

## Kontakte

Für Interessenten stehen an folgenden DLR-Standorten Ansprechpartner zur Verfügung:

DLR-Standort Köln-Porz  
Linder Höhe  
51147 Köln  
Telefon: 02203 601-3665  
Telefax: 02203 695-689  
E-Mail: tm.kp@dlr.de

DLR-Standort Stuttgart  
Pfaffenwaldring 38-40  
70569 Stuttgart  
Telefon: 0711 6862-512  
Telefax: 0711 6862-239  
E-Mail: tm.st@dlr.de

DLR-Standort Braunschweig  
Lilienthalplatz 7  
38108 Braunschweig  
Telefon: 0531 295-3420  
Telefax: 0531 295-3421  
E-Mail: tm.bs@dlr.de

DLR-Standort Oberpfaffenhofen  
Münchner Straße 20  
82234 Weßling  
Telefon: 08153 28-1784  
Telefax: 08153 28-1780  
E-Mail: tm.op@dlr.de

DLR-Standort Göttingen  
Bunsenstraße 10  
37073 Göttingen  
Telefon: 0551 709-2374  
Telefax: 0551 709-2822  
E-Mail: tm.go@dlr.de

DLR-Standort Neustrelitz  
Kalkhorstweg 53  
17235 Neustrelitz  
Telefon: 03981 480-172  
Telefax: 03981 480-270  
E-Mail: tm.nz@dlr.de

DLR-Standort Berlin-Adlershof  
Rutherfordstraße 2  
12489 Berlin  
Telefon: 030 67055-155  
Telefax: 030 67055-170  
E-Mail: tm.ba@dlr.de



**Deutsches Zentrum  
für Luft- und Raumfahrt e.V.**  
in der Helmholtz-Gemeinschaft

**Technologiemarketing**  
Dr. Rolf-Dieter Fischer  
Linder Höhe  
51147 Köln  
Telefon: 02203 601-3660  
Telefax: 02203 695-689  
E-Mail: rolf-dieter.fischer@dlr.de

[www.DLR.de/tm](http://www.DLR.de/tm)



DLR-Technologiemarketing

## DLR-Technologie- marketing

Partner der Wirtschaft



# Das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.

Das DLR ist das nationale Forschungszentrum der Bundesrepublik Deutschland für Luft- und Raumfahrt. Seine 5.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erschließen neue zukunftsorientierte Technologiebereiche in den Forschungsschwerpunkten Luftfahrt, Weltraum, Energie und Verkehr. Sie verkörpern die herausragende technologische Kompetenz des DLR.

Das DLR verfügt über 28 Institute bzw. Test- und Betriebseinrichtungen an acht Standorten: Berlin-Adlershof, Bonn-Oberkassel, Braunschweig, Göttingen, Köln-Porz, Lampoldshausen, Oberpfaffenhofen und Stuttgart.

Der jährliche Etat beträgt ca. 450 Millionen Euro. Darüber hinaus verantwortet das DLR in seiner Funktion als deutsche Raumfahrtagentur auch die Verwendung des deutschen Raumfahrtetats in Höhe von ca. 760 Millionen Euro.

Da sich das DLR nicht zuletzt auch als Forschungsunternehmen begreift, steht es interessierten Unternehmen jederzeit als Lieferant von Hochtechnologie und für Kooperationen zur Verfügung.

## Die Forschungsschwerpunkte

Die Forschungsaktivitäten des DLR sind in vier Schwerpunkten gebündelt.

### Luftfahrt

- > Leichtbau, Werkstofftechnik und adaptive Strukturen
- > Aeroelastik und Strukturdynamik, Antriebe
- > Messverfahren, Flugsteuerung und Flugführung
- > Leiser Luftverkehr
- > Virtuelles Design und Simulation
- > Großversuchsanlagen und Prüfstände

### Weltraum

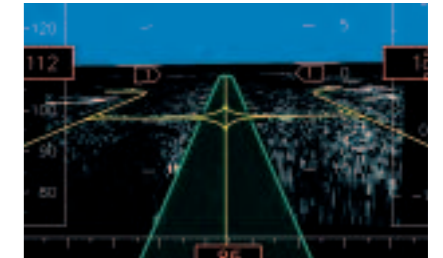
- > Radar- und optische Fernerkundungstechnologie
- > Atmosphärenphysik
- > Datenprozessierung und -veredelung
- > Telekommunikation und Navigation
- > Telemedizin und Robotik
- > Heiße Strukturen und Materialien
- > Raumflugbetrieb und Raketenprüfstände

