiwi und später als Doktorand an seinem Lehrstuhl angestellt hat und mir neben dem fachlichen Rüstzeug vor allem gezeigt hat, dass der Beruf des Professors ein Traumberuf ist.

Die Finanzmärkte in Zeiten der Corona-Pandemie zeigen, wie „tierisch“ spannend die internationalen Börsen sind: Da steckt eine Fledermaus aus China den Bullen mit einem unbekannten Virus an und plötzlich reißt Mitte Februar 2020 ein Bär den deutschen Dachs (gemeint: DAX) unsanft aus seiner Winterruhe und verursacht damit einen Schwarzen Schwan. Monate später ist dann fast alles wieder vergessen: Wertpapiere sind erneut Cash Cows und die Warnungen vor Finanz-Haien und Heuschrecken auf der Suche nach dem nächsten Einhorn werden lauter.

Mein fachliches Steckpferd ist neben der Start-up-Finanzierung vor allem die Digitalisierung im Finanzbereich und all die tollen Chancen, die damit verbunden sind.

Ich möchte einen Schwerpunkt setzen in der Lehre und die Studierenden motivieren, sich für Finanzthemen zu begeistern. Unsere Absolventinnen und Absolventen sind Digital Natives und werden das Finanzsystem der Zukunft mitgestalten. Hierfür möchte ich ihnen die notwendigen Werkzeuge mit auf den Weg geben.

Ich würde gerne herausfinden, wie man die finanzielle Allgemeinbildung in der Bevölkerung deutlich verbessern könnte und so die Menschen dazu befähigt, selbstständig gute finanzielle Entscheidungen für ihr eigenes Leben zu treffen.

Der beste Ort für gute Ideen ist eine fachliche Diskussion mit Studierenden im Hörsaal und mit Kolleg*innen des Fachbereichs auf Konferenzen. Außerdem ein aufgeräumter Schreibtisch sowie eine Tasse Kaffee.

Das letzte gute Buch, das ich gelesen habe, ist *Factfulness* von Hans Rosling, weil es auf beeindruckende Weise zeigt, wie positiv unsere Welt und unser Leben ist. Der Gründer der Gapminder-Stiftung zur verständlichen Aufbereitung von Statistiken zeigt anhand von Daten, dass sich das Leben der Menschen auf diesem Planeten ständig verbessert und es uns nie besser ging als heute.



Prof. Dr. Claudia Frick

Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften
Professur für Informationsdienstleistungen und Wissenschaftskommunikation

Studium Meteorologie an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz; Bibliotheks- und Informationswissenschaft an der TH Köln

Promotion „The numerical modeling of wet snowfall events“ an der ETH Zürich, Schweiz

Berufliche Stationen (Auszug)

- Wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Hydrometeorologie beim Deutschen Wetterdienst, Offenbach
- Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Geophysik und Meteorologie der Universität zu Köln
- Teamleiterin Wissenschaftliches Publizieren & Fachreferat am Forschungszentrum Jülich
- Fachbereichsleiterin Literaturerwerbung am Forschungszentrum Jülich

In meiner Freizeit bin ich entweder viel unterwegs oder spiele Computerspiele. Ersteres ist momentan schwierig, letzteres streame ich gerne live und komme so immerhin virtuell mit vielen Menschen in Kontakt.

Das Beste an meinem Studium der Meteorologie war das Programmieren und Arbeiten auf Großrechnern. Das Beste an meinem Studium der Bibliotheks- und Informationswissenschaft war die Interdisziplinarität meiner Kommilitoninnen und Kommilitonen.

Von der Meteorologie zur Wissenschaftskommunikation kam ich über Open Science, die seit Jahrzehnten andauernde und mal mehr und mal weniger schwierige Wissenschaftskommunikation zum Klimawandel sowie mit dem Ziel, Wissenschaft transparenter und offener zu gestalten.

Ich möchte einen Schwerpunkt setzen in der Verbindung von Informationsdienstleistungen und Wissenschaftskommunikation. Als Bibliothekar*in hat man Einblick in die Kommunikationswege nicht nur einer, sondern vieler Fachdisziplinen. Diese Vogelperspektive ist die Stärke der Informationswissenschaft.

