

## Hochfrequenz-Labor eröffnet



Zur Einweihung des Hermann Schwarz Labors sprach Dr. Friedrich Schwarz, Sohn des Namensgebers.

Die Fakultät für Elektrotechnik der TUM hat im Dezember 2008 das Hermann Schwarz Labor für Hochfrequenztechnik eingeweiht. Das vom Lehrstuhl für Hochfrequenztechnik betriebene Labor wurde anlässlich des 100. Geburtstags von Dr. Hermann Schwarz, dem Mitbegründer der Firma Rohde & Schwarz, eingerichtet und ist mit neuesten Messgeräten und Signalgeneratoren aus dem Produktspektrum der Firma ausgestattet. Die von Rohde & Schwarz gespendeten Hochfrequenzgeräte geben einerseits Studierenden die Möglichkeit, ihre Kenntnisse mit modernsten Geräten in praktischen Übungen zu vertiefen, und dienen andererseits dazu, neue Forschungsergebnisse experimentell zu validieren und zu optimieren.

Geräte der Firma Rohde & Schwarz: Vector Signal Generator SMBV und Network Analyzer ZVL6



Mit play.tools gearbeitet haben zum Beispiel die Innovations- und Gründerteams:

- napcabs GmbH:** Kabinen zum Arbeiten und Entspannen im Transitbereich von Flughäfen
- CityMob GmbH:** mobiler Stadt- und Partyguide für Handys
- mobile cinema & entertainment:** Verkauf von DVDs für Reisende der Deutschen Bahn in Business-Lounges und Zügen
- Roadster:** ein exklusives Sportauto im oberen Preissegment
- NoblePower:** Entwicklung einer Stromversorgungseinheit auf Basis einer neuartigen Methanolbrennstoffzellen-Technologie
- Mc Kitchen:** ein platzsparendes Küchen-Multifunktionsgerät
- Fensterwärmetauscher:** Belüftungssystem für Fenster mit Energierückgewinnung
- Treckpacker:** Online-Planungstool für Aktivitäten im Freien
- Traxi:** Intermodale Mobilitätsplattform



## mehr als eine Spielerei

Jährlich erproben bei der UnternehmerTUM GmbH, dem Zentrum für Innovation und Gründung an der TUM, zahlreiche Gründungs- und Innovationsteams systematisch neue Geschäftskonzepte für Produkte und Dienstleistungen. Dazu hat die UnternehmerTUM play.tools aufgebaut, eine Infrastruktur aus Methoden und Werkzeugen, entstanden mit Unterstützung des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie.

Mithilfe von play.tools entwickeln die Teams in kurzer Zeit Prototypen und Modelle, um etwa den Kundennutzen und die Kundenakzeptanz ihrer Produkt- und Dienstleistungsideen in einem sehr frühen Entwicklungsstadium zu bewerten. Durch die gemeinsame Arbeit an einem Modell können Studierende und Wissenschaftler nicht nur Erfahrungen im Umgang mit Technologien sammeln und ihr Kunden- und Marktverständnis schärfen, sondern auch die Qualität der Zusammenarbeit gerade in interdisziplinären Teams steigern. Prototypen wirken also durchaus »sozial« – sie beeinflussen die Qualität der Teamarbeit positiv und unterstützen so den Aufbau leistungsfähiger Teamstrukturen und -prozesse. Prototypen und Modelle können eben nicht nur

potentielle Kunden überzeugen, sondern auch das Team selbst! Viele Teams haben mittlerweile die play.tools-Infrastruktur erfolgreich eingesetzt; dabei dient play.tools nicht nur dazu, das Geschäftskonzept zu evaluieren, sondern wird von den Teams auch bei der Realisierung genutzt.

## Unbeschwert einkaufen im Nachbarland

Preisunterschiede, aber auch die räumliche Nähe von Einkaufszentren und die Abwechslung vom heimischen Angebot locken Konsumenten in der Grenzregion Bayern-Tschechien ins Nachbarland. 2012 wird in Tschechien der Euro eingeführt, was den grenzüberschreitenden Einkauf noch attraktiver machen wird. Doch viele Konsumenten sind unsicher beim Einkauf im EU-Nachbarland: Was passiert, wenn Ware oder Dienstleistungen nicht den Versprechungen des Verkäufers entsprechen? Wie setzt sich der Verbraucher durch, wenn er die Ware zurückgeben möchte? Bereits jetzt untersucht die TUM zusammen mit der westböhmisches Universität Pilsen im Forschungsprojekt ConNet (Consumer Network), welchen speziellen Informationsbedarf die Bewohner der Grenzregion haben. Das Projekt wird vom Freistaat Bayern und der Europäischen Union mit 300 000 Euro gefördert.

Unter der Projektleitung von Prof. Jutta Roosen, Ordinaria für Betriebswirtschaftslehre – Marketing und Konsumforschung der TUM, wird eine repräsentative wissenschaftliche Befragung der Bevölkerung des tschechisch-deutschen Grenzgebiets durchgeführt, um regionsspezifische Themenfelder für Information und Beratung im Verbraucherschutz zu ermitteln. Mithilfe der Ergebnisse werden Konzepte für die Öffentlichkeitsarbeit entwickelt, die von bayerischen und tschechischen Projektpartnern im Grenzraum umgesetzt werden. Geplant sind etwa Informationsstände bei Veranstaltungen, Vortragsreihen oder Beratungsgespräche zur kontinuierlichen Verbesserung der Einkaufsbedingungen im Grenzgebiet. Ziel ist ein eigenständiges Verbraucherschutz-Netzwerk in der Region.

[www.connet-online.eu](http://www.connet-online.eu)