

Adlershof

Journal

Mai | Juni 2021



Gute Nachrichten: Unserer Science-Community gehen die Ideen nicht aus

Neue Realität:
Ungewohnte Wege in der PR

Visuelle Überraschungen:
Werbespots von Angry Hamster-Film

Frikadelle aus dem Bioreaktor:
Pilzbasierter Fleischersatz



INHALT

- 3 ESSAY**
„Ach, dafür haben Sie Zeit?": Warum Forschende, die Wissenschaft transparent machen, belohnt werden sollten
- 4 IM GESPRÄCH MIT**
Peter Strunk und Cindy Böhme, die bekannte und die neue Stimme Adlershofs
- 6 TITELTHEMA**
Wie in der Krise kommunizieren? Ein Erfahrungsbericht des WISTA-Kommunikationsteams nach einem Jahr Coronapandemie
- 9 MENSCHEN**
Der **Atomefänger**: Markus Krutzik erforscht Grundlagen und Anwendungen hochpräziser Messgeräte
- 10 NACHGEFRAGT**
Sehen und verstehen: „Lange Nacht der Wissenschaften“ am 5. Juni 2021 coronabedingt abgesagt, Sondersendung bei „radioeins“
- 12 CAMPUS**
Für Bürgerbeteiligung übers Wasser gehen: Zum 1. Juli startet das Experimentallabor „AnthropoScenes“
- 14 FORSCHUNG**
Die neue Realität: Digital und hybrid statt analog – ungewohnte Wege in der Öffentlichkeitsarbeit
- 16 UNTERNEHMEN**
Frikadelle aus dem Bioreaktor: Mushlabs GmbH nutzt Pilzzellen für die Produktion eines veganen Fleischersatzes
- 18 MEDIEN**
Zwei Cineasten und ein Hamster machen Werbung: Erklärfilme sind mehr als eine filmische Gebrauchsanweisung
- 20 GRÜNDER**
Voll im Bilde: Grafische Lösungen für geisteswissenschaftliche Inhalte
- 22 KURZNACHRICHTEN | IMPRESSUM**

AUS DER REDAKTION

Mehr Mut zum Dialog

Die Zeiten von Forschung im Elfenbeinturm sind lange vorbei. Ob Klimakrise, Gendebatte oder aktuell die Coronapandemie – es gibt ein gesteigertes Interesse der Gesellschaft an Wissenschaft. Das zeigen nicht zuletzt Millionen Aufrufe der Podcast-Reihe vom Norddeutschen Rundfunk mit dem Virologen Christian Drosten oder des YouTube-Kanals „MaiLab“ von der Wissenschaftsjournalistin Mai Thi Nguyen-Kim. Auf der anderen Seite werden wissenschaftsskeptische Stimmen lauter. Aufgabe der Wissenschaftskommunikation ist daher nicht nur, Forschung verständlich zu machen. Bei der Informationsflut wird es auch wichtiger, aufzuklären, einzuordnen und somit immer wieder Glaubwürdigkeit und Vertrauen für die Arbeit der Forschenden zu festigen.

Wie Wissenschaftskommunikation heute funktioniert, erzählen Anja Wirsing und Oliver Perzborn (S. 14 f.). Über Chancen und Risiken von Public Relations in der Krise berichtet das Kommunikationsteam der WISTA Management GmbH (S. 6 ff.). Dessen Chef und Pressesprecher des Technologieparks Adlershof ist Peter Strunk. Er schreibt seit über 20 Jahren am Drehbuch der Erfolgsgeschichte Adlershofs. Jetzt hat Cindy Böhme die Sprecherfunktion übernommen. Was beide antreibt, verraten sie im Interview (S. 4 f.).

Den Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft zu intensivieren und zu verstetigen soll auch mit neuen Formaten wie dem Experimentallabor „AnthropoScenes“, das im Juli die Arbeit aufnimmt, gelingen (S. 12 f.). Das Experimentallabor verbindet Theater und Wissenschaften miteinander und thematisiert den Umgang der Menschen mit ihren Ressourcen am Beispiel von Wasser.

Unmittelbar vor dem Druck dieses Heftes erreichte die Redaktion die Absage der diesjährigen „Langen Nacht der Wissenschaften“. Kleiner Trost für Wissenschaftsfans: Es gibt Digitalangebote und eine Sondersendung auf „radioeins“ am 5. Juni 2021 um 19 Uhr.

Unterschätzt werde auch das Medium Film bei der Wissenschaftskommunikation, zumindest was das Thema Erklärfilme angeht. Neu in Adlershof ist die Full-Service-Agentur Angry Hamster UG die nicht nur Bildungsangebote zu einem cineastischen Genuss werden lässt. (S. 18 f.)

Ihre

Sylvia Nitschke
Chefredakteurin

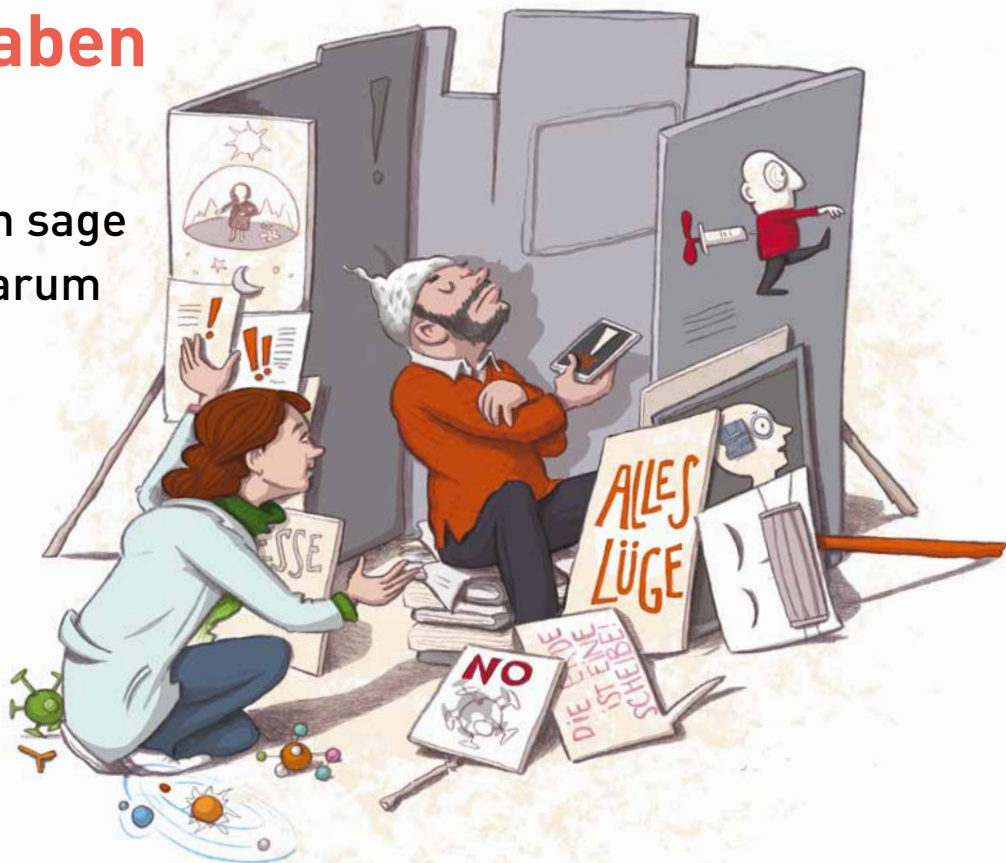


Ausführliche Texte und Adlershofer Termine finden Sie unter:

→ www.adlershof.de/journal

„Ach, dafür haben Sie Zeit?“

Ganz genau, und ich sage Ihnen jetzt auch, warum



Das mit Corona ist schwierig. Womöglich steckt Bill Gates dahinter, der ohnehin die Weltgesundheitsorganisation kontrolliert, um überall auf der Welt Menschen zwangsimpfen zu lassen. Er will uns allen Microchips implantieren. Es könnte auch sein, dass „die Chinesen“ mit Viren experimentiert haben und SARS-CoV-2 aus einem Labor in Wuhan freigesetzt wurde. Auf jeden Fall aber nutzt die Bundesregierung die Pandemie, um die Demokratie auszuhebeln. Sie schreckt dabei nicht davor zurück, eine Maskenpflicht bei einer an sich harmlosen Erkrankung einzuführen, obwohl doch schon Kinder durch das Masketragen gestorben sind.

All das sind Behauptungen, die im Internet kursieren, zum Teil von namhaften Forschenden unterstützt, und millionenfach geteilt werden. Immer wieder berufen sich Demonstrierende gegen die Coronamaßnahmen auf die ein oder andere Aussage.

Soll man sich jetzt darüber lustig machen? Oder sich die Mühen machen, alle oben aufgeführten Behauptungen als das zu entlarven, was sie sind: Fake News, Falschaussagen, Verschwörungserzählungen? Das „Debunking“, wie die Entlarvung auf Englisch so schön heißt, ist wichtig und notwendig. Damit ist es jedoch nicht getan. Es gibt solche verqueren Weltbilder ja nicht erst seit Corona. „Chemtrails“ heißen die Kondensstreifen von Flugzeugen in bestimmten Kreisen. Sie enthalten angeblich Stoffe, die uns gefügig machen sollen. Zu abgedreht? Was ist mit Chlorbleiche (MMS) gegen Autismus? In Frankfurt an der Oder gab es an der Europa-Universität Viadrina ein „Institut für transkulturelle Gesundheitswissenschaften“, das mit hanebüchenden Masterarbeiten (unter anderem zu einem „Kozyrev-Spiegel“, der Hellsehen und Kontakt zu Toten ermögliche) Schlagzeilen machte.

Wer das als „Alle bekloppt“ abtut, verkennt, dass es oft höher Gebildete sind, die an Verschwörungsmythen glauben. Für mich ist jeder einzelne dieser Menschen auch eine Mahnung an Forschende und deren Institutionen, verantwortungsvolle

Wissenschaftskommunikation zu betreiben. Da reichen keine Talkshows und kein cooler YouTube Channel über Wissenschaft. Da hilft keine charismatische Wissenschaftlerin, egal ob Nobelpreis-gekürt oder nicht, die all den Humbug öffentlich verurteilt. Da hilft keine Skeptiker-Bewegung. Das ist alles zu spät, weil die Weltbilder längst verfestigt sind.

Schule hilft. So wie in den Schulen mehr und mehr „Media Literacy“ (Medienkompetenz/Anm. d. Red.) gelehrt wird, sollte auch „Scientific Literacy“ ins Curriculum. Das heißt konkret: Lehrkräfte aus- und weiterbilden und ihnen zeigen, wie Wissenschaft heute geht. Wissenschaftler/-innen in Kindergärten und Schulen schicken und den Kindern die wissenschaftliche Methode nahebringen. Und zugleich darauf achten, sich nicht über Wunderglauben – sei er nun katholisch, anthroposophisch oder verschwörungsmächtig – lustig zu machen.

