

Vom Nebeneinander zum Miteinander in Hochschulstädten

Tendenzen, Impulse, Beispiele

Dr. Iris Klaßen



Dr. Iris Klaßen ist Wissenschaftsmanagerin der Hansestadt Lübeck

Was haben Hochschulen und Städte miteinander zu tun?

Auf diese Frage gibt es je nach Perspektive vielfältige Antworten. Betrachtet man die Hochschulkommunikation, ist „Stadt“ spätestens seit dem Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ (2005 bis 2012) als wichtige Zielgruppe erkannt und steht auf der Agenda. Über vielfältige Initiativen und Projekte ist es gelungen, eine gewisse Nähe zueinander aufzubauen. Hochschulpräsidenten bzw. -rektorate und Stadtspitzen treffen sich ab und an, Bürgerinnen und Bürger (auch ohne Hochschulstudium) entdecken die Hörsäle und immer mehr Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nutzen die Stadt als Labor. Unternehmer waren mehr oder weniger immer schon da.

Ein selbstverständliches Miteinander von Hochschule und Stadt ist jedoch immer noch eher die Ausnahme. Dabei gibt es auf allen Seiten eine große Akzeptanz für die Erkenntnis, dass unsere Zukunft entscheidend davon abhängen wird, wie es gelingt, Wissenschaft und Gesellschaft miteinander in Kontakt zu bringen und sich gemeinsam Herausforderungen – von Klimaschutz über demografische Entwicklung bis hin zu sozio-kulturellem Wandel – zu stellen. Nachdem Wissenschaftskommunikation noch bis in die 90er Jahre es weniger als Pflicht, sondern mehr als Kür gewertet hat, aus den Hochschulen und der Forschung zu berichten, ist Mitte der 90er Jahre das Verständnis gewachsen, dass der Dialog mit der Gesellschaft eine Pflichtaufgabe ist und Wissenschaft und Forschung zu erklären sind, damit sie in der Öffentlichkeit verstanden werden. Der Dialog mit vielfältigen gesellschaftlichen Gruppen wurde als Kriterium neu in die Forschungsförderung aufgenommen. Der interessierte Laie sollte ein Gefühl dafür bekommen, wie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler arbeiten, was die aktuellen Fragen und Erkenntnisse der Forschung sind und wo sie Einfluss auf die Lebensqualität in der Gesellschaft haben. Der erste Schritt zu diesem Austausch erfolgte über vielfältige Events und Kommunikationsprojekte. Nach dem Motto „Wissen macht ah, mehr Wissen macht aha“ sollte eine informierte Öffentlichkeit die neuen Erkenntnisse idealerweise im eigenen Handeln berücksichtigen und anwenden.

Diese erste Stufe des Kennenlernens und der Begegnung war schnell erreicht. Auch die zweite Stufe, der Dialog, ist heute u. a. dank neuer Medien und der Aufgeschlossenheit der neuen Forschergeneration kein Problem mehr. Nun setzt man zum Sprung in Stufe drei an. Hier geht es verstärkt darum, die mittlerweile eher skeptisch betrachtete „Festivalisierung“ von Wissenschaft (Science Slams, Nächte der Wissenschaft, etc.) zu nutzen, um auf Basis des Kennenlernens, der Annäherung und des Dialogs neue Formen co-kreativer Zusammenarbeit zu entwickeln. „Co-working-spaces“ entstehen und werden in Städten erprobt – auch in solchen, die nicht per se als Hochschulstandort gelten (vgl. Bildungscampus Herford). Diverse Förderprogramme und Initiativen auf Bundes- und Länderebene setzen hier an. Wissenschaft hat erkannt, dass in dem Miteinander mit den Bürgerinnen und Bürgern Potenzial steckt. So hat u. a. das BMBF die Entwicklung einer „Citizen Science Strategie 2020“ für Deutschland unterstützt, um die Forschungstätigkeit durch ehrenamtlich aktive Bürgerinnen und Bürger zu befördern. Sie wurde im März 2016 in Berlin präsentiert. Über den Austausch soll es einerseits gelingen, Bürgerwissen in Forschung zu integrieren und ehrenamtliches Engagement zu nutzen, andererseits bietet sich die Stadt als Labor für anwendungsorientierte Projekte an. Hinzu kommt, dass die informierte Öffentlichkeit ein wichtiger Multiplikator für die Hochschule ist. Als wesentliche Erfolgskriterien in diesem Prozess gelten Partizipation und Kommunikation.

