

DLR-Technologie- marketing auf Erfolgskurs

Eine Bilanz **Seite 10**



Vom All auf
die Leinwand –
der Filmscanner
Seite 18



Virtueller
Tourismus
mit ModoS
Seite 40



2Indicate –
flexible Prozess-
anzeige
Seite 50

Inhalt

Forschung schafft Arbeitsplätze!

Erfolgreiches Technologiemarketing im DLR

Eine Bilanz **Seite 10**

DLR-Technologiemarketing

Das DLR-Technologiemarketing auf **Erfolgskurs** 4

Wie DLR-Forscher **Arbeitsplätze** schaffen 10

„**Start-ups**“ – für alle Seiten ein Gewinn 16

Technologien für den Markt

Vom All auf die Leinwand – der **Filmscanner** 18

Mit **ConeXpress OLEV** leben Satelliten länger 20

Mit dem **FTS** schnell und zuverlässig ans Ziel 24

Doppler Global Velocimetry: Neue Messtechnik 28

CATENA: Kette für Fernerkundungsdaten 32

Kugelventil mit Schaltzeiten im Millisekundenbereich 36

Virtueller Tourismus im Schloss Neuschwanstein 40

Mikrowellen beschleunigen den Flugzeugbau 44

Gute Reise – mit **Sensortechnik** des DLR 46

2Indicate– flexible Visualisierung technischer Prozesse 50

Das **Virtuelle Labor** – Softwareportal für Forschung und Entwicklung 52

Neue Geschäftsfelder für die **Luft- und Raumfahrt-
psychologie** 56

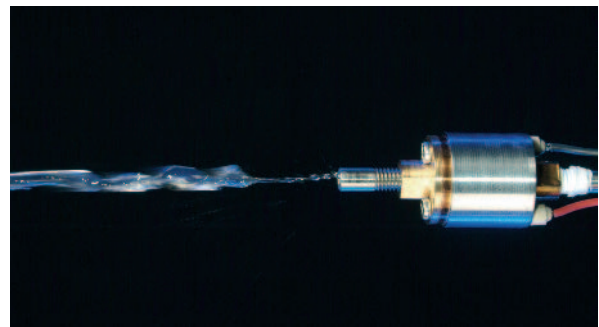
Kontakte

Kontaktdaten und Adressen des

DLR-Technologiemarketing 59

Highlight

PricewaterhouseCoopers **Innovationsforum im DLR** 60



Gemeinsame Entwicklung führt zu marktreifen Produkten **Seite 36**



Kombination digitaler Darstellungstechniken erfasst und dokumentiert historische Bauwerke für die Nachwelt **Seite 40**

Liebe Leserinnen, liebe Leser.

Das DLR forscht zum Vorteil für die Gesellschaft und zum Nutzen für die Wirtschaft. Kommt unser technologie- und systemorientiertes Wissen genau dort an, wo es gebraucht wird? Können wir Firmen dazu gewinnen, unsere Forschungsergebnisse für die Verbesserung oder Erneuerung ihrer Technologien, Produkte und Prozesse zu nutzen? Können wir das Marktpotenzial in unseren Forschungsarbeiten wecken, mit Blick auf die Steigerung der globalen Konkurrenzfähigkeit und die Schaffung hoch qualifizierter nationaler Arbeitsplätze? Keineswegs triviale Aufgaben, deren Lösungen geeignet sind, unserer Wirtschaft auf dem Weltmarkt den entscheidenden Vorsprung zu verschaffen.

Kaum eine Disziplin hat in den letzten Jahren einen derart starken Wandel erfahren wie der Technologietransfer: Einerseits sind innovative Technologien zu einer zunehmend erwerbbarer Ressource geworden, andererseits ist die – für Innovation aufgeschlossene – Kundschaft gegenüber neuen Technologien in der Akzeptanz und im Kostenbewusstsein deutlich kritischer.

Das DLR-Technologiemarketing hat in den letzten Jahren zahlreiche Projekte erfolgreich auf den Markt gebracht. Dabei bietet das DLR sein Wissen vor allem klein- und mittelständischen Unternehmen über Partnerschaften an. Aber auch große Unternehmen nutzen die Ergebnisse aus unseren vier Forschungsschwerpunkten. Darüber hinaus unterstützt und fördert das DLR eigene Ausgründungen vom Beginn des Wertschöpfungsprozesses an. Dabei setzt das DLR-Technologiemarketing darauf, den Marktbedarf qualitativ und quantitativ möglichst frühzeitig zu ermitteln und so das Risiko eines Misserfolges zu minimieren. Denn in einem durch fortschreitende Globalisierung geprägten und zunehmend härteren Wettbewerb kann es sich kaum noch ein Unternehmen leisten, teure Innovationen ohne gut analysierte Erfolgchancen einzuführen.

Das übergeordnete Ziel aller Aktivitäten des DLR-Technologiemarketing ist die Steigerung der Innovationsrate durch konsequente Ausrichtung auf die Aufgabe, Forschungsergebnisse Erfolg versprechend am Markt zu platzieren – zur Schaffung neuer Arbeitsplätze und zum Erhalt der technologischen Spitzenposition Deutschlands.

Das Thema Innovationen hat uns auch motiviert, die Gestaltung der DLR Nachrichten zu erneuern. Lesen, schauen und entdecken Sie.



Prof. Dr.-Ing. Dr.-Ing. E.h. Dr. h.c. mult. Sigmar Wittig
Vorsitzender des Vorstands

