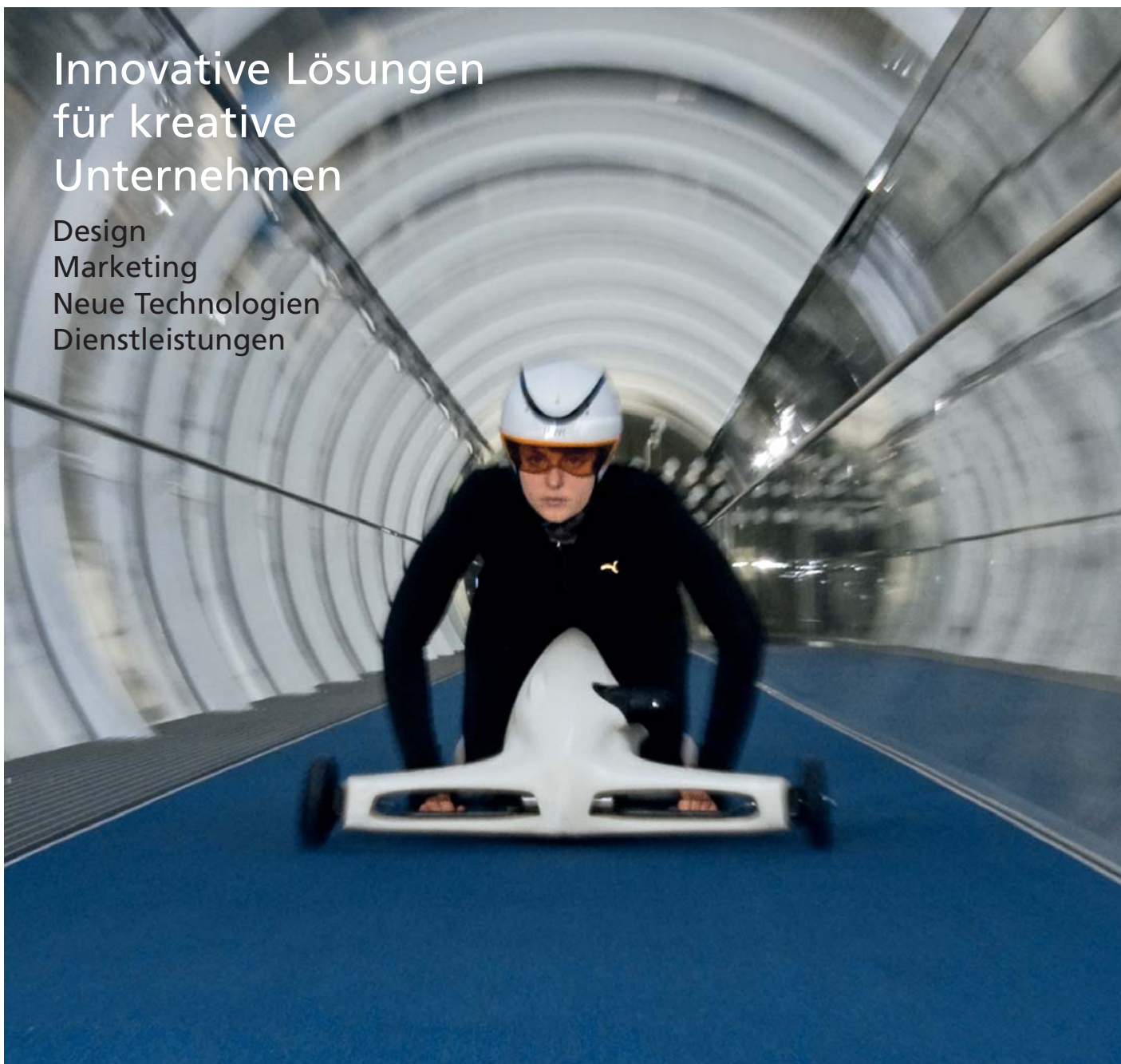


ti Technologie-Informationen

Wissen und Innovationen aus niedersächsischen Hochschulen

Innovative Lösungen
für kreative
Unternehmen

Design
Marketing
Neue Technologien
Dienstleistungen



Niedersachsen

Sie kennen unsere Pferde. Erleben Sie unsere Stärken.

Inhalt

Service

- 3 Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa
- 3 Future Match auf der CeBIT 2011
- 3 Forschung fördern im Mittelstand

Innovative Lösungen für kreative Unternehmen

- 4 Material als Inspiration für Designer und Hersteller
- 4 Möbel aus Beton
- 5 Innovative Bodenpflege
- 5 Der grüne Salon – Konzepte für einen ökologischen Friseursalon
- 6 Das erste Fahrzeug aus dem Drucker
- 6 Große Entwicklungschancen bei digitaler Filmproduktion
- 7 Spezielle Physiotherapie für Musiker
- 7 Gesundheitsförderung im Betrieb
- 8 Verkaufskompetenz stärken
- 8 Effizientes Nischenmarketing
- 9 Kundenbeziehungen verbessern
- 9 Mobile Dienstleistungen der Zukunft
- 10 Erstellung elektronischer Wörterbücher
- 10 Innovations-Inkubator Lüneburg
- 11 Für Sie vor Ort
- 11 Impressum
- 11 Archiv

Foto Titel: HAWK
Fotos Seiten 7/8/10: fotolia

Liebe Leserin, lieber Leser,

zum Wirtschaftsfeld Kultur- und Kreativwirtschaft zählt das Bundeswirtschaftsministerium elf Kernbranchen oder Teilmärkte: Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt für darstellende Künste, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt sowie Software-/Games-Industrie. Der wirtschaftlich verbindende Kern dabei ist der sogenannte schöpferische Akt. Damit sind alle künstlerischen, literarischen, kulturellen, musischen, architektonischen oder kreativen Inhalte, Werke, Produkte, Produktionen oder Dienstleistungen gemeint, mit denen sich Unternehmen, Institutionen und Freiberufler erwerbswirtschaftlich befassen. Dieses Produktions- und Dienstleistungsspektrum berührt über die elf Teilmärkte hinaus eigentlich jeden Wirtschaftszweig.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine wichtige Quelle für Innovationen – in wirtschaftlichen, technischen und sozialen Bereichen. Gerade im Zusammenspiel mit technologischer und wissenschaftlicher Entwicklung gibt sie wertvolle Impulse für neue Technologien und Dienstleistungen. Damit spielt sie eine entscheidende Rolle etwa für den Querschnittsbereich der Gestaltung, für den Ausbau der Informationsgesellschaft oder die Ankurbelung von Investitionen in neue Güter und Produkte.

