

# Wie vermittelt man Innovationen richtig?

***Prof. Volker M. Banholzer***  
***[www.th-nuernberg/innovationskommunikation](http://www.th-nuernberg/innovationskommunikation)***

Innovations  
Kommunikation  
Master of Arts in der  
Kommunikation

<https://www.th-nuernberg.de/master-innokom/>

# Master Innovationskommunikation an der Technischen Hochschule Nürnberg

„Wir bilden die neue Generation von  
(Innovations-)Kommunikateuren aus“



**Credits:**  
Anna Wintermayr  
Volker Banholzer

3. Semester	Überfachliche Ergänzung 5 ECTS	Master Thesis & Seminar Forschungsprojekt 25 ECTS		
2. Semester	Innovations- kommunikation II 8 ECTS	Technik & Gesellschaft 6 ECTS	Management & Leadership 6 ECTS	Forschungs- Projektmodul II 10 ECTS
1. Semester	Innovations- kommunikation I 6 ECTS	Innovation & Gesellschaft 10 ECTS	Statistik und Empirie 4 ECTS	Forschungs- Projektmodul I 10 ECTS
Hochschulinternes Eignungsverfahren 210 ECTS oder 180 ECTS + Berufserfahrung oder 180 ECTS + Praxissemester				

<https://www.th-nuernberg.de/master-innokom/>

# **Forschungsschwerpunkt Innovationskommunikation an der Technischen Hochschule Nürnberg**

z.B.  
Gemeinwohl-Dialog zwischen Unternehmen und Gesellschaft  
Szenario-Technik für die Unternehmenskommunikation  
F&E-Kommunikation in KMU

<https://www.th-nuernberg.de/innovationskommunikation/>

# Innovationskommunikation – Innovationen richtig vermitteln

Innovationsimperativ

Neues Innovationsverständnis & neue Akteure

Innovation: Neue Aufgaben für Kommunikation



Quellen: Edelman 2024; Acatech 2024; Banholzer 2024; BDI 2024; EFI 2024

# Innovationsimperativ



Bildquellen: siehe Anhang

## **Innovationsimperativ** (Hutter et al. 2016)

- **„Deutschland ist Innovationsland.“**  
Feststellung im Koalitionsvertrag der aktuellen Bundesregierung aus SPD, Bündnis 90/Die Grünen und FDP zu Beginn des dortigen Abschnitts „Innovation, Wissenschaft, Hochschule und Forschung“. (Banholzer 2022)
- **Innovationen sind für Unternehmen ebenso relevant wie für Wirtschaftsstandorte.** Von Innovationen hängt Wachstum und damit Wohlstand ab -in allen Bereichen der Gesellschaft.
- **Innovationen helfen in der Polykrise und bei der Bewältigung der „Grand Challenges“**

## Innovationsimperativ

- **Innovation ist in diesem Kontext linear gedacht**
- **Innovationskommunikation ist** damit „die systematisch geplante, durchgeführte und evaluierte kommunikative Vermittlung neuer Produkte, Dienstleistungen, Technologien, Prozesse, Konzepte und Ideen mit dem Ziel, Verständnis für und Vertrauen in die Innovation zu schaffen und die dahinter stehende Organisation als Innovator zu positionieren“. (vgl. Mast/Spachmann 2021)
- **Innovationskommunikation ist** in diesem Sinne das Generieren von Aufmerksamkeit und die Vermittlung von Neuigkeiten, Vorbereiten von Märkten und Instrument in der Wettbewerbsdynamik von Standorten und Organisationen.



Bildquellen: siehe Anhang

## Innovationsimperativ

- **„Soziale Innovationen als Antwort auf gesellschaftliche Krisen“**  
Krisen legen typischerweise strukturelle Probleme offen, die oft schon lange existiert haben: unsolide Geschäftsmodelle etwa, die politische Verdrängung sozialer Probleme oder umweltzerstörerische Produktions- und Konsumpraktiken.  
Die sozial-ökologische Transformation als Antwort auf die Klimakrise kann nicht allein durch technisch-ökonomische Innovationen erreicht werden, sondern es bedarf neuer sozialer Praktiken wie geänderte Mobilitätsgewohnheiten. (Quelle. IRS Leibniz-Institut Raumbezogene Sozialforschung)

