

Die pure Technik-Zukunft

ThyssenKrupp und PUR agieren im Jahr der Technik gegen Technikfeindlichkeit, Flucht der Nawi-Eliten und Ingenieurmangel

VON PETER LAMPRECHT

Unsere Mamas machen, dass Autos superlange schön aussehen.“ Das ist einer von drei Slogans, mit denen in diesen Wochen Kinder in Zeitungsanzeigen und in TV-Spots auf technologische Innovationen aufmerksam machen. In diesem Fall geht es um Autostahl, der mit Hilfe eines neuartigen Legierungsüberzuges wesentlich beständiger gegen Rost wird – ein Produkt aus der Ideenschmiede des Hauses ThyssenKrupp. Der Welt-Konzern, der nach wie vor 60 000 Menschen in seiner Heimat an Rhein und Ruhr beschäftigt (weltweit sind es rund 180 000), leitet mit dieser Folge seiner Imagekampagne einen großen eigenen Beitrag zum bundesweiten „Jahr der Technik“ ein. Bildungs- und Forschungsministerin Edelgard Bulmahn hat es ausgerufen.

Die Kraft und der Ideenreichtum eines der wichtigsten deutschen Technologiekonzerne sollen dabei eingesetzt werden, um Technikfeindlichkeit, die Flucht der naturwissenschaftlichen Eliten und den Ingenieurmangel nicht zuletzt mit Bildern von Technik-Innovationen für den Alltag zu überwinden. Hochschulpartnerschaften, eigene Ausbildungsinitiativen und die ausgezeichnete Imagekampagne des Unternehmens verbreiten eine Botschaft: Technik macht Spaß, Technik macht Zukunft.

Technik ist das weltweite Geschäft des Düsseldorfer Konzerns in seinen drei Sparten Stahl, Industriegüter und Services. Alle drei Bereiche besetzen Spitzenpositionen auf dem Weltmarkt, alle wollen zur „Nummer eins“ werden. Neue Produkte und Dienstleistungen, entwickelt in Kooperation mit Kunden wie mit Forschungsinstituten, sorgen für die notwendige Dynamik

Ein Stolz des Hauses ist das erst



FOTOS: ULLSTEIN/THYSSENKRUPP

2000 in Dortmund eröffnete Oberflächen-Centrum, das in Kooperation mit der Fraunhofer-Gesellschaft arbeitet und inzwischen als weltweit größtes Kompetenzzentrum seiner Art gilt. Hier wurde erst kürzlich der Legierungsüberzug aus Zink und Magnesium entwickelt, der nur extrem dünn und damit leicht aufgetragen werden muss und dennoch besseren Korrosionsschutz bietet als die herkömmliche Verzinkung von Feinblech für Auto-Karosserien. Partnerschaften mit weiteren Hochschulen, die Unterstützung von „Jugend forscht“ und das eigene, europaweit angesehene Ausbildungszentrum helfen mit, Nachwuchs-Quellen zu erschließen. „Zukunft Technik entdecken“ heißt nun das Programm des Unternehmens für das zweite Halbjahr 2004. Mit im Boot bei dieser Kommunikations-Offensive sind Schulen und Unis, Verbände und Politik.



Spaß an der Technik wecken will ThyssenKrupp mit einer Imagekampagne (ein Motiv oben); auch die Popgruppe PUR (u. Sänger Hartmut Engler) tritt dafür auf

Und dann, vom 2. bis 4. September, wird das „Abenteuerland“ Technik ganz plastisch. Drei Tage lang nutzt ThyssenKrupp gemeinsam mit zahlreichen Partnern die riesigen „Verkehrsflächen“ der Arena auf Schalke als Messe-, Kongress- und Ausstellungsraum. Das Event „Zukunft Technik entdecken“ soll ausstrahlen und eine Begeisterung wecken, die in neue Initiativen bundesweit mündet.

