

**29. MAI 1956**

Gemeinsame **Immatrikulationsfeier** von Freier Universität und Technischer Universität in Dahlem: Die Rektoren Johannes Lorenz (TU Berlin) und Andreas Paulsen (Freie Universität) mit Otto Suhr, dem Regierenden Bürgermeister von Berlin, und Bundespräsident Theodor Heuss beim feierlichen **Einzug ins Audimax**.

**10. JANUAR 1957**

Die Freie Universität wächst: An einzelnen Vorlesungen im Wintersemester 1957/58 nehmen bis zu **1200 Studenten** teil, an einem Seminar der Germanisten 400. Wegen Überlastung der Einrichtungen verfügt der Berliner Senat im Januar 1957 eine **Begrenzung** der Studentenzahlen in Dahlem auf 9 500. Doch schon zwei Jahre später sind an der Freien Universität 11 005 Studierende immatrikuliert. Das Foto von 1958 zeigt eine Vorlesung des Professors für Anorganische Chemie **Karl Jähr**.

**11. MAI 1957**

Die Universität verleiht **Lise Meitner** die Ehrendoktorwürde: Das Bild zeigt die Experimentalphysikerin beim Empfang nach der Verleihung im Gespräch mit Hans Lassen, dem Direktor des neuen Physikalischen Instituts. Lise Meitner war vor dem Zweiten Weltkrieg entscheidend an der Entdeckung der **Kernspaltung** beteiligt, die Otto Hahn und Fritz Straßmann 1938 in Dahlem gelang – wenige Monate nach Lise Meitners Flucht vor den Nationalsozialisten im Sommer 1938 ins **schwedische Exil**.

Fotos: Universitätsarchiv der Freien Universität Berlin, Reinhard Friedrich/Universitätsarchiv der Freien Universität, Lars Lassen/Universitätsarchiv der Freien Universität

## Ein Fädchen Hoffnung

Vor fünf Jahren stürzte die Textilfabrik Rana Plaza ein. Eine internationale Studie untersucht, wie sich die Arbeitsbedingungen in Bangladesch seither verändert haben

VON STEFANIE HARDICK

**R**ana Plaza war das schwerste Unglück in der Geschichte der Textilindustrie. Als am 24. April 2013 die neunstöckige Fabrik in der Stadt Sabhar in Bangladesch einstürzte, kamen 1136 Menschen ums Leben, mehr als 2500 wurden verletzt. Die Katastrophe warf ein Schlaglicht auf den hohen Preis, den Arbeiterinnen und Arbeiter in Billiglohnländern für unsere Kleidung zahlen. Danach gab es viele Absichtserklärungen von Politikern und Unternehmern. Doch wurden sie umgesetzt? Kann ausgerechnet eine Katastrophe zur Verbesserung von Arbeits- und Produktionsbedingungen führen?

Das untersucht die Studie „Changes in the Governance of Garment Global Production Networks: Lead Firm, Supplier and Institutional Responses to the Rana Plaza Disaster“, die seit 2015 von der Betriebswirtin Elke Schüßler koordiniert wird. Um der Komplexität der Wertschöpfungsketten in der Bekleidungsindustrie gerecht zu werden, arbeitet die Freie Universität mit Partnern in fünf Ländern zusammen. Sie untersuchen alle Glieder der Wertschöpfungskette – vom westlichen Auftraggeber über die Manager der Textilfabriken bis zur Näherin in Bangladesch – mit quantitativen und qualitativen Forschungsmethoden aus der Soziologie, der Politik- und Wirtschaftswissenschaften sowie der *Development* und *Gender Studies*.