Neben den spezialisierten Hochschulen für Bildende Künste in Braunschweig und für Musik, Theater und Kommunikation in Hannover leisten auch die anderen Hochschulen in Niedersachsen mit zum Teil großen kreativ ausgerichteten Fachbereichen ihren Beitrag zu diesem Wirtschaftszweig. So hat zum Beispiel an



der Hochschule Osnabrück die Kultur- und Kreativwirtschaft mit berufsmusikalischer Ausbildung, Musikpädagogik, Theaterpädagogik, Kommunikationsmanagement und Landschaftsarchitektur ihren festen Platz in Forschung und Lehre. Zudem ist die Hochschule Osnabrück Gründungsmitglied der Sektorgruppe "Creative Industries" im Enterprise Europe Network, dem Netzwerk der Europäischen Union zur Unterstützung der kleinen und mittleren Unternehmen.

Einen informativen Ausschnitt aus dem kreativen Angebot der niedersächsischen Hochschulen für mittelständische Unternehmen zeigen die vorliegenden Technologie-Informationen.

Pero von Strasser
Enterprise Europe Network
Hochschule Osnabrück

Die Technologietransferstellen der niedersächsischen Hochschulen erleichtern insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen sowie öffentlichen Einrichtungen den Zugang zu Forschung und Entwicklung.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an die Transferstelle in Ihrer Region. Ihre Ansprechpartner finden Sie auf der letzten Seite der Technologie-Informationen.

Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa

Infoveranstaltung zu Fördermöglichkeiten

Als wichtiger Treiber für Innovationen wird die Kultur- und Kreativwirtschaft nicht nur in Deutschland, sondern europaweit gefördert. Hier ist Enterprise Europe Network, das Netzwerk der Europäischen Union zur Unterstützung kleiner und mittlerer Unternehmen, eines der wirkungsvollsten Instrumente.

Die Hochschule Osnabrück ist Gründungsmitglied der Sektorgruppe „Creative Industries“ im Enterprise Europe Network. Internationale Experten entwickeln gemeinsam Angebote zur Förderung der

Wettbewerbsfähigkeit und der internationalen Zusammenarbeit der Kultur- und Kreativwirtschaft ihrer Regionen. Damit können niedersächsische Unternehmen nicht nur auf die Unterstützung der Europäischen Kommission und der europäischen Förderkulisse zurückgreifen, sondern vor allem von den intensiven Kontakten der Mitglieder in Europa profitieren.

Im Frühjahr 2011 ist in Osnabrück eine Informationsveranstaltung zur Förderung der Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft in der Europäischen Union geplant.

Interessenten an der Veranstaltung beziehungsweise an Unterstützungsmöglichkeiten von Enterprise Europe Network wenden sich bitte an:

Hochschule Osnabrück
Enterprise Europe Network



Pero von Strasser
p.von-strasser@wt-os.de
Tel.: 0541.969-3681

Future Match auf der CeBIT 2011

Internationale Kooperationsbörse

Auf der CeBIT 2011 veranstaltet uni transfer, die Technologietransferstelle der Leibniz Universität Hannover, mit Partnern des Enterprise Europe Network wie in den Vorjahren die internationale Kooperationsbörse Future Match. Sie ist vom 1. bis 5. März in der Halle 9, Stand B 24. Future Match ermöglicht Ausstellern und Messebesuchern aus Wirtschaft und Wissenschaft, europaweit Technologiepartnerschaften und Forschungsk Kooperationen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien anzubahnen. Im Jahr 2010 nutzten 447 Teilnehmer aus 46 Ländern in

über 1300 Gesprächen die Chance, Kontakte zu knüpfen. Interessierte Forschungseinrichtungen und Unternehmen können sich bis zum 10. Februar 2011 unter www.futurematch.cebit.de anmelden und ihre Kooperationsprofile einstellen. Der Online-Profilkatalog ermöglicht den Teilnehmern anschließend, potenzielle Gesprächspartner für bilaterale Treffen auf dem Future-Match-Stand auszuwählen. Die individuellen Zeitpläne werden den Teilnehmern rechtzeitig vor Beginn der CeBIT zugeschickt. Die Teilnahme am Future Match ist kostenpflichtig.

Weitere Informationen über das Enterprise Europe Network sowie aktuelle Kooperationsgesuche aus dem Netzwerk finden Sie unter www.een-niedersachsen.de.

Leibniz Universität
Hannover
Enterprise Europe Network
uni transfer



Joanna Einbock
joanna.einbock@zuv.uni-hannover.de
Tel.: 0511.762-5406

Forschung fördern im Mittelstand

Erfolgsfaktoren bei Förderprogrammen identifizieren

Welche Hindernisse müssen überwunden werden, damit mehr kleine und mittlere Unternehmen (KMU) Förderprogramme in Anspruch nehmen? Dieser Frage widmet sich das EU-geförderte Projekt MaPEeR SME. Es werden nationale und regionale Forschungs- und Innovationsförderprogramme für KMU aus den 27 EU-Mitgliedsstaaten sowie Bosnien und Herzegowina analysiert. Diese Programme sind thematisch auf Kooperationen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft fokussiert. Die EU will Erfolgsfaktoren identifizieren und diese bei neuen Programmen berücksichtigen.

Die Projektpartner, unter anderen uni transfer, die Forschungs- und Technologie-

kontaktstelle der Leibniz Universität Hannover, befragten dazu Unternehmensverbände, Interessenvertreter und KMU. Es wurden folgende Faktoren identifiziert, die Förderprogramme erfolgreich machen:

- ▶ kurze Zeit zwischen Antragstellung und Förderung sowie einfache Administration und Berichterstattung
- ▶ offener Technologie-Ansatz, um alle KMUs einzubeziehen
- ▶ Unterstützung vor der Antragstellung, zum Beispiel durch Kontakte zu potenziellen Kooperationspartnern, und während des Projektes, zum Beispiel durch die Kostenübernahme für Patentanmeldungen

- ▶ hohe Marktdurchdringung von Forschungs- und Entwicklungsergebnissen
- ▶ Häufige Bewilligung von KMU-Anträgen (Erfolgsrate oberhalb 60 Prozent)

Weitere Informationen finden Sie unter www.mapeer-sme.eu.

Leibniz Universität
Hannover
uni transfer



Dr. Olga Munteanu
olga.munteanu@zuv.uni-hannover.de
Tel.: 0511.762-3934



Eine Leuchte aus Mineralwerkstoff
Entwurf: Dimitrina Hadzhihristeva

Fachhochschule Hannover
Fakultät III
Abteilung Design + Medien

Prof. Suzanne Koechert
Prof. Kay Marlow
suzanne.koechert@fh-hannover.de
Transferstelle: Tel. 0511.9296-3324

Material als Inspiration für Designer und Hersteller

Leuchten und Möbel aus Schläuchen und Mineralwerkstoffen

Bei der Suche nach neuen Produkten und Gestaltungsideen spielt der Einsatz von innovativen Materialien oft eine entscheidende Rolle. Für Innenarchitekten und Designer sind bei der Auswahl des Materials Originalität, Umsetzbarkeit und Ästhetik von hoher Bedeutung. Design-Wettbewerbe an Hochschulen in Kooperation mit Unternehmen setzen ein hohes kreatives und technologisches Potenzial frei und bewahren dabei den Praxisbezug. Vor allem in der Zusammenarbeit von Studierenden und Firmenmitarbeitern entsteht innovatives und praxistaugliches Design.