Nur hilft uns das jetzt nicht weiter, wenn Corona grassiert. Wenn Gurus und Querdenker auftreten und gegen „die Wissenschaft“ hetzen. Wenn Forschende bedroht werden, weil sie aufklären, und so zermürbt werden, dass sie mit ihrer öffentlichen Kommunikation aufhören.

Fazit: Klassische Aufklärung hilft nur bedingt, weil die Weltbilder zu verfestigt sind. Viel wichtiger ist es, die Menschen ernst zu nehmen. Auch wenn sie einem närrisch vorkommen. Das heißt, immer wieder diskutieren, immer wieder Wissenschaft mitsamt dem Prozess des Forschens, Zweifelns und Validierens transparent machen – und zwar durch die Forschenden selbst. Dafür müssen sie belohnt und nicht von der eigenen Leitung bestraft werden: „Ach, dafür haben Sie Zeit?“ Genau! Die Antwort lautet: „Ja, dafür brauche ich Zeit!“

Josef Zens leitet die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit am Deutschen GeoForschungszentrum GFZ, Helmholtz-Zentrum Potsdam.

Name: Peter Strunk
 Beruf: Historiker
 Jahrgang: 1955
 Wohnort: Berlin-Schöneweide

Bei ihm dreht sich fast alles um Geschichte(n). Peter Strunk ist bekannt als die Stimme des Technologieparks Adlershof. Seit über 20 Jahren sorgt er dafür, dass Deutschlands größter High-techstandort in den Medien präsent ist. Nicht nur lokal, sondern überregional und international. Zweimal wurde der quirlige Kommunikationschef der WISTA Management GmbH als „Forschungssprecher des Jahres“ ausgezeichnet. Nach Studium und Promotion in Geschichte an der Freien Universität Berlin entschied sich der in Frankfurt (Main) Geborene für die PR, arbeitete zunächst für den Elektrokonzern AEG und die IHK Cottbus, bevor er 1999 zur WISTA kam. Sein Erfolgsgeheimnis: Storytelling. Nun hat der 65-Jährige die Unternehmenssprecherrolle an seine Nachfolgerin Cindy Böhme abgegeben. An Ruhestand denkt Peter Strunk aber noch nicht. Als Berater, Autor, Moderator stehen schon jede Menge neue Projekte auf seiner To-do-Liste.

Adlershof Journal: Was war 1999 Ihr erster Eindruck von Adlershof?

PETER STRUNK: Bei meinem Vorstellungsgespräch beeindruckte ich den Personalberater mit einer drastischen Schilderung: große Ankündigungen, große Bilder, große Baustelle, viele Zuständigkeiten, alles sehr komplex, unendlich kompliziert. Mein Eindruck täuschte mich nicht. Ich war in den falschen Film geraten! Aber dieser Film hat eine sehr spannende Handlung.

Wie gelang Ihnen der Mediendurchbruch?

Als ich anfang, am Drehbuch mitzuschreiben. Das war 2003. Alles, was ich bisher über Pressearbeit gelernt hatte, funktionierte hier nicht. Wir mussten alles anders machen: keine Pressemitteilungen, stattdessen Redaktionsbesuche. Ich wollte wissen, was die Journalisten interessiert und welche Themen wir ihnen anbieten konnten. So entstand ein neues Kommunikationskonzept. Schönstes Ergebnis: Nach drei Jahren waren wir mit einer großen Reportage im „Spiegel“.

Der Technologiepark Adlershof ist jetzt 30 Jahre alt. Wie sehen Sie die Medienarbeit von Adlershof heute?

Auch wenn ich als Sprecher oft Vorturner bin: Gute Öffentlichkeitsarbeit funktioniert nur mit einem guten Team. Adlershof ist keine Angelegenheit, die man nach Schema F bearbeiten kann. Ich habe

diesen Ort in seiner Vielseitigkeit, aber auch in seiner Widersprüchlichkeit lieben gelernt. Hier in Adlershof bauen wir eine wissensbasierte Industrie neu auf. Das ist eine großartige Geschichte, die weitererzählt werden muss.

Ihr Tipp an Ihre Nachfolgerin?

Die WISTA ist nicht mehr nur in Adlershof unterwegs. Es kommen neue Themen hinzu. Die Medienlandschaft ist im Umbruch, neue Kommunikationskanäle gilt es zu nutzen. Das ist eine günstige Gelegenheit, neue Akzente zu setzen, eine eigene Sprache, den eigenen Stil zu finden. Was noch? Interesse zeigen und versuchen, auch mal größere Themen zu (be)setzen.

Welches Vorurteil haben Sie als Geisteswissenschaftler gegenüber Naturwissenschaftler/-innen abgebaut?

Als Historiker habe ich mich immer schon mit Technik und Naturwissenschaften befasst. Ich denke nicht in Schubladen. Vielmehr möchte ich wissen, was uns Menschen im Innersten antreibt. Da habe ich in Adlershof viel gelernt. Viele der großen Herausforderungen, derer wir uns annehmen müssen, lassen sich nur interdisziplinär lösen.

Was wollten Sie als Kind werden?

Schon mit acht Jahren wollte ich Geschichte studieren. Ich erinnere mich an einen Schulausflug an den Limes. Der Grenzwall der Römer faszinierte mich. Wenn mein Vater „vom Krieg“ erzählte, wollte ich genau wissen, was passiert war. Wenn ich meine Großeltern in der DDR besuchte, fragte ich mich, warum mitten durch Deutschland eine Grenze verläuft.

Wie verbringen Sie Ihre Freizeit?

Ich bin ein Fan der großen und der kleinen Eisenbahn. In meinem Arbeitszimmer fährt eine HO-Modellbahn mit funktions-tüchtiger Oberleitung, an der es immer etwas zu basteln gibt. Ich verreise gern mit dem Zug. 2019 sind meine Frau und ich mit dem „Canadian“ (transkontinentaler Reisezug/Anm. d. R.) von Toronto nach Vancouver gefahren. Das war unglaublich schön. Ich bin auch begeisterter Radfahrer. Meine weiteste Radtour mit Freunden ging bis an die russische Grenze, nach Frauenburg in Polen. Ich möchte gern von München nach Verona radeln. Dafür muss ich allerdings noch mächtig trainieren. Bewegung an der frischen Luft bekomme ich auch beim Gemüseanbau auf unserem Brandenburger Ackerbeet.



Im Gespräch mit Peter Strunk &

Ein weiteres Steckenpferd von Ihnen sind Bücher.

Ja, in meiner Heimbibliothek stehen an die 2.000 Bände, darunter alle wichtigen Publikationen zur deutschen Nachkriegsgeschichte. Ich lese nicht nur, sondern ich schreibe auch. Ich habe nicht nur ein Buch zur Geschichte der AEG, sondern auch zahlreiche Aufsätze veröffentlicht. Zwei Buchprojekte habe ich im Kopf: Eines befasst sich mit der Geschichte der Autobahnen und eines mit der wirtschaftlichen Entwicklung des Technologieparks Adlershof. Da bin ich ja Zeitzeuge.

Was ist Ihr Wunsch?

Berlin war mal größte deutsche Industriestadt. Was hat Berlin groß gemacht? Nicht die Kohle unter der Erde, sondern exzellente Universitäten, eine gut ausgebaut Infrastruktur und vor allem der Zuzug junger Talente. So konnte die „Elektropolis“ entstehen. Warum versuchen wir nicht eine „Elektropolis 2.0“? Mit einer neuen, sauberen Industrie, die mit der Wissenschaft zusammenarbeitet. Adlershof ist dafür der Prototyp: pulsierend und weit in die Zukunft reichend. Ich bin überzeugt, dass das gelingen kann.



Name: Cindy Böhme
Beruf: Germanistin/
Kommunikationsmanagerin
Jahrgang: 1990
Wohnort: Berlin-Köpenick

Adlershof Journal: Mitten in der Pandemie im November 2020 haben Sie bei der WISTA angefangen.

Ihr erster Eindruck von Adlershof?

CINDY BÖHME: Tatsächlich kenne ich die Wissenschaftsstadt schon aus der Einwohnerperspektive von der anderen Seite des Adlergestells. Eineinhalb Jahre hatte ich dort gewohnt. Da fand ich es im Technologiepark recht ruhig. Seitdem ich selbst hier arbeite, sehe ich eifrigen Betrieb. Und das sogar, obwohl die Studierenden wegen der Online-Vorlesungen fehlen und viele Beschäftigte im Homeoffice sind. Ich habe direkt das Gefühl gehabt, dass alle miteinander in Kontakt stehen, sich kennen. Der Hochtechnologiestandort Adlershof ist nicht nur Arbeitsort, sondern wird mehr und mehr zum Lebensmittelpunkt.

Sie treten in große Fußstapfen eines erfahrenen Medienprofis. Ist Ihnen bange davor?

Nein, der Übergang ist fließend. Ich hatte eine intensive Einarbeitungszeit, konnte sowohl die diesjährige Adlershofer Jahrespressekonferenz gemeinsam mit Peter Strunk bestreiten als auch die aktuelle PR in der Coronazeit mitgestalten. Ich habe großen Respekt vor seiner Arbeit. Seine Erfahrung lässt ihn entspannter an Themen herangehen. Aber der schnelle Wandel in der Medienlandschaft und im Informations- und Medienverhalten zwingen uns, auch immer wieder zu schauen, welche weiteren Kanäle neben Artikeln in prestigeträchtigen Zeitungen für eine effektive und effiziente Kommunikation bedeutsam sind.

Welche neuen Akzente wollen Sie bei der Medienarbeit setzen?

Adlershof ist kommunikativ gut aufgestellt. Es läuft unheimlich viel und das ziemlich gut. Potenzial sehe ich bei den digitalen Kanälen in puncto Bewegtbild. Wichtig ist mir daneben, über Adlershof hinaus zu kommunizieren. Stärker die neueren WISTA-Projekte von Dahlem bis Marzahn zu bespielen, deren verbindende Elemente zu finden und rauszustellen, steht auf meiner Agenda.

Was nehmen Sie von Ihrem Vorgänger mit?

Besonders wertvoll sind die vielen Kontakte, die Peter Strunk in den letzten 20 Jahren aufgebaut hat. Mich darüber zu

vernetzen, erleichtert vieles. Als Kommunikatorin geht es nicht als Einzelkämpferin, man braucht Mitstreitende. Die Erfahrungen meines Vorgängers helfen mir auch, manche Fallstricke rechtzeitig zu erkennen und mich nicht darin zu verheddern.

Was wollten Sie als Kind werden?