## Innovationsimperativ

- **Innovation ist in diesem Kontext ebenso linear gedacht**
- **Innovationskommunikation ist** damit „die systematisch geplante, durchgeführte und evaluierte kommunikative Vermittlung neuer, sozio-ökonomischer und/oder soziotechnischer Ziele und Ideen mit dem Ziel, Verständnis für und Vertrauen in die Innovation zu schaffen und die dahinter stehende Organisation als Innovator zu positionieren“.
- **Innovationskommunikation ist** in diesem Sinne das Erklären in der Absicht, durch mehr Information und Partizipationsmodelle mehr Verständnis zu erreichen.

**Aber (!):**

- **Das Konzept der sozialen Innovation hat eine „harmonische“ Schlagseite.**

Außen vor bleiben Konflikte und Machtfragen, die in erster Linie nicht in Bezug auf Innovationen, sondern in Bezug auf Exnovationen ausgetragen werden, d.h. die intendierte Eliminierung/Rückbau von Praktiken, Produkten, Technologien und Infrastrukturen (...) gehen nahezu zwangsläufig mit Konflikten einher. (Quelle. IRS Leibniz-Institut Raumbezogene Sozialforschung)

- die durch Technikentwicklung und Innovationsprozesse gestützte **(lineare) Fortschrittsorientierung wird aktuell hinterfragt** (Reckwitz 2021; August 2021).
- Abkehr von Steuerungssillusionen und von Kontinuitätsvorstellungen gekennzeichnet. An deren Stelle tritt eine normative „generelle **Präferenz für Diversität, Differenz und Situativität**“ - VUCA
- **Westliche Industriegesellschaften befinden sich in einer krisenhaften Phase des Übergangs von einem Paradigma zu einem neuen** (Reckwitz 2019). Paradigmen sind Komplexe der Problemlösung, d. h. sie sind Diskurse und Regierungstechniken zur Bearbeitung gesellschaftlicher Probleme und unternehmerischer Entwicklungen.

- **Was als zu lösendes Problem in der Gesellschaft identifiziert wird, ist Ergebnis** eines sozialen und damit kulturell geprägten Aushandlungsprozesses, der von Öffentlichkeiten, politischen und gesellschaftlichen Bewegungen oder Expert:innen beeinflusst sowie von Mediensystemen und intermediären Institutionen kulturspezifisch vermittelt wird (Banholzer 2024). **KOMMUNIKATION**
- Aus der Einsicht, dass letztgültige Wahrheiten und letztlich richtige Lösungen nicht existieren können folgt, dass Verfahren an Bedeutung gewinnen, die sicherstellen, dass kontinuierlich alternative Möglichkeiten ausgelotet werden können.  
**„Innovationsfähigkeit, Offenheit und Kreativität werden (...) zu neuen Leitideen“**  
(Reckwitz 2019)

**Fourth ERUA Annual Summit 2024**  
Academic Conference  
**Social Innovations for Transformative Society**  
25-26 June  
Mykolas Romeris University  
Vilnius, Lithuania

**RESPONSIBLE INNOVATION SUMMIT 2024**  
13. JUNI | GÖTTINGEN

NEW BLOG

Mission-oriented what?  
A brief guide to mission terminology

[oe.cd/MissionTerminology](https://oe.cd/MissionTerminology)



**DAIipilot**

CyberCampus

TRANSFER // ALLIANZ  
DEUTSCHER VERBAND FÜR WISSENS- UND TECHNOLOGIETRANSFER

**TA- Konferenz**  
INNOVATION THROUGH COLLABORATION  
26. – 27. April 2023 | Hamburg

WWW.TRANSFERALLIANZ.DE

bayern innovativ  
Innovation leben

RLP  
**INNOVATIONS AGENTUR**

Bildquellen: siehe Anhang

**Also (!):**

# Neues Innovationsverständnis & neue Akteure

## Neues Innovationsverständnis & neue Akteure

- **Innovation ist holistisch** – umfasst also Technologie, Soziales und die Interdependenz beider Bereiche
- Der bislang dominierende, technologische Politikansatz bedarf einer **Ergänzung durch Missionsorientierung** sowie das Unterstreichen von **gemeinsamen Werten**, weil technologische Konzepte wenig zu kollektiver Selbstverständigung und Maßstäben kollektiven Handelns beitragen können (August 2021).
- **Innovation wird durch vielfältige Akteure bestimmt, von**
  - Intermediären wie Innovationsagenturen,
  - Interessengruppen,
  - Institutionen und Innovationspolitik
  - Influencern und Medien
  - Internationalen Rahmenbedingungen