Ich würde gerne herausfinden, wie Open Science nicht nur interne Wissenschaftskommunikation zwischen Forschenden verändert, sondern auch Hand in Hand mit externer Wissenschaftskommunikation dem gesellschaftlichen Bild von Wissenschaft mehr Tiefe verleihen kann.

Der beste Ort für gute Ideen ist immer in Bewegung. Neues sehen, Neues ausprobieren, Neues wagen. Das sind für mich die Momente, in denen die besten Ideen wie zufällig entstehen. Das geht auch virtuell.

Das letzte gute Buch, das ich gelesen habe, ist *Science Fictions* von Stuart Ritchie. Allerdings bin ich privat ganz auf Hörbücher umgestiegen, und das letzte gute Buch, das ich gehört habe, war *Was weiße Menschen nicht über Rassismus hören wollen, aber wissen sollten* von Alice Hasters.



Prof. Dr. Tobias Krawutschke

Fakultät für Informations-, Medien- und Elektrotechnik
Professur für Technische Informatik

Studium Nachrichtentechnik an der TH Köln

Promotion „Reliability and Redundancy of an Embedded System used in the Detector Control System of the ALICE Experiment“ an der Universität Mannheim

Berufliche Stationen (Auszug)

- Berater und Projektmanager bei OTL Elektrotechnik und Audio, Bonn
- Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Physikalischen Institut der Universität Heidelberg
- Wissenschaftlicher Mitarbeiter, dann Lehrkraft für besondere Aufgaben an der TH Köln

Als Kind habe ich alle Geräte auseinandergenommen, um herauszufinden, wie Sie funktionieren. Zum Leidwesen meiner Eltern habe ich sie selten wieder zusammenbekommen. Der Drang, Dinge bis ins Detail zu verstehen, ist geblieben. Zur Freude der Dinge schaffe ich das mittlerweile ohne Schaden anzurichten.

Das Beste an meinem Studium: Immer wieder ergaben sich hervorragende Angebote für die Mitgestaltung an einzigartigen und spannenden Projekten wie zum Beispiel die Entwicklung von Detektoren für die Teilchenphysik, von Testgeräten oder neuen Technologien.

Mein fachliches Steckpferd: Besonders spannend finde ich es, wenn Hardware auf Software trifft. Nicht nur an den Schnittstellen von Betriebssystem, Treiber und Gerät, sondern auch bei der Nutzung von Software oder anderen Werkzeugen, um Hardware zu designen und zu testen, zum Beispiel beim FPGA- oder ASIC-Design.

Der Unterschied zwischen digitaler und menschlicher Logik: Menschliche Logik überrascht mich immer wieder – was mich dann meistens sehr freut. Die digitale Logik erfreut mich in der Regel, wenn sie mich nicht überrascht.

Ich möchte folgenden Schwerpunkt setzen: Am besten lerne ich, wenn meine Neugier geweckt ist, ich Spaß an den Tätigkeiten habe und Aufgaben eine Herausforderung so wie gute Rätsel sind. Das möchte ich bei Studierenden wecken und finde in den aktuellen Lehrformaten viele Anregungen dazu.

Was ich gerne herausfinden würde: Ich forsche an Methoden und Technologien, die dem Ersatz, der Reparatur und der Lebensverlängerung von elektronischen Baugruppen u. a. in kritischer Infrastruktur dienen. Das halte ich für einen Beitrag zu sinnvollem und nachhaltigem Handeln, der hoffentlich auch in anderen Bereichen Einzug hält. Mit offener Soft- und Hardware möchte ich dazu beitragen, dass Ressourcen schonender eingesetzt werden und Produkte länger halten.

Der beste Ort für gute Ideen: draußen, unter freiem Himmel.