Bei einem Wettbewerb an der Fachhochschule Hannover, Abteilung Design + Medien, entwarfen Studierende zum Beispiel einen Kronleuchter für das Atrium des Design Centers der Hochschule. Mit den Firmen DuPont als Hersteller des Mineralwerkstoffes DuPont™ Corian® und der Zumtobel Licht GmbH fanden

die Designer zwei Partner mit emotionalen und technisch hoch entwickelten Produkten, die ein weitläufiges Gestaltungspotenzial boten. Auf Basis von Materialinformationen und einer Firmenschulung entstanden innovative und vielseitige Entwürfe von der Einzelleuchte bis hin zur großdimensionierten Rauminstallation.

Im Wettbewerb des laufenden Semesters lassen sich Studierende von Schläuchen der Firma Polyvanced GmbH aus Osnabrück inspirieren. Das Unternehmen versteht sich als führende Marke im Bereich der Schlauchtechnik und vergibt in unregelmäßigen Abständen einen Design- und Medien-Award zu unterschiedlichen Themen. Der Award 2010 hat das Thema „Schlauch in der Innenarchitektur“ im Fokus.

Unternehmen, die an einer Kooperation interessiert sind, können sich gerne an die Abteilung Design + Medien der Fachhochschule Hannover wenden.



Beistelltische aus Beton mit spiegelnder Oberfläche, statisch und dynamisch zugleich
Entwurf: Manuel Jürgens

Hochschule für Bildende Künste
Braunschweig (HBK)
Studiengang Industrial Design

Prof. Erich Kruse
e.kruse@hbk-bs.de
Transferstelle: Tel. 0531.391-9168

Möbel aus Beton

Edle Optik, hoher Sitzkomfort, gute Funktionalität

Der Werkstoff Beton wird in der Regel mit dem Bau von Gebäuden und Fundamenten assoziiert. Ein Trend ist zurzeit, Betonwände in die Innenraumgestaltung einzubeziehen. Die Hochschule für Bildende Künste Braunschweig (HBK) geht noch einen Schritt weiter: Angehende Designer haben in Kooperation mit der Beton-Manufaktur in Bettmar Produkte von Leuchten bis zu Kleinmöbeln entworfen, die sie aus einem speziellen selbstverdichtenden Beton fertigten. Dieser zeichnet sich unter anderem durch eine besonders feine Oberflächenstruktur aus.

Bei dem Entwurf „Tischchen A und B“ handelt es sich um Beistelltische mit spiegelnd polierter Betonplatte und vier Holzbeinen. Vom Tischchen A greifen die Beine leicht in den umliegenden Raum. So scheint die Platte zu schweben und es entsteht ein Kontrapunkt zum sonst schweren Material Beton. Bei Tischchen B strecken sich die vier verkeilten Holzbeine in den Raum unter der Tischplatte. Der zusammengesetzte Tisch scheint durch die aus allen Perspektiven sichtbaren Winkel in Bewegung zu geraten, er wirkt sowohl

statisch als auch dynamisch. Ein weiteres Beispiel ist der Beistelltisch „Makrele“. Dieser raumgreifende Tisch besteht aus Beton, Glas und Gummi. Er kann ohne Werkzeuge ineinander gesteckt werden und nimmt während eines Transports wenig Raum ein. Für den Betrachter gleicht keine Ansicht der anderen.

Der Betonhocker „mino“ lässt sich sowohl im Außen- als auch im Innenbereich einsetzen. Mit seiner verdrehten Form reizt er die Herstellungsmöglichkeiten des Werkstoffs Beton voll aus. Die edle Oberfläche steht im Kontrast zu dem rohen Material. Zu einem außergewöhnlichen Sitzerlebnis im Garten oder im städtischen Raum lädt die Sitzbank „Conch“ mit ihrer täuschend echten Polsteroptik ein. Die sogenannten Knopflöcher sind ergonomisch an die menschlichen Sitzhöcker angepasst und sorgen für unerwartet hohen Sitzkomfort. Durch die Löcher kann Regenwasser problemlos ablaufen, es entstehen keine Schmutzablagerungen.

Die Beton-Manufaktur plant, ausgewählte Entwürfe herzustellen und zu vermarkten.

Innovative Bodenpflege

Kombination aus mobilem Akkusauger und Bodenstaubsauger

Ein innovatives Bodenpflegegerät, das die Vorteile eines vollwertigen Bodenstaubsaugers mit denen eines kleinen und mobilen Akku-Staubsaugers verbindet – mit dieser Aufgabe ist die Firma Miele & Cie KG an die Hochschule für Bildende Künste Braunschweig (HBK) herangetreten. Sieben Designteam mit Studierenden aus unterschiedlichen Semestern des Studienganges Industrial Design konzipierten und gestalteten höchst ideenreiche und ausgereifte Produkte. Sie wurden den Designern, Konstrukteuren und Managern von Miele in einer professionellen Präsentation im Firmensitz Gütersloh vorgestellt.

In einem Entwurf kann der Akku-Staubsauger „S-Line Assist“ sowohl als eigenständiges Gerät verwendet als auch auf das Teleskoprohr eines beliebigen Bodenstaubsaugers von Miele gesteckt werden. Für ein angenehmeres Saugen kann der hintere Teil des Akkusaugers als Greifhilfe benutzt werden. Weil man die üblichen Saugdüsen mit ihm benutzen

kann, erleichtert der „S-Line Assist“ die Bodenpflege erheblich.

In einem anderen Entwurf sitzt der separate Akku-Staubsauger auf dem handelsüblichen Bodenstaubsauger, ohne dass dessen Bedienung beeinträchtigt wird. Der flache, an die Wölbung angepasste Akkusauger kann mit einer Handbewegung entnommen werden. Durch einen ausgeklügelten Adapter kann der kleine Staubsauger bei Bedarf automatisch entleert werden. Zusätzlich wird der Akku während der Benutzung des Bodenstaubsaugers geladen, so dass er stets griff- und einsatzbereit ist.

Ein weiterer Akku-Staubsauger findet in der Küchenschublade Platz, wo er permanent aufgeladen wird. An einem Ende verfügt er über eine breite Saugöffnung, am anderen Ende über eine punktuelle. Das erspart zusätzliche Vorsatzdüsen. Ein Schiebeschalter erlaubt es, die Öffnungen alternativ zu öffnen oder zu verschließen.



In diesem Designentwurf sitzt ein separater Akkusauger stets einsatzbereit auf einem Bodenstaubsauger.

Entwurf: Christoph Eller, Sven Michaelis, Helena Müller

Hochschule für Bildende Künste Braunschweig (HBK)
Studiengang Industrial Design

Prof. Erich Kruse
e.kruse@hbk-bs.de
Transferstelle: Tel. 0531.391-9168

Der grüne Salon

Konzepte für einen ökologischen Friseursalon

Die Gruppe der Konsumenten, die Produkte gezielt hinsichtlich Gesundheit und Nachhaltigkeit auswählt, wächst stetig. Die Firma Schwarzkopf Professional, Hamburg, möchte genau diese Zielgruppe ansprechen. Nach bereits zwei erfolgreich durchgeführten Transferprojekten hat das Unternehmen erneut mit dem Studiengang Industrial Design an der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig (HBK) kooperiert. Gefragt waren anspruchsvolle und zugleich praktikable Konzepte, Dienstleistungen und Produkte für einen ökologisch sinnvollen Friseursalon.

