



► Editorial

Ganz und gar nicht wie *ice in the sunshine*, aber dafür ganz bestimmt ein Sommerhit ist eine Neuheit aus Japan: Eis, das nicht schmelzen kann.

Ursprünglich sollte aus japanischen Erdbeeren, die seit Fukushima große Qualitätsunterschiede aufweisen, ein neues Konfekt produziert werden, um die Bauern und Bäuerinnen dort zu unterstützen. Doch die aus den Erdbeeren extrahierten Polyphenole führten nur dazu, dass sich Milchprodukte sofort verfestigten. Das brachte einen emeritierten Pharmazieprofessor der Kanazawa Universität, Tomihisa Ota, auf die Idee, diesen Effekt für ein nicht schmelzendes Eis zu nutzen.

Eis besteht aus Fett, Wasser und Luft. Lösen sich die Eiskristalle beim Schmelzvorgang auf, werden die Luftblasen zerstört: Das Eis verflüssigt sich. Dank der Polyphenole legen sich die Fette um die Wasser- und Luftblasen und verhindern dadurch deren Verflüssigung. So kann das Eis sogar unter den Fön gehalten werden und schmilzt nicht.

Bis dieses Eis auch hier erhältlich ist, müssen wir uns aber wohl oder übel mit dem konventionellen Produkt zufriedengeben. Also: Lieber schnell essen, bevor alles flüssig ist.

Nutzen Sie also die seltenen Sonnenstrahlen dieses Augusts und lassen es sich schmecken. Wir wünschen guten Appetit und viel Spaß beim Lesen!

Ihre Nadine Ballenberger im Namen des gesamten Teams der Kulturidee

► Unsere Sponsoren: Schaeffler AG



Unternehmen größter Arbeitgeber der Stadt. Wir haben mit Prof. Dr. Tim Hosenfeldt, Leiter Zentrale Innovation, über Tradition, Pioniergeist und „Die Lange Nacht der Wissenschaften“ gesprochen.

Schaeffler blickt als Familienunternehmen auf eine lange Tradition zurück. Wie wichtig ist das für das Unternehmen?

Das ist natürlich sehr wichtig. Dieser Pioniergeist, Dinge auch mit Weitsicht voranzutreiben, zeichnet uns ja immer aus. Und das tun wir heute genauso wie früher. Wir sind so erfolgreich, weil wir gestern schon an morgen dachten. Nur kommt heutzutage das Morgen schneller als gestern, gerade im Zeitalter der Digitalisierung. Wir sind ein Familienunternehmen mit vier zentralen Werten, die uns auszeichnen: Wir sind nachhaltig. Wir sind innovativ. Dabei exzellent und leidenschaftlich in dem, was wir tun. Diese Werte sind für uns sehr wichtig. Sie schaffen ein Vertrauen mit Kunden, Partnern, Lieferanten, aber natürlich auch mit den Mitarbeitern. Wir sind nicht nur ein Familienunternehmen, sondern wir agieren auch wie

Bereits zum dritten Mal ist Schaeffler Sponsor der Wissenschaftsnacht. Mit rund 8.000 Mitarbeitern in Herzogenaurach ist das

Unternehmen größter Arbeitgeber der Stadt. Wir haben mit Prof. Dr. Tim Hosenfeldt, Leiter Zentrale Innovation, über Tradition, Pioniergeist und „Die Lange Nacht der Wissenschaften“ gesprochen.

eine Familie mit gemeinsamen Zielen und Werten weltweit. Das verbindet die Menschen natürlich auch weltweit, über Grenzen hinweg. Und das sind auch die Voraussetzungen, langfristig profitabel zu wachsen und Innovationsführer zu bleiben.

Sie sind zum dritten Mal Sponsor der Langen Nacht der Wissenschaften. Was motiviert Sie, sich so engagiert einzubringen?

Für uns ist „Die Lange Nacht der Wissenschaften“ eine Veranstaltung, auf die wir uns, aber auch unsere Mitarbeiter und deren Familien immer besonders freuen. Mit 30.000 Besuchern ist sie die größte ihrer Art am Wissenschaftsstandort Deutschland. Und das wollen wir eben auch nutzen. Durch unsere Präsenz können wir zeigen, wie wir die Mobilität für morgen gestalten und die Welt bewegen wollen. Viele unserer Produkte sind ja auch wirklich unter der Oberfläche, sei es im Auto, im Motorrad oder bei Wind- und Wasserkraftanlagen, aber auch in Zügen, Fahrrädern oder Produktionsmaschinen und im Haushalt. Alles, was sich bewegt, bewegt sich durch Schaeffler-Produkte. Wir wollen die Möglichkeit nutzen, technikbegeisterten Menschen jeden Alters zu zeigen, was Technik alles bewegen kann. Und es freut uns eben immer besonders, wenn wir die leuchtenden Augen der Kinder und Jugendlichen, aber auch der Erwachsenen dort sehen. Und so können wir uns natürlich auch als attraktiven Arbeitgeber präsentieren mit tollen Entwicklungs- und Entfaltungsmöglichkeiten in der Region.

Schon gewusst



Lesenlernen verändert das Gehirn



Lesen ist eine der größten Errungenschaften der menschlichen Kultur und eine mentale Herausforderung. Der Mensch benötigt Monate und manchmal Jahre des Übens, um es zu erlernen. Weil die Schrift erst vor wenigen tausend Jahren erfunden wurde, hat unser Gehirn möglicherweise noch keine Zeit gehabt, ein eigenes Lesezentrum zu entwickeln. Stattdessen muss es andere Hirnareale umfunktionieren. Was sich genau beim Lesenlernen im Gehirn verändert, war bisher nur in Ansätzen bekannt. Forscher des Max-Planck-Instituts für Psycholinguistik in Nijmegen fanden nun heraus, dass der Lernprozess Umstrukturierungen in Gang setzt, die bis in den Thalamus und den Hirnstamm hineinreichen – evolutionär sehr alte Hirnteile, die wir mit den Reptilien teilen. Das erwachsene Gehirn stellt hier seine Formbarkeit eindrucksvoll unter Beweis.