### Energie

- > Solarthermische Kraftwerke
- > Solarchemie
- > Schadstoffarme Verbrennung in Gasturbinen
- > Brennstoffzellen
- > Simulation energietechnischer Prozesse
- > Energiewirtschaftliche Systemanalyse

### Verkehr

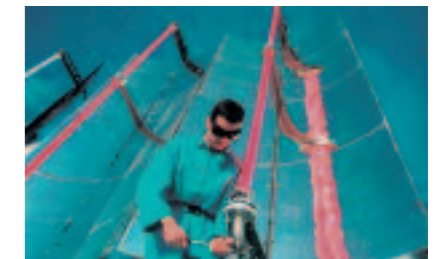
- > Sicherung der Mobilität durch neue Konzepte und Dienste
- > Effizienter Güterverkehr
- > Langfristszenarien (Verkehrsdatenmanagement, Verkehrsmodelle)
- > Ressourcenschonende Fahrzeuge
- > Leiser, emissionsarmer Verkehr
- > Fahrzeugsicherheit



Piloten-Assistenzsysteme: ein Modul für Anflug und Landung



Leichtbauroboter mit 7 Roboterachsen und 13 Handantrieben

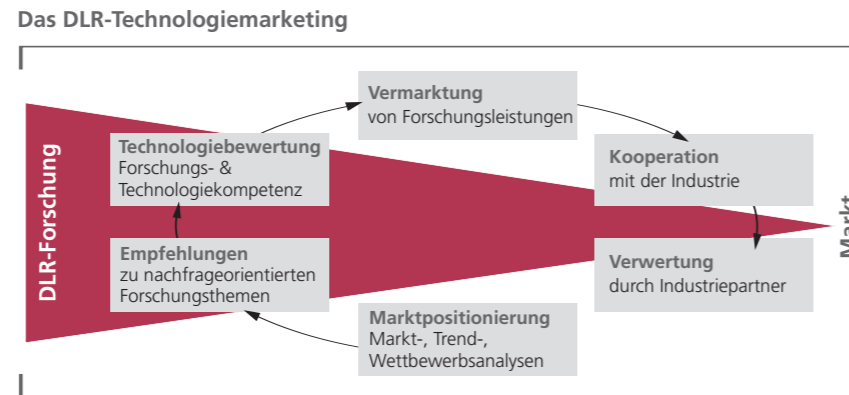


Parabolrinnenanlage zur Schmutzwasserreinigung



Hochleistungsbremsscheibe aus Faserkeramik

# Das DLR-Technologiemarketing



Technik verändert Märkte, Märkte beeinflussen Technologien und Produkte. In den Instituten und Einrichtungen des DLR werden kontinuierlich neue Zukunfts- und Schlüsseltechnologien entwickelt. Eine der wichtigsten Motivationen für diese Forschungs- und Entwicklungsarbeit ist auch die Nachfrage der Wirtschaft.

Der Ansprechpartner innovationsfreudiger Unternehmen ist das DLR-Technologiemarketing. Es bildet die Schnittstelle zwischen Forschung und Industrie, zwischen Idee, Innovation und Markt. Ein Team von Wissenschaftlern, Ingenieuren, Betriebswirten und Juristen berät die Wirtschaftskunden des DLR in allen relevanten Fragen bezüglich DLR-Technologien und fördert dabei insbesondere die Entwicklung nachfrage- und produktorientierter Technologien. Schließlich begleitet das DLR-Technologiemarketing den Prozess von der Idee bis zur erfolgreichen Markteinführung einer Technologie – sowohl national als auch international.

## Von der Forschung zum Produkt im Markt

Neben der vollständigen Neuentwicklung ist auch die Weiterentwicklung zukunfts-trächtiger Technologieanwendungen von hohem gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Interesse. Dabei suchen viele Wirtschaftsunternehmen nach Möglichkeiten, auf das Know-how des DLR zurückzugreifen.

Das DLR-Technologiemarketing unterstützt Unternehmen bei dieser Suche und hilft, für das Unternehmen relevante Technologien innerhalb des DLR zu identifizieren. Es entwickelt markt- bzw. wettbewerbsorientierte Vermarktungsstrategien und plant gemeinsam mit den Unternehmen den Technologieeinsatz am Markt.

Selbstverständlich ist absolute Vertraulichkeit bei sämtlichen Aktivitäten des DLR-Technologiemarketings eine der wichtigsten Grundlagen.

Anwendungen in der Raumfahrt-Robotik haben die Entwicklung von mechatronischen Komponenten und Systemen vorangetrieben.