Ich habe mich orientiert an den Berufsbildern, die ich aus meinem Umfeld – von meinen Eltern und Verwandten – kannte: Physiotherapeutin oder Kellnerin.

Wann haben Sie zuletzt etwas Neues gemacht und was war das?

Ich habe letztes Jahr angefangen zu gärtnern. Auf dem Balkon. Erst waren es nur ein paar Töpfe mit Tomaten, Snackgurken, Kräutern und Blumen. Das hat mir so großen Spaß gemacht, dass ich inzwischen Mitglied in einem interkulturellen Gartenprojekt in Köpenick geworden bin. Mein Freund und ich teilen uns ein 40 Quadratmeter großes Beet mit einer Rentnerin. So habe ich einen Ausgleich zur Arbeit mit dem schönen Nebeneffekt, frisches Gemüse zu bekommen.

Wie verbringen Sie Ihre Freizeit?

Ich bin leidenschaftliche Kinogängerin, habe als Studentin Filmkritiken geschrieben und als Schülerin im Kino gearbeitet. Zu meinen Lieblingsfilmen gehören „Toni Erdmann“, „Moonrise Kingdom“, „La La Land“, „Finding Vivian Maier“ und „Lady Bird“. Mein Kintipp: das Adlershofer Kino „Casablanca“. Als Germanistin habe ich eine Affinität zu neuer deutscher Literatur. Außerdem verbringe ich gern Zeit am Wasser, mag es, alte Möbel aufzuarbeiten und über Flohmärkte zu streifen, im Café zu sitzen und das Treiben um mich herum zu beobachten.

Was steht alles auf Ihrer Wunschliste?

Ich habe viele Urlaubsreiseziele angesammelt – angefangen von New York über Südengland bis Gotland. Ein Wochenendhäuschen in Wassernähe wäre auch großartig. Ansonsten hätte ich gern wieder einen Hund. Als Kind hatte ich einen Dackel. ■ *sn*

Cindy Böhme

Sie ist die neue Unternehmenssprecherin der WISTA Management GmbH. Mit frischem Blick von außen schreibt die gebürtige Mecklenburgerin Cindy Böhme die Erfolgsgeschichte des Technologieparks Adlershof medial fort. Doch das ist noch nicht alles. Stärker kommunikativ begleiten wird sie WISTA-Projekte wie die Gründungszentren CHIC und FUBIC, den CleanTech Business Park Marzahn und die neuen Berliner Gewerbehöfe 2.0. Die 30-Jährige hat Germanistik und Kommunikationsmanagement studiert sowie Berufserfahrungen bei der Deutschen Telekom und der globalen PR-Agentur Edelman gesammelt. Bereits in ihrer Studienzeit bewies die begeisterte Cineastin eine spitze Feder als Filmkritikerin. Als Ausgleich zum kommunikativen Job hat sie inzwischen das Gärtnern für sich entdeckt. Wachstum, egal ob bei beruflichen Aufgaben oder beim Gemüseanbau, treibt Cindy Böhme an.

WIE IN DER KRISE



Wie reagiert der Mensch auf Gefahr? Mit Angriff, Flucht oder Totstellen. Welche Wahl hat das Kommunikationsteam der Betreibergesellschaft des Technologieparks Adlershof getroffen, als plötzlich, am 14. März 2020, Deutschland dichtgemacht wurde? Ein Erfahrungsbericht nach einem Jahr Coronapandemie.

Lockdown! Was jetzt? Was wird aus der Erfolgsgeschichte Adlershof, fragten wir – Kommunikator/-innen der WISTA Management GmbH – uns, als wir uns plötzlich im Homeoffice wiederfanden?

Uns hatte kein Krieg, kein pyroklastischer Sturm, kein Tsunami heimgesucht, sondern ein hochansteckendes Virus. Wir hatten keine Medikamente, keine Impfstoffe und daher ein mulmiges Gefühl. Das Virus zwang uns, das berufliche Leben in kürzester Zeit gänzlich neu zu organisieren. Homeoffice und Videokonferenzen – das Präsenzland Deutschland stellte eilig um, all das war kein No-Go mehr. Wie schnell wir in der Lage waren, uns neu zu organisieren, vieles lernen zu müssen, ist eine der positiven Erfahrungen, auf die wir nach einem Jahr zurückblicken können.



Aber, im März 2020 herrschte zunächst beklemmende Ruhe. Unser gut eingespieltes Onlineteam – wesentlicher Kanal der WISTA-Außenkommunikation – ergriff die Initiative. Es stellte eine Sonderseite mit Informationen zur Coronasituation bereit. Außerdem wurde eine B2B-Selbsthilfe-Kooperationsplattform entwickelt. Berliner Firmen, die sich mit Arbeitskräften, Geräten, Materialien oder Know-how aushelfen möchten, sind die Adressaten.

SANDRA CHABRIER & VALERIA FRIBUS

Mit schicken Plakaten und flotten Sprüchen gegen das Virus? Unmöglich!

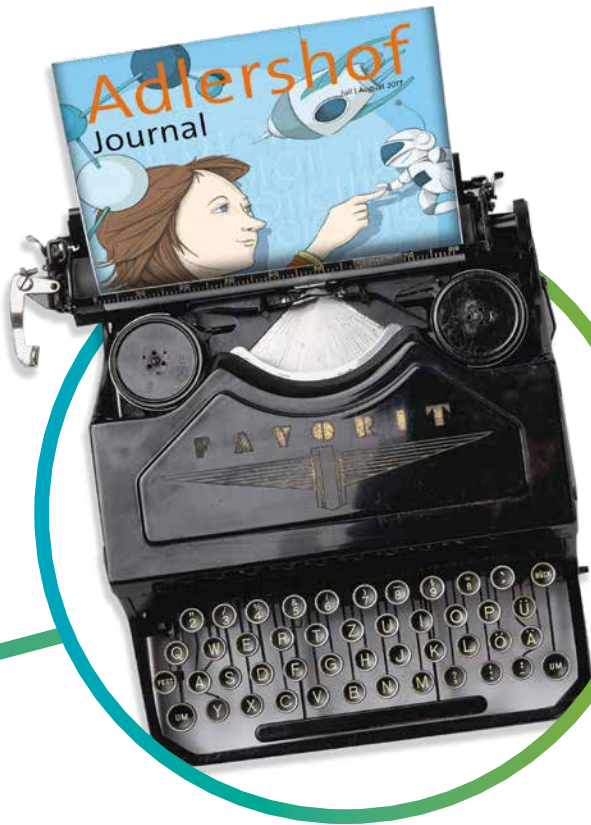
Wir mussten unsere klassischen Marketingaufgaben erstmal zur Seite legen und unterstützten bei der Standortrecherche und Presseansprache. Wir wollten von den Adlershofer Unternehmen wissen, wie es ihnen in der aktuellen Coronasituation geht und wie sie sich gegen die Pandemie engagieren. Die Ergebnisse waren überraschend und ermutigend. Viele Medien haben anschließend darüber berichtet, welche unglaubliche Stärke unser Technologiepark in der Coronakrise zeigt. Die darauf folgende Kampagne „#Wissen schützt“ auf unseren wiederverwendbaren Mund-Nasen-Masken hat das noch sichtbar gemacht.

CINDY BÖHME

Leute schauen wieder Nachrichten

Es wird viel über die Rolle von Medien in dieser Pandemie diskutiert. Das reicht von der Verantwortung der Medien für die schlechte Stimmung unter den Leuten bis zum Vertrauen in Medien. Ich habe aber auch das Gefühl, dass Medien das kollektive Erleben aufrechterhalten, weil es zurzeit keine Großveranstaltungen, Konzerte und Sportereignisse gibt, die sonst große Menschenmengen im gemeinsamen Erfahren und Erleben verbinden. Stattdessen ist es die Tagesschau, die man gemeinsam mit Freunden auswertet und überlegt, ob Familienbesuche nun okay sind oder nicht. Und es sind die Äußerungen, die Politiker/-innen in Talkshows tätigen, die man analysiert. Der „Tatort“ wird gern als „Lagerfeuer der Nation“ bezeichnet – ich denke, zu dem sind Medien in ihrer Gesamtheit in den letzten Monaten geworden.

KOMMUNIZIEREN?



SYLVIA NITSCHKE

Premiere: Erstes Adlershof Journal im Homeoffice entstanden

Die Themen für die Mai-/Juni-Ausgabe 2020 zum Schwerpunkt „Wissenschaftskommunikation“ waren gesetzt, da platzten die Absagen der „Langen Nacht der Wissenschaften“ und aller anderen Veranstaltungen herein. Sofort war mir klar, wir müssen umplanen. Neue Idee: Wir machen ein Heft zum Homeoffice. Damit wollten wir eine Debatte über neue Arbeitsformen initiieren. Weil das gesamte Journalteam mobil arbeitete, entstand die Ausgabe bis auf den Druck vollständig im Homeoffice. Viel Neues haben wir ausprobiert, sogar eine eigene Bildsprache für die Ausgabe entwickelt: Statt Fotos gab es viel Platz für Illustrationen.

Und wie sah es mit der Pressearbeit aus? Wenn alles stillsteht, verstummt auch das angenehme Grundrauschen im öffentlichen Raum. Uns war von Anfang an klar: Wir müssen Präsenz zeigen, erreichbar sein. Flucht oder Totstellen kam für uns nicht infrage.

Wer aber interessiert sich jetzt noch für gute Zahlen und Prognosen aus Adlershof? Würden wir diese überhaupt noch liefern können? Wir mussten herausfinden, wie es den Firmen und Instituten im Technologiepark überhaupt geht. Was uns besonders interessierte: Wer von ihnen engagiert sich gegen das Virus? Die Kolleginnen vom Marketing griffen zum Telefonhörer. Nach wenigen Tagen hatten wir über 30 Unternehmen und wissenschaftliche Einrichtungen ermittelt. Deren Engagement reicht von gespendeten Atemmasken über Tests bis zur Entwicklung eines Impfstoffs.

Mit dieser beeindruckenden Liste gingen wir an die Öffentlichkeit. Wir hatten wieder eine Story. Wir hatten keine schlechte, sondern eine gute Nachricht zu verkünden. Die Medien nahmen diese dankbar auf. Die Versorgung der klassischen Medien mit seriösen Informationen war uns von Anfang an wichtig. Während in der „Parallelwelt des Internets ein Feuerwerk an Falschmeldungen abgebrannt wird“, haben die meisten Menschen nicht vergessen, „dass es noch ein Diesseits gibt“ und kehren „in Scharen“ zu eben diesen klassischen Medien zurück, wie die Süddeutsche Zeitung prägnant formulierte.