Die interdisziplinäre Projektgruppe mit Studierenden des Industrial Design und des Kommunikationsdesign entwarf Konzepte, mit denen sich Schwarzkopf im Markt mit einer „grünen“ Aussage positionieren kann. Der Entwurf „Organic“ präsentiert zum Beispiel Alltagsprodukte, die aus vollständig recyclebarer Maisstärke bestehen. Bürsten, Schminkutensilien und Behälter

sind nicht nur umweltverträglich und praktisch, sondern sie werden zu dekorativen Objekten im Bad und schaffen ein neues Bewusstsein für ökologische Produkte. Die durchgängig organischen Formen orientieren sich an Elementen der Natur.

Mit der Innenraumgestaltung beschäftigt sich der Entwurf „Der grüne Salon“. Ein grüner Teppich empfängt den Kunden bereits vor der Tür und geleitet ihn in den Salon hinein. Er ist mit einer dynamisch selbstleuchtenden Folie unterlegt, die dem Friseur ermöglicht, vom eigenen Computer aus Angebote und Aktionen in seinen Teppich zu laden. Diese Inhalte laufen dann den Teppich entlang und wecken das Interesse der Passanten. Der grüne Teppich führt den Kunden direkt an den Empfangstresen, der modular aufgebaut ist und sich so an die jeweiligen Platzverhältnisse des Salons anpassen lässt. Durch zusätzliche Vitrinen kann der Tresen unkompliziert aufgestockt werden und bietet großzügige Möglichkeiten der Produktpräsentation.



Ein grüner Teppich mit aktuell eingeblendeten Angeboten leitet den Friseurkunden freundlich zum Empfangstresen.

Entwurf: Stephan Rinck

Hochschule für Bildende Künste Braunschweig (HBK)
Studiengang Industrial Design

Prof. Erich Kruse
e.kruse@hbk-bs.de
Transferstelle: Tel. 0531.391-9168



Das weltweit erste in einem Stück gedruckte 3D-Fahrzeug, neun Kilo schwer, von einem Akkuschauber angetrieben

HAWK Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst
Standort Hildesheim
Fakultät Gestaltung

Prof. Andreas Schulz
andreas.schulz@hawk-hhg.de
Prof. Barbara Kotte
kotte@hawk-hhg.de
Transferstelle: Tel. 05121.881-264

Das erste Fahrzeug aus dem Drucker

3D-Druck für nachhaltige und individuelle Produkte

Bei Druckerzeugnissen denken die meisten Leser vermutlich an Papier. Doch es gibt auch Verfahren, mit verschiedensten Materialien dreidimensional zu drucken, zum Beispiel mit Keramik oder thermoplastischen Kunststoffen. Bisher wurde der 3D-Druck zum Modellbau und zum Fertigen von Prototypen genutzt. An der HAWK Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst in Hildesheim haben Produkt-designer nun das weltweit erste Fahrzeug in einem 3D-Drucker produziert. Sie haben es in einem Stück hergestellt und fahrbereit – bis auf wenige bewegliche Anbauteile wie Räder – aus dem Drucker genommen. Das Fahrzeug besteht aus dem hochfesten Kunststoff ABS und wird von einem 18-Volt-Akkuschauber angetrieben.

Diese Fertigungstechnik bietet viele Vorteile – weit über den Fahrzeugbau hinaus – und wird das Verhältnis von Herstellern und Verbrauchern zu Produkten stark verändern. Das Material wird Schicht für Schicht aufgetragen. Damit können im 3D-Druck Formen geschaffen werden, die mit keiner anderen Fertigungstechnik möglich sind. Der Fertigung liegt nur ein Datensatz

zu Grunde – die Größe des Produktes lässt sich durch einfaches Skalieren ändern. Die kleinen Datenmengen können einfach heruntergeladen oder gemailt werden.

In Zukunft können Produkte, Bau- und Ersatzteile in Kundennähe ausgedruckt werden. Lange Transportwege und teure Logistik entfallen, Reparaturen lohnen sich wieder. Ändern werden sich auch Vertrieb, Kommunikation und Werbung. Im 3D-Druck gefertigte Produkte sind im Moment der Kaufentscheidung zuerst einmal virtuell und werden dann in der Fertigung individualisiert.

Diese Technologie auf Basis des Rapid Prototyping beeinflusst nicht nur den Fahrzeugbau, sondern ebnet vielen Branchen den Weg zur Schnellen Fertigung. Die Produktdesigner der Fakultät Gestaltung der HAWK bieten Unternehmen Kooperationen in diesem Bereich an. Hierbei können die Chancen, die sich durch das neue Fertigungsverfahren ergeben, unter verschiedenen Gesichtspunkten beleuchtet, erforscht und daraus Lösungen entwickelt werden.



Digitale Filmkameras ermöglichen auch bei kleinen Filmproduktionen eine höhere Qualität und größere Gestaltungsmöglichkeiten.

Hochschule für Bildende Künste
Braunschweig
Institut für Medienforschung (IMF)

Prof. Uli Plank
uli.plank@hbk-bs.de
Transferstelle: Tel. 0531.391-9168

Große Entwicklungschancen bei digitaler Filmproduktion

Unterstützung von kleinen Produktionsfirmen

Als letzte der großen Medienbranchen steht die Filmproduktion derzeit mit der vollständigen Digitalisierung vor ihrer größten Umwälzung. Erstmals sind nun digitale Filmkameras verfügbar, die der analogen Filmproduktion überlegen sind. Postproduktionsprozesse wie Computeranimation, Farbkorrektur und Spezialeffekte, die bisher nur großen Spielfilmproduktionen zugänglich waren, werden auch für kleine und mittlere Betriebe erschwinglich.

Das Institut für Medienforschung (IMF) der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig unterstützt Produktionsfirmen bei den massiven Veränderungen, die damit auf sie zukommen. Der Mediendesignbereich am IMF versteht sich als Labor für die gestalterische Anwendungsforschung im Bereich der elektronischen Medien. Hier werden handwerklich-technische und gestalterische Kenntnisse und Methoden in enger Wechselwirkung weiterentwickelt.

Das Labor führt unter anderem Soft- und Hardwaretests, Untersuchungen zum optimierten Arbeitsablauf und Qualitätsmessungen durch.