## Neues Innovationsverständnis & neue Akteure

- **Innovationskommunikation ist** in diesem Sinne Signal der Bereitschaft zum Dialog zwischen unterschiedlichsten Stakeholdern!
- **Innovationskommunikation** umfasst „Aspekte der Zukunft“ und zukünftige Rollen in soziotechnischen Zukünften
- **Innovationskommunikation** ist nicht abgeschlossen.

**Aber (!):**

## INNOVATIONSFÄHIGKEIT: RANKING UND INDEXWERTE DER VOLKSWIRTSCHAFTEN

RANG	VOLKSWIRTSCHAFT	INDEXWERT
1	SCHWEIZ	71
2	SINGAPUR	65
3	DÄNEMARK	60
4	BELGIEN	54
5	IRLAND	53
6	SCHWEDEN	50
7	FINNLAND	49
8	NIEDERLANDE	48
9	SÜDKOREA	48
10	DEUTSCHLAND	45
11	ISRAEL	44
12	NORWEGEN	44
13	ÖSTERREICH	44
14	USA	42
15	GROSSBRITANNIEN	41



Quelle: BDI 2024

## **Der Edelman Trust Barometer 2024: Innovationen im Spannungsfeld des Vertrauens**

### **Innovationsmanagement und Gesellschaftliche Polarisierung**

Der Edelman Trust Barometer 2024 zeigt eine deutliche Diskrepanz zwischen Innovation und Gesellschaft. Die Studie hebt hervor, dass ein Großteil der Befragten Innovationen als schlecht gemanagt empfindet. Diese Wahrnehmung ist unabhängig von Alter, Einkommen oder Geschlecht und zeigt sich sowohl in Industrie- als auch in Entwicklungsländern. Besonders in westlichen Demokratien wird die Haltung gegenüber Innovationen zunehmend politisiert.



Quelle: Edelman 2024

## Sinn und Nutzen!

### Innovationen stehen auf dem Stimmzettel

Die Befragten glauben, dass die Wissenschaft politischem Druck ausgesetzt ist. Gleichzeitig sind sie jedoch der Ansicht, dass die Regierung gar nicht über die Kompetenz verfügt, Innovationen effektiv zu regulieren. Daher wird eine starke Führung als notwendig erachtet, um die Gesellschaft zur höherer Akzeptanz zu bewegen.

### Wiederherstellung von Vertrauen in Innovationen

Die Befragten sind eher bereit, Innovationen anzunehmen, wenn sie davon überzeugt sind, dass diese die Zukunft besser machen.

### Neustart für die Wissenschaft

Die Wissenschaft steht vor Herausforderungen in der Kommunikation, die aber lösbar sind durch: klarere Botschaften, mehr Transparenz und die Erklärung von Auswirkungen auf den/die Durchschnittsbürger:in.