Das letzte gute Buch, das ich gelesen habe, ist *Per Anhalter durch die Galaxis*. Das ist zwar schon eine Weile her, und es gab viele andere gute Bücher seitdem, aber Douglas Adams' Humor bleibt für mich ungeschlagen: „A common mistake that people make when trying to design something completely foolproof is to underestimate the ingenuity of complete fools.“



Prof. Dr. Thomas Gartzen
Fakultät für Anlagen, Energie- und
Maschinensysteme
Professur für Fertigungssysteme

Studium Maschinenbau (Schwerpunkt Fertigungstechnik) an der RWTH Aachen; Management und Entrepreneurship an der FH Aachen
Promotion „Diskrete Migration als Anlaufstrategie für Montagesysteme“ an der RWTH Aachen
Berufliche Stationen (Auszug)
- Gruppenleiter der Fachgruppe Montageorganisation am Lehrstuhl für Produktionsmanagement, WZL der RWTH Aachen
- Oberingenieur am Lehrstuhl für Produktionssystematik, WZL der RWTH Aachen
- Geschäftsführer der DFA Demonstrationsfabrik Aachen GmbH
- Geschäftsführer der European 4.0 Transformation Center GmbH, Aachen

Als Kind habe ich schon in der Grundschule „Ingenieur“ als Berufswunsch in die Poesiealben geschrieben, meist grammatikalisch falsch und ohne wirklich zu wissen, was diesen Beruf ausmacht. Über die jugendliche Leidenschaft für Automobile habe ich dann später tatsächlich zum Maschinenbau gefunden.

Das Beste an meinem Studium war die Freiheit, nach dem Abitur zum ersten Mal selbstbestimmt und eigenverantwortlich durch das Leben gehen zu können. Zusätzlich machten die fachliche Breite der Fertigungstechnik und ihre Schnittstellen zu anderen Disziplinen wie der Betriebswirtschaft für mich dabei immer den besonderen Reiz aus.

Mein fachliches Steckpferd ist die digitale Transformation der produzierenden Industrie und welchen Einfluss die Digitalisierung und Vernetzung zukünftig auf die Gestaltung und den Betrieb von Produktionssystemen hat.

Die Industrie 4.0 in Deutschland birgt ein enormes Potenzial für die Sicherung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit unserer Industrie. Nicht zuletzt in Krisenzeiten sehen wir, dass Unternehmen, die ihre Geschäftsprozesse digital vernetzt abgebildet haben, resilient auf solche Umstände reagieren können.

Ich möchte einen Schwerpunkt setzen in der anwendungsnahen Forschung und Kooperation mit der Industrie. Die digitale Vernetzung und Abbildung von Fertigungssystemen schaffen hier spannende neue Möglichkeiten. Diese Erkenntnisse möchte ich unmittelbar in die Lehre einfließen lassen, um die Studierenden optimal auf den Einstieg in die Berufswelt von morgen vorzubereiten.

Ich würde gerne herausfinden, wie wir neue digitale Technologien dazu nutzen können, industrielle Arbeitswelten humanzentrierter, effizienter und nachhaltiger zu gestalten.

Der beste Ort für gute Ideen ist immer dort, wo man mit unterschiedlichen Menschen gut ins Gespräch kommt. Die besten Ideen entstehen meist, wenn über den eigenen fachlichen Tellerrand hinausgeguckt wird und unterschiedliche Perspektiven zusammenkommen.

Die letzten guten Bücher, die ich gelesen habe, sind *Subscribed* von Tien Tzuo und die Science-Fiction-Novelle *Der Lebenszyklus von Software-Objekten* von Ted Chiang. *Subscribed* ist ein spannendes Buch für jeden, der die neuen Geschäftsmodelle der digitalen Transformation verstehen möchte, um sie auf unsere etablierte Industrie zu übertragen. Ted Chiangs Novelle wirft einen unkonventionellen Blick auf künstliche Intelligenz, die in der realen Welt Bewusstsein entwickelt, und geht der Frage nach, welche Rolle solche Wesen in der Gesellschaft einnehmen würden.