Das IMF berät Produktionsfirmen beim Einsatz der neuen Technologien, bei der Planung von Investitionen und bei der Schulung von Mitarbeitern. Die Erfahrungen der Medienforscher stützen sich nicht allein auf Testergebnisse, sondern auf die praxisnahe Überprüfung in realen Filmproduktionen durch Mitarbeiter und Studierende. Sie erhielten wiederholt Auszeichnungen auf Festivals. Darüber hinaus werden die Forschungsergebnisse regelmäßig in der Fachzeitschrift "Digital Production" offengelegt. In enger Zusammenarbeit mit der Nordmedia bietet das Institut jährlich bei "Hands on HD" in Hannover die Schulung von Produktionsmitarbeitern und Informationsveranstaltungen für Entscheider an.

Spezielle Physiotherapie für Musiker

Behandlung, Beratung und Prävention

Musiker leiden häufig an Erkrankungen des Muskel- und Skelett-Systems, die in engem Zusammenhang mit dem Instrumentalspiel stehen. Aufgrund seiner extrem spezialisierten Tätigkeit benötigt der Musiker eine individuell abgestimmte Behandlung. An der Hochschule Osnabrück hat das Institut für angewandte Physiotherapie und Osteopathie (INAP/O) in Kooperation mit dem Institut für Musik 2008 eine physiotherapeutische Musikersprechstunde eingerichtet. Die Besonderheit der musikerphysiotherapeutischen Behandlung ist es, die Therapie sinnvoll mit vorbeugenden Maßnahmen zu kombinieren. Die Physiotherapeuten erarbeiten gemeinsam mit dem Musiker Strategien und Techniken für ein gesundes Üben, um spielbedingte Probleme zu vermeiden. Idealerweise verfügen die Therapeuten selbst über gute Instrumentalkenntnisse.

Die Musikersprechstunde ist auf ihre Behandlungserfolge und die Patientenzufriedenheit hin mit sehr guten Ergebnissen evaluiert worden. 1330 physiotherapeutische

Behandlungen sind seit Beginn durchgeführt worden. Weitere Daten werden im vom Europäischen Fond für regionale Entwicklung (EFRE) geförderten Projekt „MusikPhysio“ erhoben. Zurzeit wird ein standardisiertes Befundsystem zu Untersuchung, Befunderhebung, Diagnostik und Therapie von musikerspezifischen Erkrankungen entwickelt. Langfristig wird ein Präventionskonzept zur Erhaltung der Musikersgesundheit erstellt, das an Musikschulen und -hochschulen eingeführt werden soll.

Das INAP/O kooperiert bereits mit dem Orchester Städtischer Bühnen Osnabrück, der Musik- und Kunstschule der Stadt Osnabrück sowie weiteren Interessensvertretungen und Einrichtungen der Hochschule Osnabrück. Aber auch weitere Institutionen können die Musikersprechstunde in Anspruch nehmen. Neben der physiotherapeutischen Behandlung von Musikern werden insbesondere auch präventive Maßnahmen wie Arbeitsplatzgestaltung und Hinweise auf ergonomisches Arbeiten und Üben angeboten.



Musiker leiden häufig an Muskel- und Skeletterkrankungen und benötigen spezielle Physiotherapie.

Hochschule Osnabrück
Institut für angewandte Physiotherapie
und Osteopathie (INAP/O)

Malika Damian, BSc. PT
Prof. Dr. med. Christoff Zalpour
damian@wi.hs-osnabrueck.de
www.musikphysio.hs-osnabrueck.de
Transferstelle: Tel. 0541.969-2050

Gesundheitsförderung im Betrieb

Kreative Angebote für wettbewerbsfähige Unternehmen

Im Zuge der fortschreitenden Technisierung und des demografischen Wandels entdecken Unternehmen zunehmend ihre Beschäftigten als wichtigste Ressource des Betriebes. Große Probleme bereiten zum Beispiel hohe Krankenstände, da sie Produktivitätsverluste verursachen, denn gerade kreativ arbeitende und spezialisierte Mitarbeiter können nicht einfach durch Kollegen ersetzt werden. Ursachen für die Krankenstände sind häufig Muskel- und Skeletterkrankungen. Um wettbewerbsfähig und flexibel zu bleiben, um neue Ideen entwickeln zu können, fördern vorausschauende Unternehmen daher systematisch die Gesundheit ihrer Beschäftigten.

Die Hochschule Osnabrück hat in einem Forschungsprojekt ein kreatives Konzept der betrieblichen Gesundheitsförderung entwickelt, implementiert und evaluiert. Sie bietet ihren mehr als 750 Beschäftigten und 8300 Studierenden eine individuelle ergonomische Arbeitsplatzberatung, eine physiotherapeutische Mitarbeitersprechstunde, Gruppenangebote sowie das Fitnessprogramm INMOVE an. In enger

Kooperation mit dem Institut für angewandte Physiotherapie und Osteopathie (INAP/O) ist das Konzept erfolgreich in der Praxis erprobt und verankert worden. Aus dieser Erkenntnis heraus hat die INAP/O GmbH das Konzept der „Physiotherapeutischen Mitarbeitersprechstunde für Unternehmen“ entwickelt. Hierbei kommen neben einer individuellen Beratung eine Reihe von standardisierten Instrumenten zum Einsatz, die es den Betrieben ermöglichen, gesundheitliche Risikofaktoren der Mitarbeiter zu identifizieren und Ansatzpunkte für eine erfolgversprechende Gesundheitsförderung zu gewinnen.

Neben der Hochschule Osnabrück haben bereits viele Unternehmen den Krankenstand durch gezielte Gesundheitsförderungsprogramme senken können und beachtliche Summen eingespart. Das INAP/O bietet interessierten Unternehmen Kooperationen an zur Ursachenforschung des Krankenstandes sowie zur Entwicklung und Durchführung präventiver Maßnahmen mit physiotherapeutischer Unterstützung.



Die Hochschule Osnabrück unterstützt Unternehmen, die sich für die Gesundheit ihres Personals einsetzen, mit konkreten Angeboten.

Hochschule Osnabrück
Institut für angewandte Physiotherapie
und Osteopathie (INAP/O)

Johannes Behnen, M.A.
Prof. Dr. med. Christoff Zalpour
j.behnen@hs-osnabrueck.de
Transferstelle: Tel. 0541.969-2050



Gute Verkäufer, die auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen und sie kompetent beraten, sind nicht in jedem Unternehmen zu finden.

Jade Hochschule
Standort Wilhelmshaven
Fachbereich Management,
Information, Technologie

Prof. Christian Gündling
guendling@jade-hs.de
Transferstelle: Tel. 04421.985-2211

Verkaufskompetenz stärken

Wirtschaftsingenieure erarbeiten Empfehlungen gegen Defizite

In vielen Unternehmen sind die Geschäftsprozesse auf die Optimierung der internen Abläufe ausgerichtet, jedoch nicht auf die Kundenbedürfnisse. Auf Anfragen wird nur langsam und mit Standardinformationen reagiert; der Bedarf der potenziellen Kunden wird oft nicht ermittelt. Diese Hypothesen sind in dem studentischen Projekt „Mystery Shopping“ des Fachbereichs Management, Information, Technologie der Jade Hochschule in Wilhelmshaven untersucht und bestätigt worden.