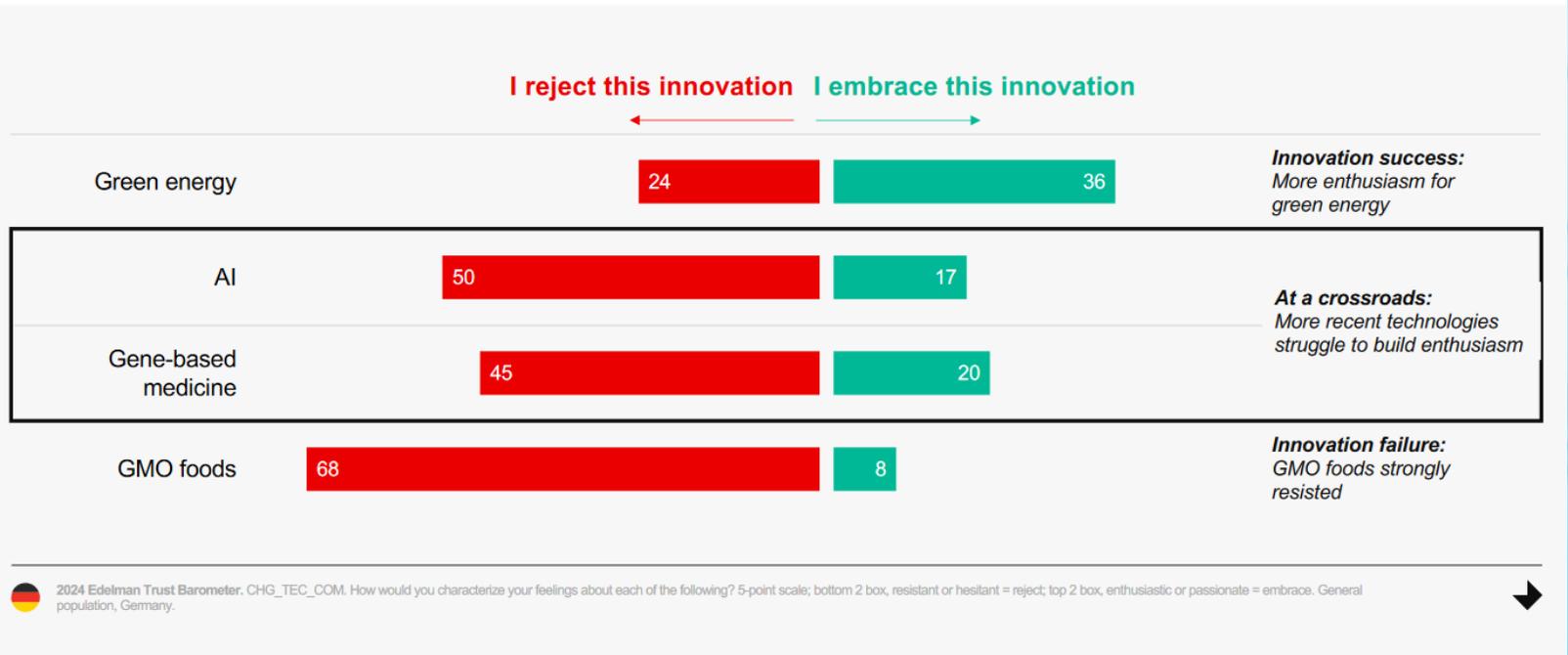
Quelle: Edelman 2024



# KONTEXT!

## Acceptance of Innovation at Stake

Percent who say, in Germany



Quelle: Edelman 2024

## TechnikRadar 2024 Was uns besonders auffällt

In Deutschland gilt als nicht mehr ausgemacht, dass technische Entwicklung zu einer höheren Lebensqualität für nachfolgende **Generationen** führen wird.

Der konkrete **Anwendungskontext** einer technologischen Innovation beeinflusst die Wahrnehmung von Technik besonders stark. Roboter in der Pflege werden zum Beispiel deutlich kritischer gesehen als Roboter im Bau.

In Deutschland und Europa ist der Wunsch nach **Mitbestimmung** bei Fragen des technischen Fortschritts gesunken.

Die formale **Bildung** beeinflusst die Erwartung, dass Technik langfristig zu immer größeren Problemen führen wird. Akademisch gebildete Menschen befürchten eine solche Entwicklung seltener als Personen ohne akademische Bildung.

Quelle: Acatech/Körper Stiftung 2024



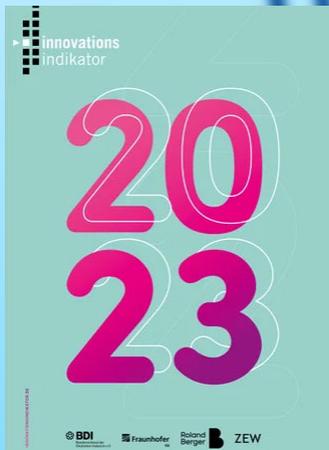
**Eingeschränkt positives Aber (!):**

Deutschlands Stärken zeigen sich bei den FuE-Aktivitäten in Wirtschaft und Wissenschaft. So sind die FuE-Ausgaben der Unternehmen im internationalen Vergleich hoch, ebenso wie die von Unternehmen finanzierte FuE in der Wissenschaft.