# Der gemeinsame Weg zum Markterfolg

Die Nutzung vorhandener Technologien und die Forschungskompetenz des DLR eröffnen Industrieunternehmen ausgezeichnete Voraussetzungen zur Entwicklung innovativer Produkte, Verfahren und Dienstleistungen. Das DLR-Technologiemarketing unterstützt Unternehmen systematisch beim Finden, Bewerten, Erschließen und Umsetzen von DLR-Technologien.

### Finden

Das DLR-Technologiemarketing vermittelt interessierten Unternehmen einen ersten Überblick über die zahlreichen Entwicklungen und Forschungsaktivitäten an den Instituten und Einrichtungen des DLR.

Ein Screening identifiziert relevante Technologien, die für den Industriepartner einen „Impuls für morgen“ liefern können. Bei der Analyse und Identifikation hilft das vom DLR entwickelte Tool „InnoGuide™“.

### Bewerten

Schon frühzeitig werden die Markterfolgspotenziale von DLR-Technologien durch Markt- und Wettbewerbsanalysen ermittelt. Dabei bewerten DLR-Experten gemeinsam mit den Industriepartnern die Entwicklungsprojekte in Bezug auf deren Realisierbarkeit und Wirtschaftlichkeit. Die Ergebnisse dieser Analysen fließen in die Definition der Kooperationsvorhaben sowie in die Vermarktungspläne ein.

### Erschließen

Zur Nutzung von DLR-Technologien können Lizenzen erworben werden. Die Lizenznehmer werden darüber hinaus auf Wunsch durch zusätzliche Leistungen unterstützt, die in Kooperations- und Dienstleistungsverträgen definiert werden. Die partnerschaftliche Entwicklungsarbeit bündelt dabei fachliche Kompetenzen und steigert die wirtschaftlichen Chancen. Aus Unternehmenssicht bedeutet das: reduziertes Risiko, bedeutender Innovationsvorsprung und langfristig gesicherte Wettbewerbsfähigkeit.

### Umsetzen

Der Markteintritt jeder neuen Technologie erfolgt entsprechend des zu Prozessbeginn gemeinsam erstellten Konzepts inklusive Nutzenanwendung und Businessplan. Gemäß den Anforderungen des DLR-Technologiemarketings ist ein solches Konzept sehr speziell ausgeprägt und beinhaltet:

- > Klare Projektstrukturen
- > Stage-Gate-Prozess
- > Mechanismen zur schnellen Reaktion und dynamischen Anpassung
- > Mechanismen zum frühen Erkennen von Risiken
- > Transparenz durch Projektcontrolling



Verbesserung des Bekannten: Videostroboskop



Zweite Chance für eine Technologie: Schließkantensensor



Alte Filme in neuem Licht: Digitaler Filmscanner

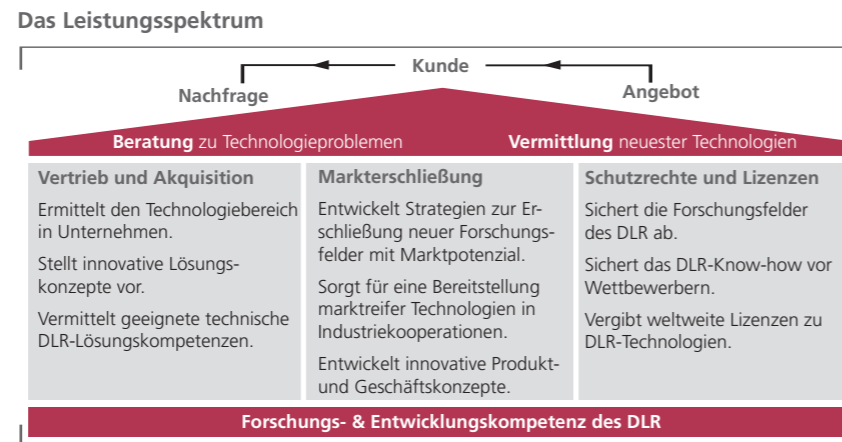


Vom Kometen in den Wald: Automatisierte Waldbrandfrüherkennung



Von analog zu digital: Digitale Luftbildkamera

# Das Leistungsspektrum



## Trend-, Markt-, Wettbewerbsanalysen

Grundlage der vom DLR-Technologiemarketing begleiteten Prozesse und Kooperationen ist die umfangreiche Analyse von Märkten und Wettbewerb. Dank ihr lassen sich Marktchancen und -risiken von DLR-Technologien objektiv einschätzen.

Die analytisch gewonnenen Informationen werden zu Orientierungsgrößen verdichtet, auf deren Basis eindeutige Marktanforderungen an die jeweilige Technologie formuliert werden. Die Analyseergebnisse erlauben es außerdem, den zu erwartenden Wettbewerbsvorsprung durch die Nutzung einer DLR-Technologie zu bemessen.