Es wurden typische Kaufsituationen ohne Wissen des Getesteten nachgestellt. 231 Unternehmen, darunter Autohäuser und Online-Shops, wurden von Testkäufern aufgesucht oder kontaktiert. Diese Untersuchung ist zwar nicht repräsentativ, sie lässt aber Rückschlüsse auf die Kundenorientierung der getesteten Unternehmen zu.

Die Untersuchungsergebnisse zeigen zum Beispiel, dass Testkäufer in Autohäusern nur bei jedem dritten Besuch angesprochen wurden. Nur die Hälfte der getesteten

Online-Shops antwortete auf Fragen zu technischen Problemen innerhalb von drei Tagen. 80 Prozent der Sanitätshäuser nutzten nicht die Chance, über Schaufenster Laufkundschaft zu gewinnen und in nur der Hälfte aller Testkäufe wurde dem Kunden das optimale Produkt angeboten. Nur jeder fünfte Hersteller von Fertighäusern hatte auf seiner Website ein Kontaktformular. Angesichts dieser Kundengleichgültigkeit, geringen Verkaufskompetenz und fehlenden Bedarfsanalyse hat Prof. Gündling Empfehlungen für Unternehmen ausgearbeitet:

- ▶ selbst in die Rolle des Kunden schlüpfen
- ▶ sich auf bestimmte Kundengruppen konzentrieren
- ▶ die Kundenorientierung im Unternehmen immer wieder thematisieren
- ▶ jeden Kundenkontakt dokumentieren
- ▶ Anschlussvereinbarung treffen (Wer? Meldet sich aus welchem Grund? Wann? Bei wem?)

Zu diesen Themen bietet der Fachbereich interessierten Unternehmen Beratung, Workshops und Kooperationen an.



In Social Communities können Verbraucher gezielt angesprochen und über Produkte informiert werden.

Fachhochschule Hannover
Fachbereich Electronic Business

Prof. Dr. Michael Clasen
michael.clasen@fh-hannover.de
Transferstelle: Tel. 0511.9296-3324

Effizientes Nischenmarketing

Neue Kunden über Social Communities gewinnen

Der Erfolg im World Wide Web ist sehr ungleich verteilt. Wenige Seiten verbuchen fast alle Besuche für sich und der Rest geht nahezu leer aus. Was für die wenigen Gewinner hohe Profite verspricht, ist für die große Mehrheit an Websitebetreibern problematisch. Eine Strategie kann die Flucht in die Nische sein, um zumindest dort die Marktführerschaft anzustreben. Doch wie kann eine unbekannte Website effizient auf ihr Angebot aufmerksam machen?

Während standardisierte, gut beschreibbare Waren und Dienstleistungen leicht über Suchmaschinen gefunden werden, ist dies für heterogene, schlecht beschreibbare Güter nicht der Fall. Google wird wohl Schwierigkeiten haben, einen „leckeren Wein zum Hasenbraten“ zu finden. Ein Ansatz kann die Zusammenarbeit mit populären Social Communities wie Facebook, StudiVZ oder Spartencommunities sein. Dort können sehr viele Verbraucher gezielt angesprochen und über Produkte informiert werden. Über aktive Mitarbeit in geeigneten Diskussionsgruppen kann der

Anbieter als Experte fungieren und wertvolles Feedback aus der Community erhalten (Marktforschung), ohne dass sein Engagement sofort als Werbung wahrgenommen und somit häufig ignoriert wird.

Diese Forschungsergebnisse des Fachbereichs Electronic Business der Fachhochschule Hannover hat bereits das Unternehmen Community Labs GbR genutzt. In Zusammenarbeit mit der Hochschule hat es seine Software zum Betrieb von Social Communities um Funktionen des sozialen Marketings erweitert. Die ersten Tests auf der Community für Pferdefreunde, www.ekwus.de, laufen sehr vielversprechend und das bisherige Feedback der Nutzer ist sehr positiv.

Unternehmen, die sich für Marketing in Social Communities interessieren oder es betreiben, sind zu einem Erfahrungsaustausch eingeladen. Es ist ein Workshop zu diesem Thema an der Fachhochschule geplant, um unter anderem über gemeinsame Forschungsprojekte zu sprechen.

Kundenbeziehungen verbessern

CRM-Navigator unterstützt das Kundenmanagement

Viele Unternehmen scheitern daran, langfristig profitable Kundenbeziehungen herzustellen. Um für dieses Problem eine praxistaugliche Lösung anzubieten, ist am Fachbereich Management, Information, Technologie der Jade Hochschule in Wilhelmshaven eine neuartige Software für das Customer Relationship Management (CRM) entwickelt worden. Der CRM-Navigator hilft kleinen und mittleren Unternehmen, Prozesse im Bereich Kundenmanagement abzubilden. Zudem gibt es Werkzeuge, mit denen sich das eigene Unternehmen zum Beispiel auf Stärken und Schwächen durchleuchten lässt.

Um profitable Kundenbeziehungen zu entwickeln, müssen Unternehmen die aktuellen Wünsche und Bedürfnisse der Kunden feststellen und mit ihnen kommunizieren. Sie können hierfür verschiedene Marketing-, Service- und Vertriebsinstrumente wie etwa Telefonaktionen, Anschreiben oder Newsletter einsetzen. Der CRM-Navigator hilft dabei, den Einsatz dieser Instrumente zu strukturieren, die

Aktivitäten der Beschäftigten zu standardisieren und übersichtlich darzustellen. Die Software ist seit einigen Monaten online und kann kostenfrei aus dem Internet heruntergeladen werden. Kleine Videofilme zeigen, wie die Nutzung der Software funktioniert. Es sind keine Spezialkenntnisse erforderlich, um sie bedienen zu können. Jeder Prozess der Kundenbeziehungs-pflege wird einmal im Navigator angelegt – danach erteilt er dem Anwender automatisch klare Arbeitsanweisungen. Die Software lässt sich unternehmensspezifisch anpassen und weiter ausbauen, zum Beispiel um eine Produktdatenbank.

Am Ausbau des CRM-Navigators kann sich jedes Unternehmen, jede Institution und jeder IT-Entwickler beteiligen. Die Entwicklungen kann der Nutzer selbst vornehmen oder jemanden damit beauftragen. Wichtig ist nur, dass die Veränderungen allen kostenlos zur Verfügung gestellt werden müssen. Das Entwicklerteam steht für Fragen jederzeit zur Verfügung.



Eine Arbeitsgruppe der Jade Hochschule hat einen CRM-Navigator zur Verbesserung von Kundenbeziehungen entwickelt und unterstützt dabei interessierte Unternehmen.