Die deutschen Stärken liegen bei Produktionstechnologien, Energietechnologien und Technologien der Kreislaufwirtschaft.

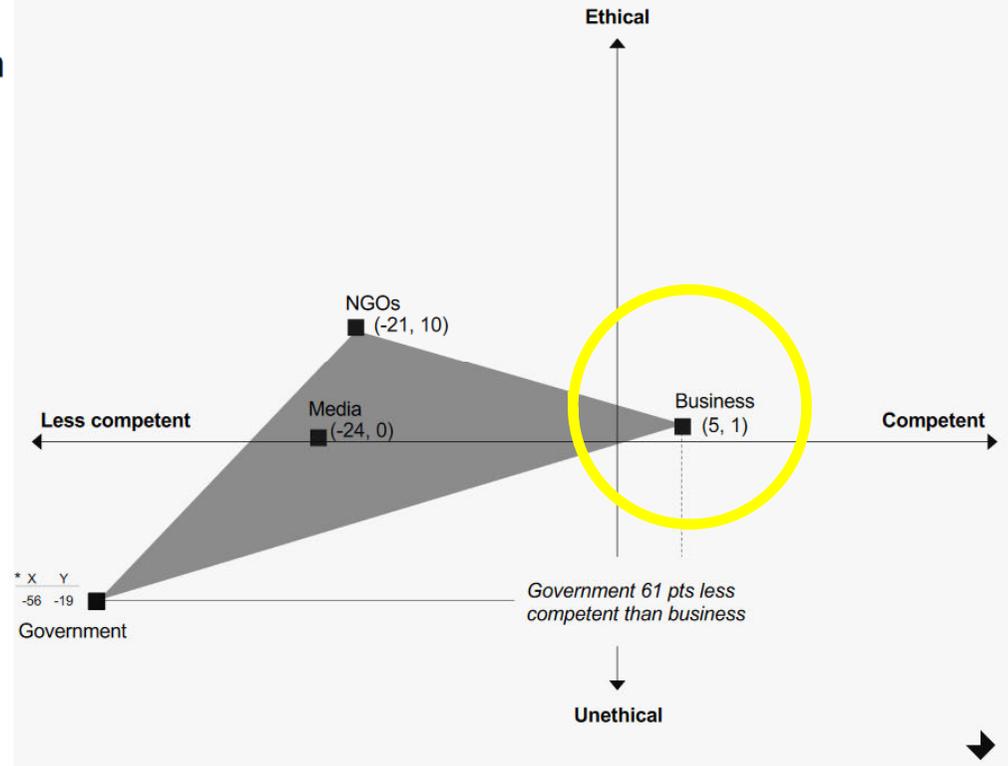
#### NACHHALTIGKEIT: RANKING UND INDEXWERTE DER VOLKSWIRTSCHAFTEN

1	DÄNEMARK	68
2	FINNLAND	54
3	<b>DEUTSCHLAND</b>	<b>47</b>
4	NORWEGEN	47
5	SCHWEDEN	45
6	FRANKREICH	45
7	ÖSTERREICH	45
8	ITALIEN	44
9	SÜDKOREA	44
10	JAPAN	42
11	SCHWEIZ	40



## In Germany, Institutions Out of Balance: Government Seen as Far Less Competent and Ethical than Business

(Competence score, net ethical score)



2024 Edelman Trust Barometer. The ethical scores are averages of nets based on [INS]\_PER\_DIM/1-4. Media and NGOs were only asked of half the sample.

 The competence score is a net based on TRU\_3D\_[INS]/1. Media and NGOs were only asked of half the sample. General population, Germany. For full details regarding how this data was calculated and plotted, please see the Technical Appendix.

\*Coordinates provided for reference: government point not shown to scale



Quelle: Edelman 2024

**Also (!):**

**Neue Aufgaben für  
Wirtschaftskommunikation  
Politik-Kommunikation  
Gesellschaftskommunikation**

## Neue Aufgaben

- Partizipationsmodelle hinterfragen
- Konflikte als legitimen Bestandteil pluralistischer, demokratischer Gesellschaften betrachten
- Unterschiedliche Akteure wahrnehmen.
- Technische und soziale Innovationen mit den beiden Seiten „enabling“ und „constraints“ betrachten

## Daraus folgt:

- Gesellschaftliche Transformation wird durch technische und soziale Innovationen getragen, deren Wirksamkeit und Nachhaltigkeit Ergebnis von Aushandlungsprozessen und damit von Kommunikation ist!