Quelle: <http://www.scinexx.de/wissen-aktuell-21496-2017-05-26.html>

► Vorbote zur Wissenschaftsnacht: Das Programmheft ist fertig!

Druckfrisch liegen sie nun in der Kulturidee bereit und einige Kartons sind bereits auf dem Weg zu den Vorverkaufsstellen: Unsere Programmhefte zur Wissenschaftsnacht 2017. Denn schon in weniger als einem Monat, am 12. September 2017, wird wieder der Vorverkauf an rund 100 Vorverkaufsstellen in der gesamten Metropolregion beginnen. Wie gewohnt werden die Tickets wieder



für regulär 12 € und ermäßigt 8 € zu haben sein. Wer mehr zu den Bedingungen für die ermäßigten Tickets wissen möchte: **Klick!** Und wenn Sie als Programmpartner schon die Tickets für Ihren internen Firmenvorverkauf bestellt haben: Wir schicken Ihnen die Tickets in den nächsten Wochen zu, damit Sie ebenfalls pünktlich loslegen können!

► Es wird wieder grün!

Im Oktober heißt es wieder: Es werde Licht! Denn auch zur 8. Langen Nacht wird das gesamte Städtedreieck wieder im grünem Wissenschaftslicht erstrahlen. In diesem



Jahr wird die Wissenschaftsnacht erstmals vom Nürnberger Veranstaltungsexperten **sld mediatec** unterstützt, der seit 20 Jahren Erfahrung in der Veranstaltungstechnik hat und sich mit mehr als 1000 Veranstaltungen im Jahr zum Full-Service-Spezialisten entwickelt hat. Während der Langen Nacht werden die Strahler der sld mediatec dafür sorgen, dass die Besucher ihren Weg zu den einzelnen Veranstaltungsorten finden.

► Rückblick: Stammtische in Erlangen und Nürnberg

Im Juni und Juli haben sich zu zwei Gelegenheiten einige Programmpartner zu unseren traditionellen Stammtischen versammelt. Zuerst gab sich **Kitzmann Bräu** die Ehre und empfing uns in seinem **Schalander**. Highlight war das Einmischen des Erlanger Urbocks, dessen Anstich die Gäste der Wissenschaftsnacht bei Kitzmann miterleben können.



Klaus Karl-Kraus moderierte die Veranstaltung und das Team der Kulturidee informierte Presse und Programmpartner über Aktuelles zur Wissenschaftsnacht. Bei Bier und Bratwurst konnten sich die

Programmpartner miteinander austauschen.



Auch der Nürnberger Stammtisch bei **Johan – Speisekammer** begann mit einem kurzen offiziellen Part und einer kleinen Vorstellungsrunde. Danach stand das Team der Kulturidee für Fragen rund um die Wissenschaftsnacht zur Verfügung. In gemütlicher Atmosphäre wurden wir mit verschiedenen Schnittchen köstlich bewirtet und die Anwesenden konnten sich bei einem Glas Bier oder Hopfenlimo kennenlernen.

► Nächstes To-do für Programmpartner: Werbemittelabholung

Ab der ersten Septemberwoche liegen all die schon bestellten Programmhefte, Plakate, Postkarten, Luftballons und noch vieles mehr zur Abholung bereit, damit Sie kräftig die Werbetrömmel für die Lange Nacht rühren können.

Die Werbemittel können nach vorherigem Anruf bei uns in der Kulturidee abgeholt werden (außer Sie sind Angehöriger der FAU oder der TH). Sie finden uns in der Nürnberger Südstadt im Stadtteil Steinbühl im Rückgebäude der Singerstraße 26. Falls Sie ziellos herumirren sollten, halten Sie einfach Ausschau nach dem bunten Trafohäuschen der N-Ergie, das am Melancthonplatz vielfarbig erstrahlt – die Kulturidee ist dann nicht mehr weit.



Das Trafohaus wurde übrigens von **Jugendlichen im Rahmen eines Workshops** zusammen mit einem Programmpartner der Wissenschaftsnacht verschönert: Die Style Scouts von der Graffiti Akademie präsentieren sich bei der Wissenschaftsnacht im Museum für Kommunikation mit einem Beitrag zum Thema „Hieroglyphen reloaded – Graffiti und Street Art als urbane Kommunikation im 21. Jahrhundert?“.

► Termine

28. August bis 1. September
Science Camp Nürnberg

ab Mo, 4. September
Werbemittelabholung in der Kulturidee,
Singerstraße 26, Rückgebäude

Fr, 29. September
Meldeschluss für Mitarbeiterbuttons

Sa, 21. Oktober
Die 8. Lange Nacht der Wissenschaften

Impressum:

kulturidee GmbH, Singerstraße 26, 90443 Nürnberg, Telefon: 0911 81026-22, Fax: 0911 81026-12

E-Mail: newsletter@kulturidee.de, Internet: www.kulturidee.de

Geschäftsführer: Ralf Gabriel, Projektleiter: Pierre Leich

Mitarbeiter: Nadine Ballenberger (Redaktion, Layout), Christian Gottschall, Sebastian Hoffmann, Dr. Karin Leipold, Pauline Möller, Verena Rudert, Harald Schmidt
Fotos und Abbildungen: kulturidee GmbH, pixabay.de, Schaeffler AG, sld mediatec GmbH