Die von der Volkswagenstiftung finanzierte Studie läuft noch bis Ende 2018. Elke Schüßler und ihre wissenschaftliche Mitarbeiterin Nora Lohmeyer vom Department für Management der Freien Universität können aber bereits von Ergebnissen berichten. Die beiden Wissen-

schaftlerinnen haben unter anderem untersucht, welche Haltung deutsche Unternehmen zu einer Veränderung der Produktionsbedingungen einnehmen. Ob sie zum Beispiel dem „Bündnis für nachhaltige Textilien“ beigetreten sind oder wie die firmeneigenen Abteilungen für unternehmerische Sozialverantwortung (CSR) handeln. „Durch Ereignisse wie Rana Plaza entsteht ein öffentlicher Druck, der den häufig marginalisierten CSR-Abteilungen in den Firmen deutlich mehr Gehör verschaffen kann“, fasst Nora Lohmeyer eines der Ergebnisse von Interviews mit 20 deutschen Bekleidungsgebern und -marken zusammen.

Seither sei die Branche in Bewegung gekommen: Die Mehrzahl der Firmen sei aktiv geworden und zum Beispiel dem Textilbündnis beigetreten – häufig jedoch ohne sich durch ausgeprägte Eigeninitiative hervorzutun. Initiativen wie das Textilbündnis seien aber dennoch wichtig: Sie beförderten den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen konkurrierenden Firmen, ohne die eine Verbesserung von Standards nicht möglich sei.

Elke Schüßler berichtet, dass sich die Initiativen zunächst auf Verbesserungen der Arbeitssicherheit und des Brandschutzes konzentriert hätten, unter anderem im Verbund des transnationalen „Accord on Fire and Building Safety“, der bereits einen Monat nach der Katastrophe von Rana Plaza gegründet wurde. Einige westliche Firmen machten nun den nächsten Schritt und setzten sich für höhere Löhne ein. Es gebe aber immer noch deutsche Modemarken, die gar nichts änderten und hofften, dass sich die Aufregung lege, hat Lohmeyer festgestellt.

Schüßler ergänzt, dass es nicht nur deshalb wichtig sei, den öffentlichen Druck aufrecht zu erhalten und nachhaltige Veränderungen einzuleiten: „Es gibt positive Entwicklungen in Bangladesch, weil Politik und Industrie verstanden haben, dass sie Verbesserungen einleiten müssen. Lücken im Arbeitsrecht werden gefüllt. Allerdings ist die Umsetzung nach wie vor problematisch, vor allem in Hinblick auf eine starke und geschützte Vertretung der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer.“

Die Studie untersucht auch die politischen Rahmenbedingungen der weltweiten Textil- und Bekleidungsbranche. In



**Massengrab:** Beim Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza in Bangladesch verloren 1136 Menschen ihr Leben, mehr als 2500 wurden verletzt.

Foto: flickr-rijans

Deutschland seien wichtige Initiativen entstanden, wie das bereits genannte „Bündnis für nachhaltige Textilien“, das 2014 von Bundesentwicklungsminister Gerd Müller gegründet wurde, sagt Elke Schüßler. Bislang legten solche Initiativen den Schwerpunkt allerdings stark auf die Seite der Produzenten und Lieferanten. In Zukunft sollten die Käufer und Konsumenten noch stärker einbezogen werden, appelliert die Wissenschaftlerin, zum Beispiel durch mehr Transparenz bei der Herkunft der Kleidung oder mit Aufklärungskampagnen über die sogenannte Fast Fashion, ein Geschäftsmodell, das es darauf anlegt, neue Kollektionen sehr schnell als billige Massenware anzubieten. Wichtig sei es auch, bei der Ausschreibung von Aufträgen endlich die Berücksichtigung sozialer Kriterien umfassend und verbindlich festzuschreiben, ergänzt Lohmeyer. „Hier könnte die öffentliche Hand mit ihren Großaufträgen, zum Beispiel bei der Beschaffung von Berufsbekleidung, Druck in Richtung einer Verbesserung ausüben.“

Elke Schüßler ist mittlerweile Professorin für Betriebswirtschaftslehre an der Universität Linz. Bis Ende 2018