Jade Hochschule
Standort Wilhelmshaven
Fachbereich Management,
Information, Technologie

Prof. Christian Gündling
Dipl.-Wirt.-Inf. Rico Meiner
rico.meiner@jade-hs.de
www.crm-navigator.de
Transferstelle: Tel. 04421.985-2211

Mobile Dienstleistungen der Zukunft

Near Field Communication als Zugangstechnologie

Near Field Communication (NFC) ermöglicht den kontaktlosen Austausch von Daten über kurze Strecken. Diese Technologie erhöht deutlich das Einsatzfeld heutiger Endgeräte und verbessert zugleich nachhaltig eine Vielzahl bestehender und zukünftiger mobiler Dienstleistungen. Das Center for Near Field Communication Management an der Leibniz Universität Hannover dient dem Institut für Marketing und Management als Kompetenzzentrum, Plattform und zentrale Anlaufstelle eines interdisziplinären Netzwerkes aus Wissenschaft und Praxis. Gemeinsam wollen sie die Entwicklung innovativer NFC-Anwendungen und -Geschäftsmodelle vorantreiben.

Mittels Kurzstrecken-Funktechnologie vernetzt NFC zum Beispiel mobile Endgeräte wie Smartphones mit Fahrkartenautomaten oder Info-Terminals einfach und anwenderfreundlich. Das Alleinstellungsmerkmal von NFC ist, dass die Verbindung zweier Geräte in räumlicher Nähe erfolgt – ähnlich der menschlichen Kommunikation. In Zukunft wollen Gerätehersteller, Netzbetreiber und

Serviceanbieter diese Technologie dazu nutzen, dem Anwender eine jederzeit greif- und erlebbare Schnittstelle zur digitalen Umwelt anzubieten. Haupteinsatzgebiete von NFC sind:

- ▶ Sicheres, einfaches und schnelles mobiles Bezahlen
- ▶ Mobiles Ticketing im öffentlichen Personenverkehr (Beispiel "Touch&Travel") oder bei Veranstaltungen
- ▶ Kundeninformationssysteme im Einzelhandel (Beispiel „Future Store“)
- ▶ Intelligente Poster und Werbung als Kommunikationsinstrument
- ▶ Auslesen und Kopieren von RFID-Transpondern und Chipkarten

NFC besitzt also das Potenzial, unseren Umgang mit Technologie nachhaltig zu verändern. Als Basis eines intelligenten Mobile Commerce bietet NFC Anbietern jetzt die Chance, sich in diesem Zukunftsmarkt und in den Köpfen der Kunden erfolgreich als Innovationsführer zu positionieren. Interessenten können sich gerne beim Kompetenzzentrum melden.



Schnelle und einfache Buchleihe in der Bibliothek mit dem Mobiltelefon und NFC

Leibniz Universität Hannover
Center for Near Field Communication
Management (CNM)
Institut für Marketing und
Management (M2)

Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann
Dipl.-Ök. Marc-Oliver Reeh
reeh@m2.uni-hannover.de
Transferstelle: Tel. 0511.762-5725



In Zukunft wird es Wörterbücher und Glossare immer häufiger als elektronisches Medium geben.

Stiftung Universität Hildesheim
Institut für Informationswissenschaft
und Sprachtechnologie (IwiSt)

Prof. Dr. Ulrich Heid
uyulgan@uni-hildesheim.de
Transferstelle: Tel. 05121.20655-19

Erstellung elektronischer Wörterbücher

Techniken der Wortextraktion und Nutzerfreundlichkeit verbessern

Im Übersetzungswesen, bei der Dokumentation von Produkten und Dienstleistungen, aber auch bei Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen entstehen große Mengen elektronisch archivierter Texte. Diese sind eine gute Quelle für Fach- und Firmenterminologie. Sie können aber auch, je nach Menge, als Rohmaterial für Stichwortverzeichnisse, Glossare und sogar für Wörterbücher benutzt werden. Dazu müssen die Texte systematisch erschlossen und die relevanten Wörter und Wortverbindungen strukturiert dargestellt werden, zum Beispiel in elektronischen Wortinformationssystemen.

Das Institut für Informationswissenschaft und Sprachtechnologie (IwiSt) der Universität Hildesheim arbeitet daran, die Methoden zur Extraktion und Darstellung von (Fach-)Wörtern und Wortverbindungen weiter zu verbessern. Als Grundlage dienen computerlinguistische Verfahren, die unter anderem an der Universität Stuttgart entwickelt wurden. Die Sprachwissenschaftler setzen Texterschließungswerkzeuge ein, primär für Deutsch, aber auch

für andere Sprachen. Daneben erforschen sie die Gebrauchstauglichkeit von elektronischen Wörterbüchern. Anhand von Experimenten im Hildesheimer Usability-Labor verfolgen sie das Ziel, die Darbietung von Wortschatzdaten in elektronischen Medien auf bestimmte Benutzergruppen und Benutzerbedürfnisse hin zu optimieren.

Die Extraktionstechniken wurden seit 2006 in Kooperation mit Verlagen und Übersetzungsabteilungen aus der Wirtschaft erprobt. Derzeit läuft ein EU-Projekt, in welchem eine Erweiterung auf den halbautomatischen Aufbau zweisprachiger Wortlisten (zum Beispiel Deutsch/Französisch, Deutsch/Englisch) untersucht wird.

Das IwiSt bietet Auftragsforschung, Beratung und Forschungskooperationen mit Verlagen, Presse, Übersetzungs- und Dokumentationsunternehmen an. Beispielsweise können aus Textmaterial der Unternehmen Stichwortlisten, Glossare, Terminologielisten oder auch ganze Wörterbücher entwickelt werden.



Regionale Wirtschaftsförderung in Lüneburg:
das Projektgebiet des Innovations-Inkubators

Leuphana Universität Lüneburg
Innovations-Inkubator

Tobias Hannemann
hannemann@inkubator.leuphana.de
www.leuphana.de/inkubator/unternehmen
Tel.: 04131.677-1557

Innovations-Inkubator Lüneburg

Neue Wege in der regionalen Wirtschaftsförderung

Der Name „Innovations-Inkubator“ steht für ein europaweit einmaliges Projekt zur Förderung der Wirtschaft in der Region Lüneburg. Die Leuphana Universität Lüneburg und das Land Niedersachsen haben das ehrgeizige Wirtschaftsentwicklungsprojekt gemeinsam gestartet. Die EU fördert das Vorhaben mit fast 64 Millionen Euro, das Land beteiligt sich mit 22 Millionen Euro. Im Vordergrund steht dabei die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen in zukunftssicheren Branchen sowie die Stärkung des Forschungs- und Entwicklungspotenzials insbesondere von kleinen und mittleren Unternehmen in der Region. Bis 2015 werden hierfür zahlreiche Innovationsprojekte in insgesamt 16 aufeinander abgestimmten Teilmaßnahmen an der Leuphana Universität Lüneburg umgesetzt.

Eine der Maßnahmen, „Projekte mit der Kreativitätswirtschaft“, zielt auf eine kunstmarktorientierte Innovations- und Gründungsförderung für regionale Mikrounternehmen mit internationalem Potenzial ab. Gefördert werden Künstler oder Personen,

die in Produktion und Distribution von visueller Kunst tätig oder am Bewertungsprozess beteiligt sind. Die Universität will auch die Zusammenarbeit mit Unternehmen und Organisationen auf dem Feld der Medienproduktion vorantreiben. Besonders interessant sind dafür die Sektoren Software-/Games-Industrie und Filmbranche.

