

»Erfolg nicht nur in der Technologie, sondern auch in den Köpfen!«

Vor fünfzehn Jahren wurde die Sommerschule Mikroelektronik gegründet / Interview Prof. Johann W. Bartha

Die Sommerschule »Dresden Microelectronics Academy« fand im September 2016 zum fünfzehnten Male statt. Ausrichter sind die TU Dresden, Globalfoundries und X-Fab. Von Anfang an als »treibende Kraft« dabei ist Prof. Johann W. Bartha vom Institut für Halbleiter- und Mikrosystemtechnik, dem das UJ einige Fragen stellte.

UJ: Prof. Bartha, in diesem Jahr führen wir bereits die 15. Ausgabe der »Dresden Microelectronics Academy« durch. Welche Motivation/Beweggründe führten seinerzeit zur Gründung der Dresden Microelectronics Academy (DMA), und wann wurde sie gegründet?

Prof. Bartha: Als ich 1999 mit meinem Lehrstuhl in Dresden anfang, waren Kooperationen zwischen Uni und Industrie noch nicht unbedingt so etabliert. Ich suchte ganz bewusst den Kontakt zur Industrie, war da unter anderem mit Infineon im Gespräch. Nach einigen ersten Kooperationen gab es dann die Idee, eine Sommerschule zu gründen, da die Nachwuchsfrage für die Halbleiterfirmen ein wichtiges Thema war - und bis heute ist. Der Erfolg in der Mikroelektronik liegt ja nicht nur in der Technologie, sondern auch in den Köpfen.

Im Jahr 2000 hatten wir dann die erste Sommerschule, eine Kooperation von TU Dresden und Infineon, von Anfang



Prof. Johann W. Bartha.

Foto: Matthias Hahndorf

an unterstützt auch durch die Dresdner Stadtverwaltung. Sie hieß damals noch »Dresdner Sommerschule für Mikroelektronik«, also mit deutschem Titel und auch in deutscher Sprache durchgeführt. Unsere Ziele waren, junge Studenten für die Halbleitertechnologie zu begeistern, Einblicke in die fachliche und berufliche Praxis zu vermitteln und den Standort »Silicon Saxony« bekannter zu machen. Diese Ziele sind bis heute so geblieben, hinzugekommen ist

später aber noch der Aspekt, die Karriereöglichkeiten in diesem Bereich aufzuzeigen - und Dresden als lebenswerte Stadt zu präsentieren. Viele auswärtige Fachleute hatten Dresden als potenziellen Arbeits- und Wohnort damals noch gar nicht richtig auf dem Schirm.

Welche Partner waren beteiligt?

Zum Gründungspartner Infineon kam ab 2001 auch AMD (heute Globalfoundries) noch mit in den Kreis der

Organisatoren. Wieder ein Jahr später erweiterte sich die Gruppe noch um die Firma ZMD (heute IDT Europe), aus der Firma hat sich später auch die X-Fab entwickelt, die heute noch Partner der Dresden Microelectronics Academy ist. Später kam Qimonda hinzu, welche aus der Aufspaltung von Infineon hervorgegangen waren. So waren es zeitweise ziemlich viele Partner, und wir haben sehr große Veranstaltungen mit bis zu 150 Teilnehmern gemacht. Die Schwelle für die Bewerber lag nicht allzu hoch, sie sollten lediglich über das Vordiplom verfügen. Später haben wir die Zugangskriterien etwas verschärft, angesprochen waren dann Teilnehmer, die mindestens kurz vor dem Studienabschluss stehen, bis hin zu PostDocs. Die Teilnehmerzahl wurde auf 50 begrenzt und wir haben komplett auf englische Sprache umgestellt, um ein internationales Bewerberfeld anzusprechen. Seit 2015 ist das cfaed als Partner mit im Boot.

Wie würden Sie die Besonderheit der DMA beschreiben? Was macht die Faszination aus?