Innovations  
KOMMUNIKATION

Master of Arts in der  
Kommunikation

**ohm** Technische Hochschule Nürnberg

## FEHLEN UNS DIE NARRATIVE? IDEEN FÜR EINE INTELLIGENTE INNOVATIONSKOMMUNIKATION

Einladung zur Podiumsdiskussion anlässlich des Symposiums "Rethinking Innovation Communication 2024" zum Start des Masterstudiengangs Innovationskommunikation

-  **05. Juni 2024**
-  **Start: 19 Uhr**
-  **Raum KA.440, Technische Hochschule Nürnberg, Keßlerplatz 12**



**Dr. Julia Duwe**  
Partnerin im Operations-Team der Unternehmensberatung Roland Berger



**Karl Haeusgen**  
VDMA-Präsident und Vorsitzender des Aufsichtsrats der HAWK Hydraulik SE



**Dr. Alexander Fink**  
Vorstand SCM Scenario Management International AG

Jetzt anmelden!



[https://youtu.be/VklQuFPk\\_mY?feature=shared](https://youtu.be/VklQuFPk_mY?feature=shared)

**Credits:** Elisabeth Seiler und Anna Wintermayr

## Neue Aufgaben für die Kommunikation

- **Unternehmen: Weg von Corporate Social Responsibility hin zu Corporate Citizenship -** Das umfasst „Aspekte der Zukunft“ und zukünftige Rollen in soziotechnischen Zukünften – die „richtigen“ Narrative!
- **Politik – Wirtschaft – Gesellschaft: Verantwortungsvolle Kommunikation als Aufgabe –** Technikfolgenabschätzung, Szenario-Management, Unsicherheitsmanagement
- Neue Rollen für „Repräsentanten“ – bei Unternehmen rücken **CTOs in den Fokus, aber auch die lokalen Ansprechpartner – nicht mehr nur „erklären“, sondern „in Dialog treten“**
- **KMU – werden bedeutender als Dialogpartner** (Glaubwürdigkeit, Vertrauen, Relevanz)

## Neue Aufgaben für die Unternehmenskommunikation

- **Licence to operate! - Wertsicherungsfunktion** von Kommunikation führt zu **Innovationskommunikation!**
- Zukunftsorientierung, Trendsensibilität, Szenariofähigkeit wird immer wichtiger als **neue Kompetenzen für Unternehmenskommunikation**
- **Kontextualisierung mit Erklärung zu Sinn und Nutzen**
- **F&E-Kommunikation stärken**
- **Unternehmen wird Kompetenz und in gewissem Umfang ethisches Handeln zugeschrieben!** – Ethik ausbaufähig (Missionen), aber gesellschaftlicher Auftrag

**Also (!):**

Innovations  
KOMMUNIKATION

Master of Arts in der  
Kommunikation

# Herzlichen Dank!

**Prof. Volker M. Banholzer**

[volkermarkus.banholzer@th-nuernberg.de](mailto:volkermarkus.banholzer@th-nuernberg.de)

[www.th-nuernberg/innovationskommunikation](http://www.th-nuernberg/innovationskommunikation)

## Podcast im Rahmen des Vortrages:

<https://open.spotify.com/episode/577Gb39TScbzFJvBBBCqy>



## Ergänzende Quellen Podcast:

Alle Online-Quellen letzter Zugriff 11.07.2024

- **Acatech (2024)**. Technik Radar 2024. <https://www.acatech.de/technikradar-2024/>
- **Edelman (2024)**. Trust Barometer 2024. <https://www.edelman.de/de/research/2024-edelman-trust-barometer>
- **SI-Beirat des BMBF (2024)**. Vision Paper – 30 Milliarden bis 2030. Internationaler Beirat für Soziale Innovationen des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF). [https://sozialeinnovationen.net/wp-content/uploads/Vision-Paper-SI-Beirat\\_web.pdf](https://sozialeinnovationen.net/wp-content/uploads/Vision-Paper-SI-Beirat_web.pdf)