**Es hat sich etwas verbessert, aber noch lange nicht genug, sagen die Forscherinnen**

werden die Forscherinnen noch 1500 Fragebögen von Arbeiterinnen und Arbeitern in Bangladesch auswerten und die Studienelemente aus Deutschland, England, Schweden, Australien und Bangladesch miteinander verknüpfen. Neue Erkenntnisse wird es aber schon vorher geben: Bei der internationalen Konferenz „5 Years After Rana Plaza: Consequences for Labor Standards Improvements in Garment Supply Chains“ vom 27. bis 28. April trifft sich am Fachbereich Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin die „kleine, aber weltweit vernetzte und sehr aktive Community derjenigen, die zu dem Thema forschen“, sagt Elke Schüßler. Das Rana-Plaza-Unglück hat nicht nur den Blick der Branche auf die globale Textilindustrie nachhaltig verändert, sondern auch den der Wissenschaft auf die Textilindustrie.

## Weckruf für Anwendungsideen

Research to Market Challenge: Ein Wettbewerb sucht die besten Innovationen aus der Forschung

Jedes Jahr im Frühling klingelt ein ganz besonderer Wecker auf dem Campus: „Der Ideenwettbewerb *Research to Market Challenge* ist ein Weckruf für alle Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die eine Idee für die Verwertung ihrer Forschungsergebnisse zwar im Hinterkopf oder in der Schublade haben, aber die Umsetzung noch nicht aktiv vorantreiben“, sagt Steffen Terberl. Er leitet *Profund Innovation*, die Service-Einrichtung für Wissens- und Technologietransfer in der Abteilung Forschung der Freien Universität Berlin.

Weil viele gute Einfälle mit Marktpotenzial aus Mangel an Gelegenheit und Know-how nicht weiterverfolgt werden, rief die Freie Universität 2014 den Wettbewerb gemeinsam mit der Charité – Universitätsmedizin Berlin ins Leben. Beim aktuellen Durchgang sind neben Stiftung Charité, Ernst-Reuter-Gesellschaft, Humboldt Gesellschaft und Berliner Sparkasse zum ersten Mal auch die Humboldt-Universität zu Berlin und die Technische Universität Berlin als Mitveranstalter dabei. Die Hürden für die Teilnahme sind niedrig: In der ersten Runde ist eine Ideenskizze von maximal drei Seiten gefragt. Mitmachen können Studierende, Absolventen, Doktoranden und wissenschaftliche Mitarbeiter aller Fachbereiche der drei Universitäten und kooperierender Forschungseinrichtungen in Ber-

lin und Brandenburg. Ihre Idee muss in eine der Wettbewerbskategorien „Digital“, „Life Sciences & Technologies“ oder „Cultural & Social“ passen und einen klaren Bezug zum Arbeitsgebiet der Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben.

„Der Markt für Ideen aus der Forschung ist die Gesellschaft“, betont Ulrich Rössler, Leiter der Forschungsabteilung an der Freien Universität Berlin. „Deshalb soll es in der *Research to Market Challenge* nicht nur um technische Innovationen oder Patente gehen.



**Zieh' durch:** Seit 2017 stehen im „Kraftklub“ des Hochschulsports die High-Tech-Geräte von AUGLETICS, die im Ideenwettbewerb ausgezeichnet wurden.

Foto: Bernd Wannemacher

Transfer ist ein Thema für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus allen Bereichen. Gefragt sind Modelle, die sich in die Praxis umsetzen lassen – egal, ob durch Unternehmen, Bezirksämter, Museen, Vereine oder andere Akteure.“

Die Autoren der zehn besten Einsendungen jeder Wettbewerbskategorie werden eingeladen, ihre Ideenskizzen mit Unterstützung von Experten in einem eintägigen Workshop auszuarbeiten. Die weiterentwickelten Konzepte werden erneut

eingereicht und von einer Jury im Hinblick auf Innovationsgehalt, Forschungsbezug, Realisierbarkeit und Kundennutzen bewertet. Die drei besten Teams jeder Kategorie stellen ihre Ergebnisse am 5. Juli auf der Abschlussveranstaltung vor und werden mit Preisgeldern von insgesamt 9000 Euro belohnt.