Im April 2020 standen wir vor einer großen Herausforderung: Die Ergebnisse unserer Jahresumfrage 2019 lagen vor; die Zahlen waren hervorragend, die Prognosen für 2020 ebenso – beste Voraussetzungen für unsere Jahrespressekonferenz. Bloß: Alle Daten waren vor dem Lockdown erhoben worden. Also im Grunde genommen wertlos? Natürlich hätten wir sie „kassieren“ und stattdessen mit besorgter Miene düstere Szenarien entwerfen können. Damit aber hätten wir unserem Standort – und uns – keinen Gefallen getan.

Die Jahrespressekonferenz fiel aus; eine ausführliche Pressemitteilung wollten wir in jedem Fall herausgeben. Sie sollte nicht nur gute Zahlen enthalten, sondern auch Zuversicht verbreiten. Neben dem Hinweis auf das Engagement gegen das Coronavirus half ein Blick in die Geschichte des Standortes: Sowohl aus der Finanzkrise (2008/09) als auch aus der Solarkrise (2011) ging Adlershof gestärkt hervor. Etliche Firmen hatten die Folgen der Coronapandemie in aller Härte zu spüren bekommen. Insgesamt jedoch zeichnet unseren Technologiepark ein gehöriges Maß an Robustheit und Resilienz aus. Das ermöglichte es uns, vor die Kamera des RBB-Fernsehens zu treten und zu sagen, „dass Unternehmen und Einrichtungen in einem so breit aufgestellten Wissenschafts- und Technologiepark wie in Berlin Adlershof gerade in Krisenzeiten flexibel agieren und sehr schnell innovative

PEGGY MORY

Da geht Authentizität verloren

Unser Jugend-forscht-Regionalwettbewerb, den die WISTA Management GmbH als Pate ausrichtet, fand als rein digitales Format statt. Ohne öffentliche Ausstellung, bei der uns normalerweise Hunderte Schüler/-innen besuchen. Welch irre Idee hinter manchem Projekt stand, wie ausdauernd die jungen Leute an ihren Ideen gefeilt haben, das konnten nur die wenigen Menschen erkennen, die jeweils im virtuellen Raum zusammenkamen. Euphorie lässt sich so schlecht teilen. Auch die Siegerehrung fand online statt. Ohne direktes Feedback, ohne jubelnde Familien und sich umarmende Teenager. Das Ganze ließ uns erschöpft und ratlos zurück. Das „Neudenken-Müssen“ dieser normalerweise in Präsenz stattfindenden Veranstaltung hat aber auch Kreativität und Begeisterung freigesetzt. So habe ich die Videoreihe „RoleModelsAdlershof“ konzipiert, in der Adlershofer Akteure erzählen, was sie antreibt, wie sie mit Erfolgen und Schwierigkeiten umgehen.



ANKE LERP, NICOLE THAMM, ALEXANDER SEIFFERT

Gut geöltes Online-Team mit erheblicher digitaler Arbeitsroutine

Wir hatten einen großen Vorteil: Wir sind ein in der Mobilarbeit erfahrenes Team. Daher konnten wir schnell reagieren und innerhalb kürzester Zeit ein umfangreiches Informationsangebot schnüren. Über die Sonderseiten www.wista.de/corona haben wir fortlaufend über die Betriebssituation in Adlershof und an den weiteren WISTA-Standorten informiert. Das Spektrum der Informationen reichte von Empfehlungen zu Präventionsmaßnahmen über den Betriebsstand der technischen Infrastruktur bis hin zu Mitteilungen zu wirtschaftlichen Fördermaßnahmen, Hilfspaketen und Unterstützungen von Seiten des Berliner Senats. Die Fülle an Berichterstattungen verteilten wir über alle WISTA-Kanäle sowie über den eigens dafür geschaffenen Twitterkanal „WISTA_update“. Mit dem Corona-Sondernewsletter hielten wir die Standortcommunity und Kunden auf dem Laufenden.

Kräfte entfalten können. Das zumindest stimmt uns zuversichtlich, dass der Technologiepark die gegenwärtige Krise in Gänze erfolgreich durchstehen kann.“

Natürlich galt dieses Statement zunächst nur für den Augenblick. Daran hat sich bis heute nichts geändert. Auch in der nunmehr dritten Welle der Pandemie steht jede Prognose unter Irrtumsvorbehalt. Die Reaktion der Medien war damals durchweg positiv; unsere Stimme fand im öffentlichen Raum deutlich hörbare Resonanz.

Im nächsten Schritt ging es darum, ein realistisches Bild des Technologieparks in der Krise zu zeichnen. Uns ging es dabei nicht um abstrakte Zahlenwerke, sondern um konkrete Beispiele. Wer ist als Unternehmerin oder Unternehmer bereit, in aller Offenheit

darüber zu sprechen? Das kostet Überwindung und verlangt von uns Kommunikator/-innen ein besonderes Fingerspitzengefühl. Aus unserer langjährigen Erfahrung mit den Medien wissen wir, dass Journalist/-innen es sehr wohl würdigen, wenn man ihnen offen und ehrlich gegenübertritt.

Damit hatten wir „unsere Linie“ in der Kommunikation gefunden. Wir blieben ihr auch dann treu, als sich im pandemischen Herbst das Meinungsklima selbst in seriösen Leitmedien änderte: Oft geht es seither nicht mehr nur um sachliche Aufklärung, sondern schlicht um politische Selbstinszenierung und um Aufmerksamkeit. Die vielen „Trompeter im Corona-Panikorchester“ (so der emeritierte Publizistikprofessor Stephan Ruß-Mohl) waren und sind zwar laut, repräsentieren aber nicht „die Medien“ insgesamt. Für uns blieb und bleibt es beim sachlichen und reflektierten Dialog mit den Medien, was zum Beispiel eine „Süddeutsche Zeitung“ und eine „Frankfurter Zeitung“ sehr zu schätzen wissen. Auch in den „Social Media“ achten wir auf unseren guten Ruf als seriöse Quelle. Sie sind für uns keine Echokammern, aus denen heraus wir jeden anbrüllen, der nicht unsere Ansichten teilt.

Was ist aus unserer Prognose vom April 2020 geworden? Schon Ende des Jahres deutete vieles darauf hin, dass eintritt, was wir vorausgesagt hatten. Am 23. März 2021, ein Jahr nach dem ersten Lockdown, konnten wir auf unserer (digitalen) Jahrespressekonferenz verkünden, dass Adlershof auch in der Krise mit einem Umsatzplus von 6,8 Prozent einen deutlichen Wachstumsschritt gemacht hat. ■ [pst/cb/sn](#)

PETER STRUNK

Gleichermaßen Betroffene

Lockdown. Ich musste etwas tun! Also griff ich zum Telefonhörer und rief einen Journalisten an. Er fragte mich, wie es mir geht. „Das kann ich Ihnen gar nicht so genau sagen“, antworte ich, „ich sitze im Homeoffice.“ „Ich auch“, antwortete er.

Pressevertreter/-innen und Pressesprecher/-innen verbindet nicht unbedingt eine innige Freundschaft. Aber in diesem Augenblick war uns klar: Uns verbindet mehr als wir dachten: Wir sind nämlich gleichermaßen betroffen. Auf Grundlage dieser Erkenntnis fallen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus eine ganz andere Verantwortung zu.

ANZEIGE

IHRE STEUERMÄNNER AUS ADLERSHOF.

WIRTSCHAFTSPRÜFER
STEUERBERATER
FACHBERATER FÜR INTERNATIONALES STEUERRECHT

ADDVALUE

DER ATOMEFÄNGER

Markus Krutzik erforscht Grundlagen und Anwendungen hochpräziser Messgeräte

Als er 2009 nach Berlin zog, um zu promovieren, bekam Markus Krutzik von seinem Doktorvater zu hören: „Wir werden aber bald nach Adlershof umziehen.“ Der Name sagte dem gebürtigen Frankfurter damals gar nichts. Mittlerweile ist es über ein Jahrzehnt her, dass sich sein wissenschaftliches und berufliches Dasein im Berliner Südosten abspielt, derzeit an gleich zwei Standorten in der Newton- und der Gustav-Kirchhoff-Straße. Krutzik ist am physikalischen Institut der Humboldt-Universität zu Berlin und obendrein am Ferdinand-Braun-Institut gGmbH, Leibniz-Institut für Höchstfrequenztechnik (FBH) tätig.

Er forscht hier an den Grundlagen für die Entwicklung – wie er sich ausdrückt – „kompakter und robuster atombasierter Sensoren“, hochpräziser Instrumente, die etwa zur Zeitmessung oder zur Navigation dienen können. Dabei stehen seine beiden Arbeitsorte zueinander in einem Verhältnis gegenseitiger Ergänzung: „Die Konzepte, die wir uns als Physiker ausdenken, bringen Wissenschaftler am FBH zur Anwendungsreife.“ Ausdenken, anwenden, Krutziks Leidenschaft gehört beidem.

Er nennt es den „Drang, übergeordnete Zusammenhänge zu verstehen und zu beleuchten“, der Frage nachzugehen: „Was verbirgt sich hinter dem Unbekannten?“ Das hat ihn zur Physik getrieben. Deswegen auch ist er nach dem Abitur Semester für Semester aus der Main-Metropole nach Darmstadt gependelt, dessen Technische Universität nach seinem Eindruck in den Naturwissenschaften mehr zu bieten hatte. Dem Studium dort verdankt er die Faszination für ein Phänomen, das es im Naturzustand gar nicht gibt, von dem



Markus Krutzik brennt nicht nur für die Wissenschaft, er singt auch in einer Heavy-Metal-Band

er gleichwohl sagt: „Das hat mich nicht mehr losgelassen.“ Die Rede ist von „kalten Atomen“.

Wer davon noch nie gehört hat, dem erklärt es Krutzik etwa so: Mithilfe von Laserlicht und Magnetfeldern lassen sich atomare Gase herunterkühlen auf ein Milliardstel Grad oberhalb des absoluten Nullpunkts. Der wohlgerneht nicht mit dem Gefrierpunkt zu verwechseln ist, sondern noch mehr als 273 Grad Celsius darunter liegt. Dabei verlieren die Atome enorm an Geschwindigkeit und legen in einer Sekunde nur rund 100 Mikrometer zurück, eine Strecke, die etwa dem Durchmesser eines Haars entspricht. Wirklich langsam ist so ein Atom also nicht, für den Physiker aber doch langsam genug, um seine Bewegungen steuern zu können: „Wir fangen und manipulieren Atome für

Messungen von Zeit und physikalischen Feldern“, beschreibt Krutzik seine Tätigkeit.

Was damit anzufangen ist? Zum Beispiel die Fallgeschwindigkeit einer in Ultrahochvakuum frei fallenden „Atomwolke“ messen, meint Krutzik, um so die Erdbeschleunigung exakt zu bestimmen. Solche „atombasierten“ Geräte seien der „spannendste Sensortyp, den man sich vorstellen kann“.