## Quellen Vortrag:

- **Acatech/Körber Stiftung (2024).** Technikradar 2024. München.
- **August, V. (2021).** Technologisches Regieren. Der Aufstieg des Netzwerk-Denkens in der Krise der Moderne. Foucault, Luhmann und die Kybernetik. Bielefeld.
- **Banholzer, V. (2024).** Rethinking Innovation Communication. Nürnberg <https://www.th-nuernberg.de/fakultaeten/amp/forschung/forschungsfelder/symposium-2024/>
- **Banholzer, V. M. (2023).** Industry 5.0 als soziale Erweiterung von Industrie 4.0? Der industriepolitische Versuch der EU einer konzeptionellen und kommunikativen Integration sozialer Themen. In: C. M. Schmidt et al. (Hg.), Soziale Themen in Unternehmens- und Wirtschaftskommunikation. Wiesbaden.
- **Banholzer, V. M. (2022).** „Fortschrittskoalition“ der 20. Legislaturperiode. Aspekte der Forschungs- und Innovationspolitik im Koalitionsvertrag der Parteien SPD, Bündnis 90/Die Grünen und FDP. IKOM WP 2/2021. Nürnberg: Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm.
- **Banholzer, V. M. (2020).** Künstliche Intelligenz als Treiber der Veränderung in der Unternehmenskommunikation 4.0? KI-Anwendungen als Lösung für Probleme der Kontingenz und Komplexität. IKOM WP 1/2020. Nürnberg.
- **Banholzer, V. M./Siebert, M. A. (2021).** Unternehmenskommunikation zwischen Explorations- und Exploitationsanforderungen: Vision-Communication als Mittel zur Überwindung des Ambidextrie-Dilemmas. In: Matrisciano S./Hoffmann E./Peters E. (Hg). Mobilität – Wirtschaft – Kommunikation. Wiesbaden
- **BDI (2023).** Innovationsindikator 2023. Berlin: Bundesverband der deutschen Industrie e. V. (BDI).
- **Edelman (2024).** 2024 Edelman Trust Barometer. Frankfurt a.M.
- **EFI – Expertenkommission Forschung und Innovation (Hg.) (2024):** Gutachten zu Forschung, Innovation und technologischer Leistungsfähigkeit Deutschlands 2024, Berlin.
- **Hutter, M., Knoblauch, H., Rammert, W., Windeler, A. (2016).** Innovationsgesellschaft heute. In: Rammert, W., Windeler, A., Knoblauch, H., Hutter, M. (eds) Innovationsgesellschaft heute. Springer VS, Wiesbaden.
- **IRS (2024).** Debatte: Sind soziale Innovationen die Antwort auf gesellschaftliche Krisen? Leibniz-Institut für Raumbezogene Sozialforschung e.V. (IRS). Erkner. <https://leibniz-irs.de/wissenstransfer/transferpublikationen/irs-aktuell/neues-aus-der-krise/debatte-sind-soziale-innovationen-die-antwort-auf-gesellschaftliche-krisen> (letzter Zugriff 11.07.2024)
- **Mast, C., Spachmann, K. (2021).** Innovationskommunikation. In: Szyszka, P., Fröhlich, R., Röttger, U. (eds) Handbuch der Public Relations. Springer VS, Wiesbaden.
- **Reckwitz, A. (2019).** Das Ende der Illusionen. Frankfurt a. M.
- **Reckwitz, A. (2021).** Gesellschaftstheorie als Werkzeug. In: ders./Rosa, Hartmut (Hrsg.). Krise der Spätmoderne. Frankfurt a. M.