„Wie es danach mit den eingereichten Ideen weitergeht, hängt von vielen Faktoren ab“, sagt Steffen Terberl. „Fast alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer lassen sich anschließend in den Wissens- und Technologietransferstellen der Universitäten beraten, etwa über Möglichkeiten zur Patentanmeldung oder Unterneh-

**Bewerben kann man sich noch bis zum 6. Mai**

mensgründung. Einige suchen auch zusammen mit etablierten Unternehmen und Einrichtungen nach Verwertungsmöglichkeiten oder wollen zunächst ihr Forschungsprojekt abschließen.“ Aus vielen Ideen der vergangenen Durchgänge sind bereits Produkte und neue Unternehmen entstanden.

MARION KUKA

Mehr im Internet: [www.marketchallenge.de](http://www.marketchallenge.de)

### ERFOLGREICH GRÜNDEN

#### Von der Idee zur Marktreife

##### AUGLETICS

**Zieh durch** – so lautet der Slogan der Marketingkampagne der AUGLETICS GmbH, einer Ausgründung der Freien Universität. Dieses Motto haben Flavio Holstein, Benjamin Bach, Hagen Rothe und Hannes Jeltsch schon lange vor dem Start der Kampagne mit Leben gefüllt: Im Sommer 2014 gehörten sie mit ihrer Idee für ein innovatives **Ruder-Ergometer** zu den Gewinnern der ersten *Research to Market Challenge*.

Heute stehen ihre High-Tech-Geräte für interaktives Ruder- und Kardiotraining in Fitness-Studios und den Trainingsräumen von Rudervereinen. Die Langstrecke vom Konzept bis zum Markteintritt haben die Gründer unter anderem mit einem **EXIST-Gründerstipendium** des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und mit Unterstützung der Arbeitsgruppe Technische Informatik der Freien Uni-

versität gemeistert. Zwei AUGLETICS-Geräte stehen auch im Fitnessstudio des Hochschulsports auf dem Geocampus der Freien Universität in Lankwitz. Sie wurden von der **Ernst-Reuter-Gesellschaft** der Freunde, Förderer und Ehemaligen der Freien Universität Berlin e. V. gestiftet.

##### BIOFILM

Bei bakteriellen Infektionen kann eine schnelle Diagnose Leben retten. Viele Infektionen entstehen durch **Biofilme** – normalerweise hilfreiche Lebensgemeinschaften von Mikroorganismen in und auf unserem Körper. Bei einer Krankheit können diese Filme jedoch lebensbedrohlich sein, da sie schwer aufzuspüren und widerstandsfähig gegenüber **Antibiotika** sind.

In der Routinediagnostik fehlen bisher Methoden, um sie nachzuweisen. Judith Kikhney und Annette Moter bringen die Bakte-

rien mit **Fluoreszenz** zum Leuchten, damit sie unter dem Mikroskop sichtbar sind. Sobald sie identifiziert sind, kann die passende Therapie eingeleitet werden. Die Wissenschaftlerinnen entwickelten die Methode der „Fluoreszenz in situ Hybridisierung (FISH)“ für medizinische Proben am Institut für Mikrobiologie der Charité und am Biofilmzentrum des Deutschen Herzzentrums.

Neben dem Nachweis der Pathogene bietet FISH auch die Möglichkeit, die **Wirksamkeit** von neuartigen antimikrobiellen Substanzen im Biofilm zu messen. Die Idee wurde 2014 in der *Research to Market Challenge* ausgezeichnet. Das Team erhielt Fördermittel aus dem Programm EXIST-Forschungstransfer.

Mehr im Internet: <https://augletics.de>  
[www.fu-berlin.de/en](http://www.fu-berlin.de/en)  
[www.fu-berlin.de/profund](http://www.fu-berlin.de/profund)