Gibt es etwas ähnlich Faszinierendes? Seit 18 Jahren, sein halbes bisheriges Leben lang, gehört Krutzik als Sänger einer auf dem Schulhof in Frankfurt-Sachsenhausen gegründeten Heavy-Metal-Band an. Mit der er 2018 auch schon auf dem legendären Festival im schleswig-holsteinischen Wacken aufgetreten ist. ■ wid

ANZEIGE



Be Brilliant

Hören auf dem nächsten Level.

Vereinbaren Sie einen Termin!

www.hoerakustik-lehmann.de



Hörakustik

Kornelia Lehmann

Albert-Einstein-Str. 4 | Adlershof | Tel. 030-639 22 437
Parkplätze im Parkhaus direkt gegenüber

Dörpfeldstr. 36 | Adlershof | Tel. 030-209 53 833

Brückenstr. 2 | Schöneeweide | Tel. 030-636 4646



Sehen und verstehen

Die Planungen liefen auf Hochtouren, Ende April kam die Absage: Auch dieses Jahr wird die „Lange Nacht der Wissenschaften“ nicht wie gewohnt stattfinden. Wir haben bei den Organisatoren nachgefragt, wie Wissenschaftsvermittlung auch digital glücken kann und wie wissenschaftliches Denken davor bewahrt, sich in Halbwahrheiten, Ideologien und Querdenkertum zu verrennen.



Für viele ist es ein fixer Termin im Kalender, auf den man sich schon Wochen vorher freut: Die „Lange Nacht der Wissenschaften“ (LNdW). Zu ihr strömen jährlich rund 25.000 Menschen, viele davon nach Adlershof. Sie ist ein Magnet, der Menschen anzieht, die Wissenschaft erleben und hinter die Kulissen von Forschungslaboren schauen möchten. Leider fiel die LNdW als Mitmach-Event letztes Jahr flach. Corona. Stattdessen wurde ein Jahr lang monatlich ein Wissenschafts-Podcast mit Inforadio umgesetzt. Mehr Normalität hatte man sich für 2021 erhofft.

Den Vorsitz des LNdW e.V. hat derzeit Prof. Ulrich Panne, Vorstand IGAF e.V. sowie Präsident der Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung (BAM). Nur: Ein Jahr später ist die Unsicherheit immer noch groß. Was geht? Was nicht? Wie plant man überhaupt in Zeiten der Pandemie? Nun steht fest: Auch die LNdW 2021 fällt aus. „Unter den gegebenen Bedingungen ist die Durchführung so einer Großveranstaltung nicht verantwortbar“, so Ulrich Panne. Mehr als 50 Einrichtungen hatten ihre Teilnahme zugesagt, berichtet er: „Das ist eine enorme Anzahl in diesen unsicheren Zeiten. Das zeigt: Der Wille ist groß.“ Es geht auch darum, den Draht zu den wissenschaftsinteressierten Menschen nicht zu verlieren – gerade in Zeiten, in denen Fake News verbreitet werden, Verschwörungstheoretiker und Coronaleugner Zulauf erhalten. Gerade jetzt wird klar, wie wichtig Wissenschaftskommunikation ist – und Veranstaltungen wie die Lange Nacht leisten dazu einen großen Beitrag.

Neben analogen wurden von Anfang an auch digitale oder hybride Programmpunkte von den Einrichtungen geplant, berichtet Nicola Rother, Leiterin der Geschäftsstelle des LNdW e.V.: „Virtuelle 360-Grad-Touren etwa durch den Speicherring BEESY II sind so kein Einmalerelebnis, sondern beliebig wiederholbare Erlebnisse.“

Nicola Rother koordiniert die „Lange Nacht der Wissenschaften“ jetzt von Adlershof aus



„Wissenschaft zum Anfassen“ wie hier zur klügsten Nacht 2019, gibt es erst wieder zur LNdW 2022

Hybride Formate könnten auch ab der Pandemie an Popularität gewinnen. Ist das die Zukunft? Müssen sich solche Veranstaltungen wandeln, digitaler werden? „Von ‚müssen‘ möchte ich nicht sprechen“, winkt Rother ab, „wir selbst setzen lieber auf eine Präsenzveranstaltung, weil wir der Meinung sind, dass die LNdW Wissenschaft zum Anfassen ist und wir die Nähe zu den Besucherinnen und Besuchern wichtig finden.“ Aber die Pandemie habe durch die vielen digitalen Meetings und Veranstaltungen auch gezeigt, was für ein Potenzial im Digitalen stecke: „Wir können Menschen einbeziehen, die nicht vor Ort sein können, entweder weil sie in einer anderen Stadt, in einem anderen Land oder schlicht in Quarantäne sind.“ Daher werde die Digitalisierung von Veranstaltungen, oder Teilen davon, nach Rother Meinung voranschreiten: „Das ist gut und wichtig. Es darf nur nicht dazu führen, dass wir nicht mehr zusammenkommen und uns im Privaten einschließen.“

Das Erlebnis einer LNdW als Präsenzveranstaltung sei zumindest dauerhaft digital nicht ersetzbar. Der Kontakt, das Kennenlernen, das Eintauchen in neue, fremde Welten, der Geruch von Laboren und Hörsälen, das direkte Erleben von Experimenten und Vorträgen, das alles geschehe nun mal vor Ort, so Rother: „Das ist es auch, woran wir uns erinnern, wenn wir Jahre später zurückschauen. Das kann ein digitaler Besuch nicht voll ersetzen.“

Nicht zuletzt sei die LNdW das beste Format, damit Wissenschaftseinrichtungen ihre oft komplizierten Forschungsinhalte einem möglichst großen Publikum verständlich vermitteln können. „Wir wollen, dass Wissenschaft nah dran bleibt an den Menschen und nicht unerklärlich wirkt. Wissenschaft erzeugt einen Zugewinn für unser Leben“, sagt Ulrich Panne. Forschende gäben Antworten, klärten auf und seien gerade in diesen Zeiten der Pandemie unersetzlich: „Wir halten das heute, wo Fake News und populistische Vereinfachungen an der Tagesordnung sind, für enorm wichtig.“ Gerade jetzt komme Wissenschaftler/-innen eine besondere Bedeutung zu, unterstreicht Panne: „Denn sie tragen mit ihrer Arbeit zu unserem Schatz an Wissen bei. Wissen, das mit der Welt übereinstimmt und auf Evidenz gegründet ist.“

Bei „radioeins“ vom Rundfunk Berlin-Brandenburg gibt es die klügste Nacht am 5. Juni 2021 ab 19:00 Uhr mit vielen Forschenden aus Berliner Wissenschaftseinrichtungen als Sondersendung zu hören. „Nächstes Jahr werden wir unseren Besucherinnen und Besuchern alles wieder live anbieten können“, freut sich Nicola Rother. ■ cl

ANZEIGE



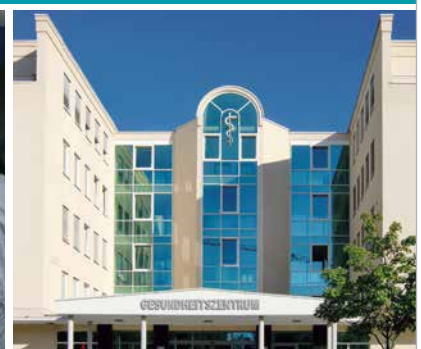
Augenzentrum Adlershof

Dr. Desiree Mascher; Dr. Kristina Kahl; Dr. Uta Lücke
Augenzentrum Adlershof, Albert-Einstein-Str. 2-4

FEMTO-LASIK IN ADLERSHOF

- LASIK-Kurzcheck in der Mittagspause, Beratung, Laserbehandlung und Nachkontrollen ohne Arbeitsausfall
- 17 Jahre LASIK-Erfahrung, geprüfte Technik aus Deutschland und der Schweiz
- Sonderkonditionen für Studenten und Berufstätige auf dem WISTA-Campus.

Termine zur Beratung unter 030 / 678 25 864
Mail: praxis@augen-adlershof.de
www.augen-adlershof.de

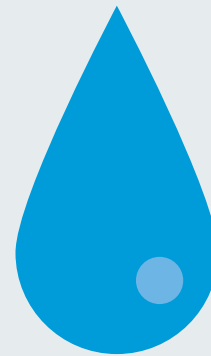




ZUM 1. JULI 2021 STARTET DAS
EXPERIMENTALLABOR „ANTHROPOSCENES“

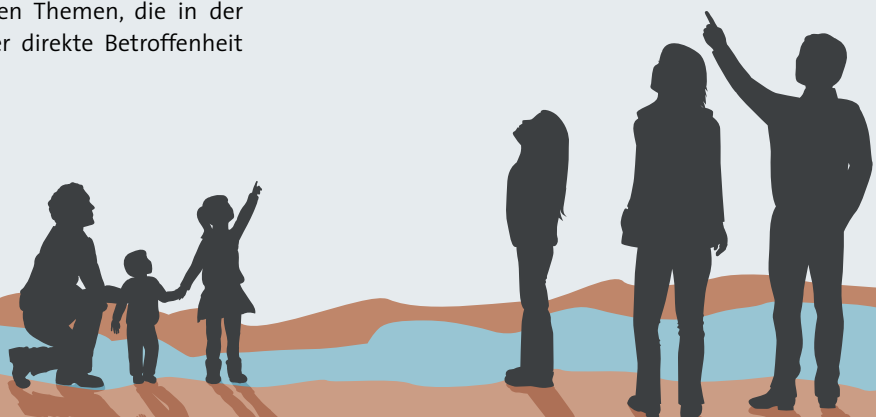
Für Bürgerbeteiligung übers Wasser gehen

Wissenstransfer, Austausch auf Augenhöhe, demokratische Teilhabe: Moderne Wissenschaft will Erkenntnisse nicht nur kommunizieren, sondern auch niederschwellig diskutieren. Impulse aus der Bevölkerung sollen dabei in die Forschung einfließen. Mit der Einrichtung sogenannter Experimentallabore zur Wissenschaftskommunikation hat die Berlin University Alliance kürzlich einem Projekt mit Adlershofer Beteiligung den Zuschlag erteilt. „AnthropoScenes“, das im Juli die Arbeit aufnimmt, wird sich theatraler Formate bedienen, um mit der Bevölkerung ins Gespräch zu kommen. Koordiniert vom Theater des Anthropozäns und dem Integrative Research Institute on Transformations of Human-Environment Systems (IRI THESys) rückt das transdisziplinäre Projekt das Thema Wasser ins Zentrum.