**Hintergrundbild BDI:** [https://bdi.eu/media/\\_processed\\_/2/f/csm\\_2023-05-03-bdi-innoation-festival-by-jana-legler-493\\_3de29810a8.jpg](https://bdi.eu/media/_processed_/2/f/csm_2023-05-03-bdi-innoation-festival-by-jana-legler-493_3de29810a8.jpg)

**(1) GIS 2023:** [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSzE55drFwH5Znx2EUUFmjpm12ZUVGM4xy9cn7qnAGSfWP\\_plp wVXNpzE7KKr6NRk7G40&usqp=CAU](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSzE55drFwH5Znx2EUUFmjpm12ZUVGM4xy9cn7qnAGSfWP_plp wVXNpzE7KKr6NRk7G40&usqp=CAU)

**(2) Schneider Electric:** <https://i.ytimg.com/vi/om30ZqanT9k/maxresdefault.jpg>

**(3) Gipfel für Forschung und Innovation. BILD:**  
<https://images.bild.de/6626410f314ccc2a36b5dcdc/1c99178208592a8024939da90701f74a,a4c8e039>



**Hintergrundbild BMBF:**  
[https://static1.bmbfcluster.de/5/9/3/8/3\\_fdd909e8ff84bf3/59383teg\\_318dff2ba417def.jpg](https://static1.bmbfcluster.de/5/9/3/8/3_fdd909e8ff84bf3/59383teg_318dff2ba417def.jpg)

**(1) SIS 2024:** <https://i.ytimg.com/vi/yxJxM2fjOos/maxresdefault.jpg>

**(2) RIS 2024:** <https://www.cemeas.de/wp-content/uploads/2024/05/Screenshot-2024-05-10-at-13.23.56.png>

**(3) DISIS 2024:** <https://cdn-az.allevvents.in/events5/banners/c5cde7be2dbd926058254acee0ec8fb84fd2b7424d5daf4c216916df9f3fe009-rimg-w1200-h675-dcd8d8d7-gmir?v=1719930644>

**(4) 2022 SIS:** [https://i.ytimg.com/vi/Hi3lxOE\\_dWA/maxresdefault.jpg](https://i.ytimg.com/vi/Hi3lxOE_dWA/maxresdefault.jpg)

**(5) Vilnius ERUA 2024:** <https://erua-eui.eu/wp-content/uploads/2024/03/ERUA-Square.png>



Hintergrundbild SPRIN-D: <https://pbs.twimg.com/media/FWZfg2nXwAAwk5-.jpg:large>

(1) Vilnius ERUA 2024: <https://erua-eui.eu/wp-content/uploads/2024/03/ERUA-Square.png>

(2) RIS 2024: <https://www.alumni-goettingen.de/data/images/2024/05/06/147070-6638cdce6845c.jpg>

(3) OECD: <https://oecd-opsi.org/wp-content/uploads/2023/12/Mission-terminology-blog.jpg>

(4) Transfer Allianz:

[https://www.transferallianz.de/fileadmin/user\\_upload/aktuelles/TA\\_Konferenz\\_2023/TA\\_Keyvisual1920x1080\\_23\\_Hamburg.jpg](https://www.transferallianz.de/fileadmin/user_upload/aktuelles/TA_Konferenz_2023/TA_Keyvisual1920x1080_23_Hamburg.jpg)

(5) Bayern innovativ: <https://www.bayern-innovativ.de/uwao-api/faila/files/byid?id=63b6d006-a484-4397-b2bf-2dac3cd681bc&tn=1&s=logo>

(6) RLP: [https://www.1730live.de/wp-content/uploads/2023/12/r\\_1204\\_gepa\\_BTGAC\\_Plasma\\_Innovationsagentur\\_RLP.jpg](https://www.1730live.de/wp-content/uploads/2023/12/r_1204_gepa_BTGAC_Plasma_Innovationsagentur_RLP.jpg)

(7) Cyberagentur (Dr. Julian L):

[https://media.linkedin.com/dms/image/D5622AQENvvEMP0y\\_nQ/feedshare-shrink\\_800/0/1714426545048?e=2147483647&v=beta&t=NMc\\_SnUeSFN\\_O5lBb4BIT8utuvuNRRBE56ri0\\_cacf0](https://media.linkedin.com/dms/image/D5622AQENvvEMP0y_nQ/feedshare-shrink_800/0/1714426545048?e=2147483647&v=beta&t=NMc_SnUeSFN_O5lBb4BIT8utuvuNRRBE56ri0_cacf0)

(8) DATI pilot: [https://sozialeinnovationen.net/wp-content/uploads/DATI\\_pilot\\_Keyvisual-1.jpg](https://sozialeinnovationen.net/wp-content/uploads/DATI_pilot_Keyvisual-1.jpg)