Was die Studierenden hier vermittelt bekommen, ist wirklich das »Frontend« der Technologieentwicklung - das lässt sich in einer Vorlesung an der Uni gar nicht so direkt umsetzen. Jedes Jahr werden die Referate aktualisiert, es wird

tatsächlich immer das Neueste vom Neuesten vermittelt. Ich glaube nicht, dass es weltweit eine Veranstaltung gibt, die dies so in dieser praxisnahen Art und Weise schafft. Und ich persönlich kann jährlich mitverfolgen, wie die Innovationen aus der Forschung in der Industrie Einzug halten. Aus der Zusammenarbeit mit der Industrie sind dann auch immer wieder neue gemeinsame Forschungsprojekte entstanden.

Wagen Sie einen Blick in die Zukunft! Wie wird sich die DMA weiterentwickeln? Welche Themen werden an Relevanz gewinnen?

Es ist mit der Verbindung zum cfaed schon ein ganz gewichtiger Schritt passiert: Mehr als zuvor haben wir jetzt auch einen Fokus auf die Forschungsfelder, die erst in einigen Jahren als praktische Technologie bei der Industrie Einzug halten. Manche Dinge davon werden natürlich auch nicht in der Praxis ankommen. Dieser Blick auf die »Voraus-Forschung« bereichert die DMA noch einmal wesentlich. Das werden wir zukünftig so beibehalten. Letztes Jahr hatten wir einen Schwerpunkt auf den organischen Halbleitern, weitere Themen könnten zum Beispiel magnetische Effekte sein, oder Drucktechnologien für elektronische Bauteile.

Es fragte Matthias Hahndorf.

Gemeinsame Disput-Plattform im Netz schaffen

TU-Experten befragt: Prof. Thorsten Strufe (TU Dresden) und Prof. Oliver Hinz (TU Darmstadt) zu Nachrichtenverbreitung im Web

Prof. Thorsten Strufe leitet die Professur für Datenschutz und Datensicherheit an der TU Dresden. Gemeinsam mit Darmstädter Kollegen untersucht er zudem seit Jahren die Nachrichtenverbreitung im Internet. Der 41-jährige Wirtschaftswissenschaftler Prof. Oliver Hinz lehrt Wirtschaftsinformatik an der TU Darmstadt. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören »soziale Netzwerke« und elektronische Vermarktung.

Für unsere Serie »TUD-Experten befragt« hat sich Heiko Weckbrodt mit Prof. Thorsten Strufe und Prof. Oliver Hinz über die Zukunft der Nachrichtenverbreitung in einer Facebook-dominierten Internetwelt unterhalten.

UJ: Facebook versucht derzeit, Medienhäuser und andere Kreative zu überzeugen, ihre Texte nicht nur im Netzwerk zu verlinken, sondern exklusiv bei Facebook einzuspeisen. Wie verändert dies den Journalismus und die Pressearbeit?

Prof. Thorsten Strufe: Einerseits sind Medien wie Facebook noch schneller als klassische Massenmedien. Wer da mit nur zwei Einträgen pro Tag daherkommt, wird untergehen. Außerdem müssten solche Berichte viel kürzer sein als etwa in der klassischen Zeitung, weil die Leute auf Facebook nur kurze Texte zu lesen bereit sind.

Und wie kann man in dieser wachsenden Posting-Flut künftig überhaupt noch Auf-

merksamkeit auf die eigenen Beiträge lenken?

Prof. Thorsten Strufe: Wenn Sie in sozialen Medien eigene Beiträge einstellen, ist selbst eine guter Ruf noch keine Gewähr, dass Ihr Freundeskreis oder Ihre Fans übermäßig damit interagieren. Aber wenn ich die Inhalte Dritter weitergebe oder mit »Gefällt mir« markiere, dann kann die Interaktionsrate im Freundeskreis sehr hoch sein. Das hat eine Studie über die Verbreitung von Videos gezeigt. In eigenen Studien sind wir zu ähnlichen Ergebnissen gekommen: Wenn ich es schaffe, dass jemand erst mal anfängt, meine Beiträge zu kommentieren, dann erhöht sich auch die Wahrscheinlichkeit für die anderen, dass sie diese Inhalte konsumieren.