Personalia

Verstorben

Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Röbig ist am 14. Dezember im Alter von 70 Jahren verstorben. 1988 wurde er an unsere Hochschule berufen und übernahm am Campus Gummersbach im Fachbereich Maschinentechnik die Lehre in der Technischen Mechanik und Konstruktion. Die Zusammenarbeit mit Studierenden in Vorlesungen, Übungen und Industrieprojekten war immer sein Hauptanliegen. Dass er für die Abschlussarbeiten der Studierenden als beliebtester Betreuer gewählt wurde, spricht für sich. Mehrfach wurde Röbig gemeinsam mit Prof. Dr. Gabriele Koepe für die Qualität der Lehre vom VDMA (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau) ausgezeichnet. Zeitgleich baute er das Labor für Konstruktion und CAD auf und war Vorsitzender und Mitglied zahlreicher Berufungskommissionen an der Fakultät für Informatik und Ingenieurwissenschaften. In den 1990er Jahren widmete Röbig sich der Modernisierung der Maschinenbau-Studiengänge und der Realisierung der Bachelor- und Masterausbildung. Von 1998 bis 2002 leitete er den Fachbereich Maschinentechnik als Dekan und anschließend den gleichnamigen Studiengang als Studiengangsbetreuer. Unter seiner Federführung wurde dieser grundlegend reformiert und weitere Studiengänge, wie beispielsweise der Bachelorstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, auf den Weg gebracht. Durch seinen persönlichen Einsatz und seine besondere Art des Umgangs mit Kolleginnen und Kollegen und Studierenden hatte er entscheidenden Anteil am Erfolg der neuen Studiengänge. Bis zu seiner Pensionierung im Juli 2015 galt Röbig in seiner Fakultät als engagierter Hochschullehrer, Laborleiter und hervorragender Kollege. Unvergesslich bleiben seinen Kolleginnen und Kollegen auch seine Beiträge als leidenschaftlicher Koch bei Institutsversammlungen oder anderen Anlässen. Wegen seiner Fachkenntnis, seiner guten Laune, seiner – in der Regel – großen Gelassenheit (selbst wenn sein geliebter Fußballverein Borussia Dortmund die BVB-Aktien zur Fehl-investition werden ließ), seiner empathischen und auch im persönlichen Gespräch liebenswerten Art war Röbig ein geschätzter Gesprächspartner.

Impressum

Herausgeber Der Präsident der TH Köln
Redaktion Referat Kommunikation und Marketing
Sybille Fuhrmann (Leitung), Monika Probst (mp)
Gestaltung und Grafik Monika Probst
Redaktionsanschrift Gustav-Heinemann-Ufer 54,
50968 Köln
+49 221-8275-3948, insideout@th-koeln.de
Druck Heider Druck GmbH, Bergisch Gladbach
Copyright TH Köln
Bildnachweis CGL/TH Köln (S. 16), Costa Belibasakis (S. 33),
Monika Engelen (S. 20), Claudia Frick (S. 36), Thomas Gartzen
(S. 38), Ron Huettenrauch (S. 19), iStock (S. 25), Tobias Kra-
wutschke (S. 37), KISD/TH Köln (S. 27), Boris Loehrer (S. 32),
Marc Mehlhorn (S. 35), Pixelbeschleuniger (S. 14), Monika
Probst (Titelbild, S. 6), Rootpecker (S. 18), Jan Rothstein (S.
27), Thilo Schmölgen (S. 2, 3, 4, 8–13, 20, 22–24, 26, 29–31),
Sosafe (S. 15), Marc Thürbach (S. 16)



www.facebook.com/technischehochschulekoeln
twitter.com/th_koeln
www.instagram.com/th_koeln



Studentischer Wettbewerb **Zeiträume: Der Löwenbrunnen im Hauptgebäude der TH Köln**

75 Jahre war er versteckt, jetzt ist der Löwenbrunnen wieder sichtbar und erzählt viel über die Geschichte des Hauses. Wie kann die wechselvolle Geschichte dieses Ortes dargestellt werden?

Preisgelder von insgesamt 3.000 Euro gewinnen!

Weitere Informationen auf:

www.th-koeln.de/loewenbrunnen ➤