Unternehmen und Institutionen aus der Region Lüneburg können auf vielfältige Weise vom Innovations-Inkubator profitieren. Beispiele für Formen der Zusammenarbeit sind:

- ▶ Master- und Doktorarbeiten zu regionalwirtschaftlichen Fragestellungen
- ▶ anwendungsorientierte Forschungsprojekte für Mittelständler
- ▶ unternehmensspezifische Weiterbildungsangebote
- ▶ große, international besetzte Forschungsk Kooperationen (Kompetenz tandems)

Interessierte Unternehmen können sich an den Innovations-Inkubator wenden.

Ihre Ansprechpartner bei den Technologietransferstellen der niedersächsischen Hochschulen

Technische Universität Braunschweig
Technologietransfer-Stelle
Jörg Saathoff
Tel.: 0531.391-4260, Fax: 0531.391-4269
e-mail: j.saathoff@tu-braunschweig.de

Hochschule für Bildende Künste Braunschweig
Technologietransfer
Prof. Erich Kruse
Tel.: 0531.391-9168, Fax: 0531.391-9239
e-mail: e.kruse@hbk-bs.de

Technische Universität Clausthal
Technologietransfer und Forschungsförderung
Mathias Liebing
Tel.: 05323.72-7754, Fax: 05323.72-7759
e-mail: mathias.liebing@tu-clausthal.de

Georg-August-Universität Göttingen
Stabsstelle Beteiligungsmanagement,
Technologietransfer und Metropolregion
Dr. Harald Süßenberger
Tel.: 0551.39-3955, Fax: 0551.39-12278
e-mail: hsuesse1@uni-goettingen.de

Leibniz Universität Hannover
uni transfer
Andreas Menzelmann
Tel.: 0511.762-5725, Fax: 0511.762-5723
e-mail:
andreas.menzelmann@zuv.uni-hannover.de

Medizinische Hochschule Hannover
Technologietransfer
Gerhard Geiling
Tel.: 0511.532-2701, Fax: 0511.532-9346
e-mail: geiling.gerhard@mh-hannover.de

Stiftung Tierärztliche Hochschule Hannover
Technologietransfer
Prof. Dr. Waldemar Ternes
Tel.: 0511.856-7544, Fax: 0511.856-7674
e-mail: waldemar.ternes@tiho-hannover.de

Stiftung Universität Hildesheim
Dezernat für Studienangelegenheiten
und Transfer
Joachim Toemmler
Tel.: 05121.20655-19, Fax: 05121.20655-61
e-mail: transfer@uni-hildesheim.de

Leuphana Universität Lüneburg
Wissenstransfer und Kooperationen
Andrea Japsen
Tel.: 04131.677-2971, Fax: 04131.677-2981
e-mail: japsen@uni.leuphana.de

Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
Transferstelle dialog
Wissens- und Technologietransferstelle
der Universität Oldenburg
Manfred Baumgart
Tel.: 0441.798-2914, Fax: 0441.798-3002
e-mail: manfred.baumgart@uni-oldenburg.de

Universität Osnabrück
Hochschule Osnabrück
Gemeinsame Technologiekontaktstelle
der Hochschule und der Universität
Dr. Gerold Holtkamp
Tel.: 0541.969-2050, Fax: 0541.969-2041
e-mail: tks@wt-os.de

Universität Vechta
Stabsstelle Forschungsmanagement
und -transfer
Lars Hoffmeier M.A.
Tel.: 04441.15-279, Fax: 04441.15-451
e-mail: lars.hoffmeier@uni-vechta.de

Ostfalia Hochschule für angewandte
Wissenschaften
Hochschule Braunschweig/Wolfenbüttel
Wissens- und Technologietransferstelle
Detlef Puchert
Tel.: 05331.939-10190, Fax: 05331.939-10192
e-mail: d.puchert@ostfalia.de

Hochschule Emden/Leer
Technologietransfer
Matthias Schoof
Tel.: 04921.807-7777, Fax: 04921.807-1386
e-mail: technologietransfer@fh-emden-leer.de

Fachhochschule Hannover
Zentrum für Weiterbildung und
Technologietransfer
Elisabeth Fangmann
Tel.: 0511.9296-3324, Fax: 0511.9296-3310
e-mail: elisabeth.fangmann@fh-hannover.de

HAWK Hochschule für angewandte
Wissenschaft und Kunst
Hochschule Hildesheim/Holzwinden/Göttingen
Büro für Wissens- und Technologietransfer
Karl-Otto Mörsch
Tel.: 05121.881-264, Fax: 05121.881-284
e-mail: moersch@hawk-hhg.de

Jade Hochschule
Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth
Wissens- und Technologietransfer

Studienort Wilhelmshaven
Peter Berger
Tel.: 04421.985-2211, Fax: 04421.985-2315
e-mail: peter.berger@jade-hs.de

Studienort Oldenburg
Christina Müller
Tel.: 0441.7708-3325, Fax: 0441.7708-3460
e-mail: christina.mueller@jade-hs.de

Impressum

Herausgeber:
Arbeitskreis der Technologietransferstellen
niedersächsischer Hochschulen

Redaktion:
Christina Amrhein-Bläser
uni transfer
Leibniz Universität Hannover
Brühlstraße 27, 30169 Hannover
Tel.: 0511.762-5728, Fax: 0511.762-5723
e-mail:
christina.amrhein-blaeser@zuv.uni-hannover.de

Beiträge zum Thema
„Innovative Lösungen für kreative
Unternehmen“ von:
Johannes Behnen, M.A.
Prof. Dr. Michael Clasen
Malika Damian, BSc. PT
Prof. Christian Gündling
Tobias Hannemann
Prof. Dr. Ulrich Heid
Prof. Suzanne Koehert
Prof. Barbara Kotte
Prof. Erich Kruse
Prof. Kay Marlow
Dipl.-Wirt.-Inf. Rico Meiner
Prof. Uli Plank
Dipl.-Ök. Marc-Oliver Reeh
Prof. Andreas Schulz
Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann
Prof. Dr. med. Christoff Zalpour

Gestaltung:
Peter Köbke Grafikdesign

Wir danken dem Niedersächsischen Ministerium
für Wissenschaft und Kultur für die finanzielle
Unterstützung.

Die Online-Ausgaben der bisher
veröffentlichten Technologie-
Informationen niedersächsischer
Hochschulen finden Sie unter:
www.tt.uni-hannover.de

Themen der vorigen vier Ausgaben:
Gesundheitsfördernde Wirkstoffe, 3/2010
Umweltschonende Energien, 2/2010
Ambient Assisted Living, 1/2010
Psychologie in der Arbeitswelt, 4/2009

Was wäre Know-how ohne Know-where?

Wir vermitteln zwischen Wissenschaft und Wirtschaft.

Die Wissens- und Technologietransferstellen der Hochschulen in Niedersachsen.



Niedersachsen

www.innovatives.niedersachsen.de/forschung