In Brandenburg ist das Wasser knapper als anderswo in Europa – und auch deshalb wird hier seit Jahren intensiv zu Wasserkreisläufen geforscht. Doch nicht nur Forschende blicken in diesen Breiten bang auf Trockenheit und Extremwetterereignisse: „Ob Waldbrände, plötzliche Sturzregen oder Überschwemmungen – für die Bevölkerung in Berlin und Brandenburg sind die Folgen des Klimawandels schon heute deutlich spürbar“, sagt Jörg Niewöhner, Sprecher von AnthropoScenes und leitender Direktor des IRI THESys an der Humboldt-Universität zu Berlin. „Im Gegensatz zu den häufig sehr abstrakten Themen, die in der Wissenschaft verhandelt werden, ist hier direkte Betroffenheit

gegeben: Man versteht unmittelbar, warum das ein relevantes Thema für die Forschung ist. Darum eignet es sich, um partizipativ mit Menschen dazu zu arbeiten.“ In den kommenden drei Jahren wollen Niewöhner und seine Mitstreitenden sich daher auf Forschungsergebnisse rund um das Wasser konzentrieren und im Schulterschluss mit der Öffentlichkeit erkunden, wie es sich unter den regionalen Extrembedingungen leben lässt.



Inhalte zuliefern sollen Wasserforschende aus der Region, darunter auch Geografen aus Adlershof. Kunstschaffende vom Theater des Anthropozän entwickeln daraus Bühnenaufführungen. Wenn das Budget es zulässt, will das AnthroScenes-Team sein Theater zudem mit einem Bus auf Reisen durch Brandenburg schicken. „Zentral ist, dass es sich um einen offenen Prozess handelt“, so Niewöhner. Das bedeutet, dass die wissenschaftlichen Inhalte mit dem Publikum diskutiert werden und die Ergebnisse der Diskussion wieder in die Darbietungen, aber auch in die Forschung selbst einfließen. Zum Abschluss wird das Team seine Erkenntnisse zusammentragen und in ein Spiele-Show-Format einfließen lassen, das 2024 im Humboldt Labor einer internationalen Öffentlichkeit präsentiert werden soll.

„Wir wollen Formate kreieren, die Menschen mehr Möglichkeiten geben, sich in Forschung einzubringen“, betont Jörg Niewöhner. Öffentlichkeit müsse frühzeitiger und intensiver in wissenschaftliche Prozesse eingebunden werden, als das bislang der Fall sei. Zudem sei es wichtig, mit Wissenschaftskommunikation nicht immer nur den sprichwörtlichen pensionierten Oberstudienrat zu erreichen. Mithilfe der hier zu entwickelnden theatralen Methoden hofft das Projektteam, den Grundstein für eine langfristige



Prof. Jörg Niewöhner will den Dialog von Forschenden und der Öffentlichkeit intensivieren

Zusammenarbeit zwischen Berlin University Alliance und Bevölkerung legen zu können. „Es kommen massive gesellschaftliche Umwälzungen wie der Green Deal auf uns zu. Diese sozialökologischen Transformationen müssen Wissenschaft und Gesellschaft gemeinsam angehen. Mit AnthroScenes hoffen wir, diesen Austausch zu unterstützen und voranzutreiben.“ ■ *nl*

ANZEIGE

Transfer BONUS

Zuschüsse für die Zusammenarbeit von
Wirtschaft und Wissenschaft

Bis zu 45.000 Euro Förderung für die Realisierung von Projekten der angewandten Forschung und Entwicklung!

Profitieren Sie von wissenschaftlichem Know-how für Ihr Unternehmen. Das Berliner Förderprogramm Transfer BONUS bezuschusst Forschungsvorhaben von kleinen und mittleren Berliner Unternehmen (KMU) in Kooperation mit Wissenschaftseinrichtungen.

Informieren Sie sich unter
www.ibb-business-team.de/transfer-bonus



DIE NEUE REALITÄT



Oliver Perzborn im BAM-Gebäude in Adlershof

„Book a Scientist“ heißt eine Veranstaltungsreihe der Leibniz-Gemeinschaft. Interessierte können sich dabei 25 Minuten lang mit Forschenden zu ihrem Lieblingsthema austauschen. „Ein schönes Format, das in Coronazeiten auch digital wunderbar funktioniert – so melden es unsere Institute zurück“, sagt Anja Wirsing vom Forschungsverbund Berlin. Oliver Perzborn von der Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung (BAM) empfindet die jetzige Pandemie als Katalysator, der sehr schnell zeigt, was in der Wissenschaftskommunikation funktioniert und was nicht. Dass Wissenschaft vom Austausch lebt, darüber sind sich beide Kommunikatoren einig. Und auch darüber, dass es in Zeiten des Virus neuer Ideen und unkonventioneller Formate für deren Vermittlung bedarf.

Selten hat Wissenschaft so viel Aufmerksamkeit erhalten. Der Anspruch an Wissenschaftskommunikation hat sich auch in Coronazeiten nicht geändert. Noch immer muss der Brückenschlag zwischen wissenschaftlicher Seriosität und verständlicher Ansprache der breiten Öffentlichkeit gemeistert werden. Arbeitsabläufe, Planungssicherheit oder die Möglichkeiten zum direkten Austausch haben sich jedoch komplett verändert.

„Wir müssen andere Wege finden, mit den Menschen zu reden“, erzählt Anja Wirsing. Sie ist verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Forschungsverbund Berlin (FVB). Inzwischen bereichern wissenschaftliche Online-Vorträge von Forschenden aus dem FVB den Schulunterricht. Der Marthe-Vogt-Preis, der jährlich an eine junge Wissenschaftlerin vergeben wird, ist im Rahmen der Berlin Science Week digital verliehen worden und ein gleichnamiger Podcast stellt in Gesprächen junge Forscherinnen und ihre Arbeit vor. „Wer in einer realen Veranstaltung sitzt, der steht nicht so schnell auf“, weiß Anja Wirsing, „digital kann man sich schnell rausklicken – das ist bei der Wahl der Formate zu bedenken.“

Dass sich physische Veranstaltungen nicht Eins-zu-eins ins Digitale transformieren lassen, weiß auch Oliver Perzborn. Der ehemalige Trendforscher hat im vergangenen September die Leitung des neu geschaffenen Referates Kommunikation & Marketing an der



Offen für experimentelle Formate der Wissensvermittlung: Anja Wirsing vor dem Eingang des Trudelturms in Adlershof

Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung (BAM) übernommen. Damit hat er seit seinem Jobwechsel noch ganz andere Herausforderungen zu bewältigen: Mit seinem Team kommuniziert Perzborn nämlich, von wenigen Präsenztreffen zu Beginn abgesehen, inzwischen ausschließlich über den Monitor. Alles Persönliche ist durch die Pandemie eingeschränkt. „Beim Essen zusammensitzen ist anders als digital“, erklärt er. „Die Pandemie schafft aber auch die Möglichkeit, Bestehendes zu hinterfragen und Neues auszuprobieren.“ Und bringt auch Vorteile: Meetings und Abstimmungen laufen effizienter, statt E-Mails werden Themen- und projektbezogene Chats benutzt, die mehr Transparenz mit sich bringen. Die neue Vernetzung führte letztendlich auch zu mehr Sichtbarkeit und Partizipation jedes bzw. jeder Einzelnen und damit zu einem größeren Wir-Gefühl. „Meine Aufgabe als Chef ist es, die Möglichkeiten, die uns die neue Realität bietet, auszuloten und gewinnbringend für unsere Aufgaben als Wissenschaftskommunikatoren zu nutzen“, erzählt der 52-Jährige.

Trotz der 150-jährigen Geschichte der BAM, vieler faszinierender Forschungsthemen und -ergebnisse und neuer, digitaler Kommunikationskanäle, mit denen man näher an seine Zielgruppen

rückt, sei der Wettbewerb um die Aufmerksamkeit in der Pandemie alles andere als einfach. Die Nachrichtenlage ist oft einseitig, Themenvorschläge durchzubringen, die sich nicht mit Corona befassen, schwierig. „Die Relevanz unseres Tuns, unserer Forschung ist der Schlüssel“, sagt Perzborn. Und schiebt einen Anglizismus hinterher. Unsere Arbeit an der BAM ist „purpose-driven“, sie erfüllt einen höheren Zweck. Die BAM, davon ist er überzeugt, sei eine Institution mit „Zweck ohne Ende“. Diesen zeitgemäß für Zielgruppe und Medien zu vermitteln, sei die Hauptaufgabe seines Teams. „Wir müssen Wissenschaft mit klaren, verständlichen Botschaften konsumierbar machen. Wir leben schließlich in einem Häppchen-Zeitalter.“

Anja Wirsing ist offen für experimentelle Formate für die Vermittlung von Wissenschaft. Doch ihr, wie auch Oliver Perzborn, fehlt der direkte Austausch. Kommunikation habe mit Begegnung zu tun. Richtig erlebbar werde Wissenschaft nur in der persönlichen Begegnung. Einige der aktuellen Formate und Arbeitsweisen werden sich nach der Pandemie etabliert haben. Den persönlichen Dialog ersetzen werden sie nicht. „Aber“, sagt Anja Wirsing, „Kommunikatoren sind ja gewohnt zu improvisieren.“ ■ rb

ANZEIGE



AM STUDIO 1 12489 BERLIN
WWW.LEGLER-OK.DE INFO@LEGLER-OK.DE +49 30 6392 1760



Wir sind Ihr Partner für die Arbeitswelten von morgen!

Ob Büro, Homeoffice, Konferenz, Lounge, Cafeteria



FRIKADELLE AUS DEM BIOREAKTOR

Pilze sind hocheffiziente Verwerter von pflanzlichen Abfällen, die sie zu Proteinen und weiteren wichtigen Nährstoffen wandeln. Die junge Hamburger Mushlabs GmbH entwickelt ein Bioreaktorverfahren, in dem Pilzzellen Abfälle aus der Lebensmittel- und Agrarindustrie zu einem hochwertigen Basismaterial für veganen Fleischersatz wandeln. Jüngst hat ein Adlershofer Mushlabs-Ableger die Arbeit aufgenommen.

Als promovierter Biologe möchte Mazen Rizk sein Wissen nutzen, um drängende Probleme unseres Planeten zu lösen. Fleischlastige Ernährung ist so ein Problem. So schlägt etwa die Produktion von einem Kilogramm Rindfleisch mit einem Verbrauch von 15.000 Litern Wasser, 7 kg Getreide, 30 Quadratmetern Nutzfläche sowie mit 25 kg CO₂-Ausstoß zu Buche. „Der Ressourcenbedarf für die Ernährung der Menschheit stößt an natürliche Grenzen“, sagt er. Rizk, der in Hamburg lebt und forscht, trägt seinen Teil dazu bei, das zu ändern. Dafür hat er vor drei Jahren die Mushlabs GmbH gegründet.