Wo sonst Fußball-Fans über Freistoße, Fehlentscheidungen oder grandiose Tore diskutieren, entsteht ein „Ideenpark“. Hier sind technische Spitzenprodukte zum Greifen nahe – darunter der superleichte NewSteel Body, eine Rohkarosserie für Autos der Zukunft aus neuen Stahlwerkstoffen. Die Produkte werden von ihren Entwicklern aus dem Hause ThyssenKrupp und von ihren jeweiligen Nutzern erklärt. So zeigen etwa Bob-Weltmeisterin Susi Erdmann und Kufen-Fachmann Klaus Nowak nicht nur ihren Sieger-Bob. Die beiden werden auch berichten, wie der spezielle Kufen-Werkstoff aus der Stahlküche von ThyssenKrupp geholfen hat, der Weltelite davon zu fahren. Jochen Adam zeigt dazu die Werkstoffdatenbank, die er entwickelt hat.

„Zukunft Technik fördern“ ist der Bereich benannt, der konkrete Förderprojekte vorstellt, darunter „Jugend forscht“, Initiativen des Bundesforschungsministeriums, des Initiativkreises Ruhrgebiet und weiterer Partner. Im Dialogbereich „Zukunft Technik diskutieren“ gibt es Podien und Sitzplätze für Vorträge, Talkrunden, Interviews zum Thema. Auch eigene Kinder-Aktivitäten haben hier ihren Platz.

Auf der großen Bühne in der „Arena“ schließlich startet am Abend des 2. September ein Musik-Ereignis, das es so live nur an dieser Stelle geben kann und wird. Eines, das ohne Top-Technik natürlich nicht gelingen könnte, das aber zugleich die Brücke schlägt zu den Wurzeln der gemeinsamen Kultur: PUR, Deutschlands aktuell erfolgreichste Popgruppe, seit über drei Jahren nicht nur mit „Abenteuerland“ – dem Song zur Werbung und ThyssenKrupp-Hymne – Partner der Unternehmens-Kommunikation, gestaltet einen Event für Mitarbeiter und Freunde des Technologiekonzerns im Rahmen der Generalprobe von „PURklassisch“ – das wird eine Symbiose des erfolgreichen PUR-Programmes mit Klängen klassischer Herkunft. Die folgenden zwei Konzerte am 3. und 4. September in der Arena sind dann öffentlich. Und auch an diesen Tagen wartet zuvor und in der Pause das komplette Event-Programm: Zukunft Technik pur.

Werkstoffe der Zukunft

Wenn ThyssenKrupp am 2. September im Foyer der Arena „Auf Schalke drei Tage lang seinen „Ideenpark“ öffnet, dann sind auch Institutionen wie der VDI und NRW-Hochschulen mit von der Partie, um die „Zukunft Technik“ greifbar zu machen. Eine besondere Rolle fällt dem Aussteller Initiativkreis Ruhrgebiet zu. Die 1989 ins Leben gerufene Runde von 56 führenden deutschen Unternehmen, die den Strukturwandel an der Ruhr mit wechselnden Schwerpunktprogrammen voran treibt, hat sich gerade in diesem Jahr eine Initiative zur Förderung neuer, zukunftsreicher Werkstoffe vorgenommen.

Die Idee dazu stammt vom neu gewählten Sprecher („Moderator“) des Kreises. Das ist ThyssenKrupp-Chef Prof. Ekkehard Schulz, der seine eigene Karriere auf den Werkstoff Stahl gegründet hat. Eine integrierte und koordinierte Anstrengung von Wissenschaft und Wirtschaft an der Ruhr soll dafür sorgen, innovative Werkstoffe zu entwickeln und sie für praxisnahen Einsatz in der Produktion verfügbar zu machen. Davon erhofft sich der Initiativkreis handfeste Erfolge bei dem Versuch, neue und zukunftssichere Arbeitsplätze an der Ruhr zu schaffen. Die Basis dafür ist längst gelegt: Schon heute ist das Ruhrgebiet Deutschlands Nummer eins in der Werkstoff-Produktion. 136 000 Beschäftigte arbeiten in Firmen der Kunststoff-, Glas-, Keramik- und Gummierstellung. 115 000 sind in der Metallherstellung beschäftigt. Die Vernetzung dieser Produktionsbasis mit der Wissenschaft gehört zu den Aufgaben, die sich Dr. Karl-Ulrich Köhler, Chef von ThyssenKrupp Stahl in Duisburg, bis September zum Ziel gesetzt hat – ein Beispiel dafür, wie Technik Zukunft gestalten hilft. PL