Die Analyse wird wahlweise durch das DLR-Technologiemarketing alleine oder aber in Zusammenarbeit mit dem Kooperationspartner durchgeführt.

## Ideenbewertung

Mithilfe der Software InnoGuide™ können Chancen, Risiken und Verbesserungspotenziale eines Projektes frühzeitig aufgedeckt werden. Diese Analyse ist zur objektiven Bewertung der Realisierungschancen, des Markterfolgspotenzials und der Wirtschaftlichkeit eines angestrebten Projektes unabdingbar.

Durch InnoGuide™ erhalten Führungskräfte schnelle und zuverlässige Informationen für ihre Investitionsentscheidungen und über die Steuerung von Transferprojekten.

Die Bewertungssoftware wurde vom DLR in Zusammenarbeit mit internationalen Partnern entwickelt und ist vielseitig einsetzbar: Großkonzerne, kleine und mittelständische Unternehmen, Forschungseinrichtungen und sowohl öffentliche als auch private Kapitalgeber haben bereits über 100 Lizenzen beim DLR erworben. Mit InnoGuide™ evaluieren sie Produkte, Dienstleistungen und vollständige Businesspläne.

## Technologieberatung und -kommunikation

Nach der Analyse und Initiierung des Transferprozesses begleitet das DLR-Technologiemarketing beratend den gesamten Prozess: Es ermöglicht dem Industriepartner den Zugriff auf diejenigen Technologien, die aus dessen Sicht sinnvoll sind. Zudem vermittelt es DLR-interne Fachleute, um die Prozessziele möglichst effizient zu erreichen und Synergien zu verstärken.

Die Betreuung ist auf jeder Prozess-Stufe nah am Kunden: An den acht regionalen Standorten helfen DLR-Vertriebsingenieure interessierten Unternehmen bei der Vorbereitung von Kooperationen in allen vorhandenen Technologiebereichen.

Im Rahmen externer Marketingaktivitäten präsentiert das DLR-Technologiemarketing innovative Technologien öffentlichkeitswirksam, kunden- und marktgerecht.

## Lizenzierung

Das DLR meldet eigene Erfindungen grundsätzlich zum Patent an – inklusive eines angemessenen Auslandsschutzes. Um die gezielte Vermarktung zu fördern, werden DLR-Erfindungen regelmäßig kundengerecht aufgearbeitet und Unternehmen zur lizenzierten Verwertung angeboten.

Indem solche lizenzierten Produkte auch langfristig von Seiten des DLR wissenschaftlich betreut werden können, geht das DLR-Technologiemarketing in seinen Kooperations- und Dienstleistungsverträgen weit über die bloße Lizenzvergabe hinaus.

Eine Beteiligung am technischen Risiko bei der Umsetzung von Innovationen ist im Rahmen von Technologietransfer-Projekten ebenfalls möglich, beispielsweise durch die Teilfinanzierung interner Leistungen im Projektrahmen. Bei sämtlichen Projekten gilt für das DLR jedoch, dass sich die Investitionen aus den avisierten Erträgen refinanzieren lassen müssen. Das DLR setzt daher auf den gemeinsamen Markterfolg.

## Existenzgründung

Bei der Gestaltung neuer Geschäftsansätze zur Realisierung von Innovationen mit DLR-Technologien unterstützt das DLR-Technologiemarketing auch Existenzgründungen aus dem DLR. Es berät bei der Entwicklung eines Geschäftsplanes und bei der Gestaltung von Verträgen, die die Zusammenarbeit mit den Institutionen des DLR regeln.

Mit dieser Hilfe erhalten junge Unternehmen den Freiraum, sich auf ihre Entwicklung im Rahmen der bestehenden wissenschaftlichen Infrastruktur zu konzentrieren und sich unmittelbar mit den Einrichtungen des DLR auszutauschen.

Um ihre Wettbewerbssituation zu verbessern, können auch Jungunternehmer Lizenzen zur Nutzung des DLR-Know-hows erwerben. Sie erhalten in diesem Fall besonders attraktive Konditionen, wie beispielsweise die Möglichkeit zur Nutzung von DLR-Anlagen und -Einrichtungen, bis die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens eigene Investitionen erlaubt und letztendlich vollständige Unabhängigkeit erreicht ist.

Coflame-Brenner: Die Aufweitung des Laserstrahls zu einem Lichtband ermöglicht die gezielte Untersuchung der Vorgänge entlang eines Flammenlängsschnitts.