Mittlerweile ist das Start-up auf 20 Köpfe gewachsen und expandiert mit einem Forschungs- und Entwicklungs- (F&E-) Standort nach Adlershof. Ausgestattet mit insgesamt 13 Millionen US-Dollar (~ 11 Mio. Euro) Risikokapital aus zwei Finanzierungsrunden entwickelt Mushlabs ein Verfahren, das Abfälle aus der Agrar- und Lebensmittelproduktion in hochwertige vegane Lebensmittel wandelt. Der Schlüssel dazu sind Pilze – oder genauer deren Myzelien, also das unterirdische Fadenetzwerk dessen Fruchtkörper wir als Speisepilze schätzen. Das Team züchtet sie in Bioreaktoren unter Beigabe von sonst bestenfalls an Tiere verfütterten, aber meist weggeworfenen Agrar- und Lebensmittelresten. „Auch Kaffeesatz, Sägemehl, Obstschalen aus Saftpressen oder Bagasse aus Zuckerfabriken verstoffwechseln die Myzelien in unserem Fermentationsverfahren in hochwertige Proteine, Mineral- und Ballaststoffe, Kohlenhydrate und Vitamine“, erklärt Rizk. Während dieser



Mast schwimmen die Pilzzellen in Flüssigkeit. Sobald alle Abfälle in nährstoffreiches Wurzelwerk gewandelt sind, werden die Myzelien entnommen, getrocknet und wahlweise zu Würstchen, Nuggets oder Burger-Frikadellen weiterverarbeitet.

Derzeit haben die eingesetzten Bioreaktoren Laborformat. Das Team experimentiert mit vielen unterschiedlichen Pilzarten und Abfallstoffen, um den Fermentationsprozess künftig präzise steuern zu können. Der Gründer kann noch nicht im Detail darüber reden, wie die Zutaten den Geschmack und die Textur des pilzbasierten Fleischersatzes beeinflussen: „Noch ist die Patentanmeldung nicht abgeschlossen“, erklärt er. Doch aufgrund der bisherigen Ergebnisse ist er überzeugt, dass es sich nicht um eine Ernährungslösung für die ferne Zukunft handelt. Vielmehr verfolge Mushlabs das Ziel, in ein bis zwei Jahren erste Produkte auf den Markt zu bringen. Für die Skalierung der Fermentation auf Industriemaßstab führt sein Team zurzeit intensive Gespräche mit potenziellen Partnern aus der Lebensmittelbranche, um im

ersten Schritt deren vorhandene Produktionsinfrastruktur und Vertriebswege nutzen zu können.

Bis dahin wird ein Team um Catherine Chaput in brandneuen Büros und Laboren in der Adlershofer Schwarzschildstraße 6 bei der weiteren Prozessoptimierung mitwirken. Chaput ist für den Aufbau des Berliner F&E-Teams verantwortlich. „Wir planen, bis Ende des Jahres auf fünf Mitarbeitende zu wachsen“, berichtet sie. Arbeit gibt es reichlich. Denn es geht dem Team nicht darum, irgendeinen veganen Fleischersatz zu schaffen. Vielmehr möchte es die Herstellung so energie- und ressourceneffizient wie irgend möglich auslegen. Laut Rizk ist das Verfahren schon jetzt doppelt so effizient wie in den Anfängen. Die exakte Bilanzierung läuft. Weil die Gründer mit Agrarabfällen, voluminösen Bioreaktoren statt Ackerflächen und hoch-effizienten Stoffwechslern aus dem Reich der Pilze arbeiten, haben sie im Vergleich zum „Ressourcenfresser“ Fleisch sicher nichts zu befürchten. Bleibt nur noch abzuwarten, wie es schmeckt. ■ *pt*



Hier dreht sich alles um Pilze: Catherine Chaput (l.) und Irmgard Schäffl arbeiten an der Prozessoptimierung vom pilzbasierten Fleischersatz

Bringen Sie Ihr Lächeln in Form

Wir sorgen nicht nur bei Kindern für ein perfektes und strahlendes Lächeln, denn Zahnspangen kennen kein Alter. Lassen Sie sich von uns beraten.



Felix German
Kieferorthopädie
kfo-german.de

Gesundheitszentrum
Albert-Einstein-Str. 4
Tel: 030 62 90 70-80
info@kfo-german.de



Beweisen Humor:
Marina Izquierdo und Willi Haninger
in Hamsterhausschuhen

ZWEI CINEASTEN UND EIN HAMSTER MACHEN WERBUNG

Willi Haninger und Marina Izquierdo von Angry Hamster wissen als Full-Service-Agentur, dass Erklärfilme mehr sind als eine filmische Gebrauchsanweisung.

Auf die Größe kommt es nicht an, weiß Willi Haninger, Geschäftsführer und Creative Producer von Angry Hamster UG („wütender Hamster“). Haninger und seine Geschäftspartnerin Marina Izquierdo arbeiten mit einem Team von zehn Freelancern zusammen. „Unsere Stärke ist, dass wir unterschätzt werden. Hamster sind klein, niedlich und beweisen viel Ausdauer“, so Haninger.

Sechs Jahre war Haninger als Creative Producer selbstständig, dann traf er Izquierdo und gründete mit ihr 2019 das Start-up. Sie beide verbindet eine große Leidenschaft für Filme:

„Uns ist cineastisches Storytelling sehr wichtig. Wir konzentrieren uns – anders als zum Beispiel Influencer – nicht auf einfache Kaufanreize, sondern gutes Kino. Die Performance muss natürlich auch stimmen“, erklärt Haninger.



Kurz vor der Firmengründung produzierte der Neuköllner mit dem Mysterythriller „8 Remains“ selbst schon einen Spielfilm. „Es war toll, mit Menschen zu arbeiten, die von der Kunst getrieben sind“, bemerkt der 36-Jährige. Auch bei seinen anderen Projekten seien große Emotionen Programm. Der Bund für Umwelt und Naturschutz, die Webkonferenz re:publica, die italienische Sportmarke UYN und der Rundfunk Berlin-Brandenburg (Agentur: GUD) zählen unter anderem zu seinem Kundenkreis.

Eines seiner Lieblingsprojekte: Für den Werbefilm des Musik-Startups „Soundbrenner“ versetzte sich das Team in den Kopf von Muskschaffenden, erzählte von kreativen Schaffenskrisen und dem Gefühl, nicht schaffen zu können, allein in einer Wüste zu stehen. Die Wüste habe Haninger zufällig entdeckt, sie sei ein ehemaliger Truppenübungsplatz hinter Cottbus. „Für solche Entdeckungen lebe ich einfach“, schwärmt der Berliner.

Den Wissenschaftsstandort Adlershof weiß er sehr zu schätzen. „Es sind hochinteressante Unternehmen. Vieles ist für uns fachlich neu, aber wir schätzen den Austausch und die Vernetzung sehr.“ Über das Unternehmernetzwerk BNI fand er im März innerhalb von zwei Tagen ein Büro bei Exordium. Ist ein Film abgedreht, kümmert sich Exordium um die Vermarktung der Inhalte. Anfang April wurde Haninger BNI-Direktor für die lokalen Unternehmen in Adlershof.

Ein wichtiges Feld, um wissenschaftliche Inhalte gut zu vermitteln, seien Erklärfilme. Zum Beispiel promotete das ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH Mannheim den analytischen Forschungsbereich „Marktdesign“ mithilfe eines aktuellen Problems: der Vergabe von Kitaplätzen. Es sei immer wichtig, den Kunden mitzudenken und persönlich anzusprechen. „Allein der Erklärfilm verkauft das Business nicht. Du veränderst mit allem, was du tust als Unternehmer das Leben anderer Menschen. Das musst du in den Vordergrund stellen“, rät der Creative Producer.

Mit Animationen oder Grafiken werde die Botschaft für Kinder wie auch für Erwachsene viel eingängiger. Leider werde diese Hybridform oft unterschätzt. „Da steckt ein ganzes kreatives Team dahinter. Ein Illustrator und ein, zwei, manchmal drei Animationskünstler und ein Kreativtexter. Es gibt Kunden, die versuchen, Geld zu sparen, und tappen dann in die Falle, vieles selbst machen zu wollen“, so Haninger. Ihr Kerngeschäft liege aber auf der Produktion von Werbespots und hochwertigem Content für Social Media.

In der Didaktik werde das Medium Film sehr stiefmütterlich behandelt. Vor einem Jahr hat Haninger für einen Wissensverlag gearbeitet, der filmische Inhalte für Abiturjahrgänge wie in einem Lehrbuch aufbereiten wollte. „Das ist nicht mehr zeitgemäß. Beim Film muss die richtige Balance zwischen Detailinformationen, visuellem Anspruch und Entertainment gefunden werden“, sagt Haninger und ergänzt: „Es ist wichtig, dass du visuell überraschende Dinge tust.“ Denn die Filme konkurrieren mit den Screens, die die Kinder in die Schule mitbringen. Eine Prise Humor dabei schadet nicht. ■ sg



Imagefilm für den BUND



Erklärfilm für das ZEW „Marktdesign“

ANZEIGE



Ihr Planungsbüro für alle Komponenten der Technischen Gebäudeausrüstung

∥ Versorgungs- und Elektrotechnik

∥ Gebäudeautomation ∥ Beratungs- und Sonderleistungen

info@rusz.de ∥ +49(0) 307 67 28 41-0

∥ 12489 Berlin ∥ Am Studio 20 a ∥ www.rusz.de



Wen-Min Ji (l.) und Gemma Benítez Terreu im Gründerhaus der HU in der Wegedornstraße

VOLL IM BILDE

Das Start-up *Whim_GbR*, entwickelt grafische Lösungen für die Darstellung und Vermittlung geisteswissenschaftlicher Inhalte

Wen-Min Ji hat nicht nur Philosophie, Biologie und Architektur studiert, sondern kann auch hervorragend zeichnen. Als studentische Hilfskraft am Institut für Philosophie der Humboldt-Universität zu Berlin nutzte die 28-Jährige ihr Talent, um Studierenden mithilfe von handgezeichneten Schaubildern philosophische Ideen zu vermitteln. Mit Gleichgesinnten gründete sie Anfang 2021 *Visualink*. Das Ziel: Die Gründerinnen wollen die Lehre verbessern, Inhalte verständlich aufbereiten und mehr Menschen an geisteswissenschaftlichen Erkenntnissen teilhaben lassen.