Der Datenschutz und die Diktatmacht von Facebook, was »wichtig« und was »unwichtig« für den Besucher im Nachrichtenstrom ist, sind umstritten. Auch die Hassbotschaften, die sich über diese Netzwerke verbreiten, sorgen für viele Diskussionen. Wäre ein »deutsches Facebook«, ein eigenes Alternativ-Netzwerk, eine sinnvolle Antwort?

Prof. Thorsten Strufe: Für ein europäisches oder deutsches Konkurrenz-Netzwerk zu Facebook sehe ich keine Chance. Google hat das mit Google Plus versucht und selbst die haben das nicht geschafft.

Anders wäre es, wenn sich die deutschen Medienhäuser von SPON bis Heise zusammentun würden, um eine gemeinsame digitale Diskussionsplatt-



Prof. Thorsten Strufe, Experte für Datenschutz und -sicherheit.

Foto: Heiko Weckbrodt

form für ihre Internetportale zu schaffen, die wie eine zusätzliche soziale Interaktions-Schicht überall angedockt wird. Eine Plattform, auf der man sich einmal einen Zugang anlegt und dann überall über alle möglichen Themen mit Freunden diskutieren könnte, wiederer-

kannnt wird, sich Reputation erarbeiten und Anhänger gewinnen kann. Solch eine gemeinsame Lösung der Medienhäuser in Deutschland könnte auch die Diskussionskultur im Internet wieder heben und das Troll-Wesen eindämmen, weil dort jeder wiedererkannt wird.

Oft heißt es, die Teenager haben mit Facebook nichts mehr am Hut und kommunizieren lieber über WhatsApp, Snapchat und andere vergleichsweise abgeschottete Netzwerke: Wie können Nachrichten-Macher diese Generation der Jüngeren überhaupt noch erreichen?

Prof. Oliver Hinz: Dass die Jugend sich vom Althergebrachten absetzen will, ist ja nichts Neues. Um junge Leute zu erreichen, müssen daher andere Konzepte entwickelt werden und wir sehen gerade neue Entwicklungen. Denken Sie nur an Phänomene wie die Instagram-Bloggerin Pamela Reif, die über zwei Millionen Follower hat. Firmen zahlen viel Geld, um mit solchen »Influencern« zusammenarbeiten zu können.

Wäre eine Art »deutsches Facebook« ein tragfähiges Konzept für die deutschen Verlage?

Prof. Oliver Hinz: Ich glaube nicht, dass es in einer globalisierten Welt möglich ist, sich abzuschotten. Wir hatten ein deutsches Facebook. Sie werden sich vermutlich an StudiVZ erinnern, das vom Holzbrinck-Verlag für 85 Millionen Euro gekauft wurde. Es konnte gegen das internationale Facebook nicht bestehen. Interview: Heiko Weckbrodt

» Zum Weiterlesen:

Wie eine 19-Jährige aus Karlsruhe zwei Millionen Instagram-Fans gewinnt: www.onlinemarketingrockstars.de/pamela-reif-instagram



DAAD-Preis für Jasmin Čolić

Der Psychologie-Student Jasmin Čolić aus Bosnien-Herzegowina erhielt am 4. Oktober 2016 den DAAD-Preis für ausländische Studenten der TU Dresden in Anerkennung seiner ausgezeichneten Studienleistungen und seines herausragenden gesellschaftlichen Engagements. Der Preis ist mit 1000 Euro dotiert. Das Foto zeigt den Preisträger (l.) bei seinen Dankesworten und Prof. Gerhard Rödel, TUD-Prrektor für Forschung. Foto: UJ/Geise

dresden | exists

03.11. GRÜNDERFOYER #45

18:30 UHR | HSZ | TU Dresden

mit Karl Matthäus Schmidt, Gründer des Discount-Brokers Consors, und Präsentationen Dresdner Startups

FINANZ RODEO

Anmeldung unter www.dresden-exists.de