„In meiner Zeit als Tutorin habe ich die Erfahrung gemacht, dass Studierende Inhalte viel schneller und besser verstehen, wenn man Schaubilder verwendet“, sagt Wen-Min Ji. In der Folge habe sie sich gefragt, warum nicht mehr Lehrkräfte in den qualitativ orientierten Geistes- und Sozialwissenschaften auf Grafiken zurückgriffen – und bald vermutet, es könnte mangelndes Zutrauen zu den eigenen Zeichenkünsten dahinterstecken. „Warum also nicht eine benutzerfreundliche App entwickeln, mit deren Hilfe man solche Schaubilder schnell und einfach erstellen kann – und so die Lehre verbessern?“





In ihrer Kollegin Clara Hagel, die bereits ähnliche Erfahrungen als Autorin von Lehranimationsfilmen gesammelt hatte, fand Wen-Min Ji eine engagierte Produktentwicklerin, der sich bald die Softwareingenieurin und Designerin Gemma Benítez Terreu anschloss. Zu dritt gründeten sie Anfang dieses Jahres die Whim_GbR, warben das Berliner Startup Stipendium ein, bezogen Räume im Humboldt-Startup-Inkubator Adlershof und entwickelten einen Visualink-Prototypen. Der Editor stellt Nutzenden speziell für abstrakte Inhalte entwickelte Grafiken zur Verfügung, die sie per Drag-and-drop zu digitalen Schaubildern zusammensetzen können.

„In den Geisteswissenschaften, aber auch in den qualitativ orientierten Sozialwissenschaften werden Ideen und Theorien bislang fast nur mithilfe von Texten vermittelt, was zeitaufwendig und oft auch kompliziert ist“, erläutert Wen-Min Ji die Hintergründe des Projekts. „Mit dem Visualink-Editor schließen wir eine Lücke. Vorher hat einfach niemand die passenden bildlichen Inhalte zur Verfügung gestellt.“

Mit dem Editor erstellte Grafiken sorgen dafür, dass die Vermittlung komplexer Ideen und argumentativer Strukturen schneller und besser gelingt, glaubt Ji. Auch könnten die digitalen Grafiken einen Beitrag leisten, Menschen außerhalb von Universitäten für geisteswissenschaftliche Inhalte zu interessieren, und so mehr Teilhabe und Austausch ermöglichen.

„Derzeit existiert nur der grafische Teil. Nach und nach werden wir den Editor aber zu einer Multi-Media-App für Forschung und Lehre weiterentwickeln, die auch als Recherchesoftware verwendet werden kann. Dann lässt sich die App zum Beispiel als PDF-Reader verwenden, um Grafiken mit Textabschnitten zu visuellen Notizen zu verbinden“, sagt Softwareentwicklerin Gemma Benítez Terreu. Während Clara Hagel inzwischen das Gründungsteam verlassen hat, programmiert sie mit mehreren Praktikant/-innen zusammen das Backend. Auf längere Sicht werden Nutzende ihre Inhalte in der Cloud ablegen, kollaborativ bearbeiten und in einer Schaubilder-Bibliothek teilen können. ■ nl

ANZEIGE

gründen MIT DER IBB

Für Ideen, die durchstarten

Sie suchen die passende finanzielle Förderung für Ihre Geschäftsidee? Wir haben sie. Kompetent, zuverlässig und mit dem Ziel, Ihr Start-up nachhaltig erfolgreich zu gestalten. Sprechen Sie mit uns!
Hotline Wirtschaftsförderung: 030 / 2125-4747

ibb.de/gruenden

**Investitionsbank
Berlin**

NETZWERKVERANSTALTUNG

Wissenschaft trifft Wirtschaft

Die von der Humboldt-Innovation und dem Servicezentrum Forschung der Humboldt-Universität zu Berlin organisierte Veranstaltungsreihe „Wissenschaft trifft Wirtschaft“ bietet Forschenden und Unternehmer/-innen eine Austauschplattform für praxisrelevante Themen. Anwendungsnahe Forschung und Innovationspotenziale werden aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet und diskutiert sowie Ideen für mögliche Kooperationen entwickelt. Die nächste Veranstaltung findet am 2. Juni 2021 zum Thema „Quantentechnologie“ digital statt. Keynote Speaker ist Markus Krutzik, Leiter des Joint Lab Integrated Quantum Sensors (FBH/HUB)

www.humboldt-innovation.de

BEWERBUNGSPHASE

Innovationspreis Berlin Brandenburg

Die besten Innovationen aus den Clustern Gesundheitswirtschaft; Energietechnik; IKT, Medien und Kreativwirtschaft; Optik und Photonik; Verkehr, Mobilität und Logistik sind gesucht. Berliner oder Brandenburger Unternehmen, Start-ups, Gründer/-innen, Kooperationspartnerschaften aus Wissenschaft und Wirtschaft können sich bis zum 21. Juni 2021 für den Innovationspreis Berlin Brandenburg bewerben.

www.innovationspreis.de

PRÄVENTION

Neue Angebote des Gesundheitsnetzwerks Adlershof

Das Online-Seminar „Ergonomie @ Home“ (Termine: 05., 17., 27. Mai 2021) sowie die Online-Workshops „Mentale Fitness und Flow“ (19. Mai) und „Stressfreies Sehen“ (19. Mai, 3. Juni) können Beschäftigte der Wissenschaftsstadt Adlershof im Rahmen des Gesundheitsnetzwerks Adlershof kostenfrei über die App „Gesund & Clever“ buchen.

www.adlershof.de/gesund/app

VIRTUELLE RUNDGÄNGE



Das HZB in 360 Grad

Einblicke in die Welt der Forschung am Helmholtz-Zentrum Berlin (HZB) sind bei einem virtuellen Rundgang möglich. Den Auftakt bilden zwei Touren durch die Beschleunigeranlage BESSY II: „Der Weg des Lichts“ und „Das Experiment“ starten im Kontrollraum von BESSY II. Weiter geht es zum Ort, wo die Elektronen mit beinahe Lichtgeschwindigkeit durchrasen und Licht aussenden – den Speicherringtunnel.

www.helmholtz-berlin.de

NEUE EINSTEIN-PROFIL-PROFESSUR

IT-Verstärkung an der HU

Jan Mendling, Professor für Prozessmanagement und Informationssysteme am Institut für Informatik der Humboldt-Universität zu Berlin, ist einer der weltweit führenden Wissenschaftler im Bereich Business and Information Systems Engineering. Er ist bekannt für seine interdisziplinäre Forschungsagenda, die Modelle und Methoden aus der Informatik und dem Operations Research mit denen aus der Management- und Organisationswissenschaft verbindet. Ein zweiter, sehr aktueller Forschungsschwerpunkt von Mendling sind Mittel zur Nutzung von Blockchain-Technologien für modellgetriebene Ansätze im Prozessmanagement.

Mendling war vorher Professor für Business and Information Systems Engineering an der Wirtschaftsuniversität Wien. Sein Lehrstuhl an der Humboldt-Universität zu Berlin wird von der Einstein Foundation Berlin finanziert.

www.informatik.hu-berlin.de

IMPRESSUM

HERAUSGEBERIN

WISTA Management GmbH

REDAKTION

Sylvia Nitschke (V. i. S. d. P.)

REDAKTIONSADRESSE

WISTA Management GmbH
Bereich Unternehmenskommunikation
Rudower Chaussee 17, 12489 Berlin
Telefon: +49 30 63 92 22 38, Fax: +49 30 63 92 22 36
E-Mail: nitschke@wista.de
www.adlershof.de/journal

AUTOREN

Rico Bigelmann (rb); Cindy Böhme (cb); Sandra Chabrier; Dr. Winfried Dolderer (wid); Valeria Fribus; Susanne Gietl (sg); Nora Lessing (nl); Anke Lerp; Chris Löwer (cl); Peggy Mory; Sylvia Nitschke (sn); Alexander Seiffert; Peter Strunk (pst); Nicole Thamm; Peter Trechow (pt); Josef Zens

LAYOUT UND HERSTELLUNG

Medienetage Anke Ziebell
Telefon: +49 30 609 847 697, Fax: +49 30 609 847 698
E-Mail: aziebell@medienetage.de
www.ziebell-medienetage.de

ANZEIGENBETREUUNG

WISTA Management GmbH
Bereich Unternehmenskommunikation
Sandra Linde, Telefon: +49 30 63 92 22 47
E-Mail: linde@wista.de

DRUCK

ARNOLD group – Großbeeren

BILDQUELLEN

Sofern nicht anders gekennzeichnet: Tina Merkau; Titelillustration + S. 3: Dorothee Mahnkopf; Inhalt/S. 2: xavierarnau/iStock (o.l.), Angry Hamster UG/ Angela Regenbrecht (o. r.), FloridaStock/Shutterstock (u. M.), Yummi Pic/Adobe Stock (u. r.); S. 6–8: WISTA Management GmbH; S. 9: Marco Sensesche; S. 11: Thomas Oberländer (l.), Peter Himself (r.); S. 18/19 u.: Angry Hamster UG; S. 20 (u./)21 (o.): Whim_GbR; S. 22: Helmholtz-Zentrum Berlin


Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Nachdruck von Beiträgen mit Quellenangabe gestattet. Belegexemplare erbeten. Das „Adlershof Journal“ erscheint sechs Mal pro Jahr in einer Auflage von jeweils 3.000 Exemplaren.

Die nächste Ausgabe erscheint Anfang Juli 2021.

Ausführliche Texte und Adlershofer Termine finden Sie unter: www.adlershof.de/journal




ANZEIGE



martinSCHLEICHER

- + nah und persönlich
- + Internat. Steuerrecht
- + Controlling und FiBu
- + Buchführung Online



Ihre Steuerberater in Adlershof

www.msp-steuer.de



Unsere ganze Energie. Stecken wir auch in Ihr Projekt.

Seit 1990 Ihr zuverlässiger Partner
für individuelle Energielösungen.

030 34 99 07 61
Wir beraten Sie gerne!

Wärme, Kälte, Strom für Wohn-
quartiere, kommunale Bauten,
Industrie und Gewerbe.

www.btb-berlin.de

100% SUV 100% elektrisch

ID.4



Volkswagen way to
ZERO

Jetzt bei uns
Probe fahren

Mehr Kraft, Stil und Effizienz in einem SUV

Fahren Sie die Zukunft Probe. Als erster vollelektrischer SUV von Volkswagen verbindet der neue ID.4* die Vielseitigkeit eines modernen SUV mit dem futuristischen Aussehen und der eindrucksvollen Performance eines Elektrofahrzeugs. Erleben Sie intuitiven Bedienkomfort, praktische Fahrerassistenzsysteme und ein völlig neues Raumkonzept, das Ihnen noch mehr Freiheit schenkt. Jetzt Probefahrtstermin vereinbaren.




* Stromverbrauch des neuen ID.4, kWh/100 km: kombiniert 16,9-15,5; CO₂-Emissionen, g/km: kombiniert 0. Effizienzklasse A+.

Fahrzeuggabbildung zeigt Sonderausstattungen. Bildliche Darstellungen können vom Auslieferungsstand abweichen. Stand 04/2021. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.



Ihr Volkswagen Partner

**Auto
Zellmann**

 Auto Zellmann GmbH
 Auto-Zellmann GmbH
 auto_zellmann

Auto-Zellmann GmbH

Rudower Straße 25-29
12524 Berlin
Tel. 030 679721 0
verkauf@auto-zellmann.de

www.auto-zellmann.de