Es zählt ein Plan

Damit der Schritt vom „Voneinander wissen“ zum „Gemeinsam handeln“ gelingt, muss man sich zunächst untereinander verstehen und das ist mitnichten selbstverständlich. Wenn es aber gelingt, gemeinsame Ziele zu identifizieren, zu formulieren und miteinander zu kommunizieren, entsteht eine der Wissenschaft aufgeschlossene Atmosphäre in der Stadt und von dieser profitieren viele. Idealerweise befördern sich eine attraktive Stadt und ein attraktiver Studienstandort gegenseitig.

Es ist dieses Miteinander, das durch die Ausschreibung des sechsten Preises für Hochschulkommunikation 2015 unter dem Titel „Unsere Hochschule – unsere Stadt“ Wertschätzung erfahren hat und ins Bewusstsein (der Leitungsebenen) von Hochschule, Stadt und Kommunikation gerückt wurde. Die große Resonanz auf die Ausschreibung belegt, dass die Austauschbeziehungen zwischen Hochschule und Stadt mit all ihren Akteuren auf der Tagesordnung der Hochschulkommunikation stehen. Die eingereichten Konzepte und Projekte zeigen zudem, wie unterschiedlich die jeweiligen Herangehensweisen sind.



Lernfestival der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg

Die Vielfalt betraf einerseits die gewählten Formate der Wissensvermittlung (vom „Wissenschaftsspaziergang“ in Erfurt über „Die Kölner Runde“, „Erna fegt über den Campus“ in Esslingen bis hin zu „StreetPong“ – einem Spiel, eingereicht von der HAWK Hildesheim/Holzminde/Göttingen, das Wartende an Ampeln miteinander in Kontakt bringt), andererseits auch den Grad der strategischen Nutzung kommunikativer Aktivitäten (vom „Campus-Marketing-Konzept“ für ein neues Stadtquartier in Bielefeld über die Entwicklung einer „Bürgeruni“ in Frankfurt, einem „Walk of Innovation“ in Karlsruhe bis hin zur Etablierung eines zentralen Begegnungspunktes der Wissenschaftsstadt, dem „Blue Square“ in Bochum) für die Entwicklung des Wissenschaftsstandorts.

Hochschulrektorenkonferenz (HRK), ZEIT Verlagsgruppe und Robert Bosch Stiftung haben schließlich jene Hochschulen ausgezeichnet, die einen Plan haben, mit der Stadt ins Gespräch zu kommen und im Gespräch zu bleiben. Es sind diejenigen, die sich in und mit der Stadt weiterentwickeln wollen. Kommunikation wird in diesem Kontext zur strategischen Kategorie und zum Erfolgsfaktor in der Standortentwicklung.

Das Augenmerk lag auf Konzepten, die über Einzelaktivitäten hinaus das Ziel formulierten, systematisch die Präsenz der Hochschule im Bewusstsein der Stadt und ihrer Bürger zu stärken sowie die Vernetzung der Hochschule mit der Stadt bzw. der Region zu fördern. Die Kommunikationsstrategie sollte belegen, dass eine langfristige Zusammenarbeit für den Wissenschaftsstandort angestrebt ist und immer wieder neu auf ihre Wirksamkeit hin überprüft wird.

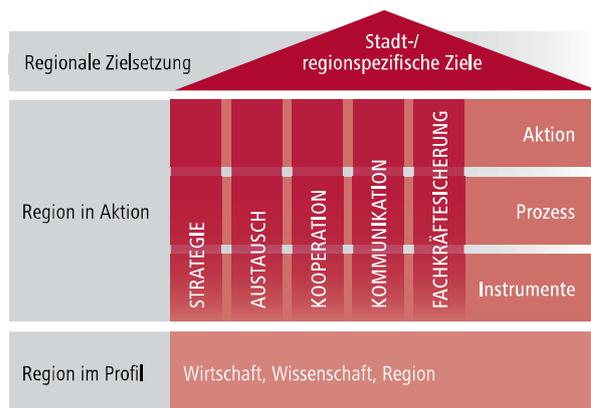
Das Neue hat (noch) keine Lobby

Die Nachhaltigkeit kommunikativer Strategien war ein wesentliches Kriterium für die Jury. Gefragt wurde nach einer längerfristigen Ausrichtung, entsprechend notwendigen Strukturveränderungen und der Bereitschaft, Ressourcen bereitzustellen. Nachhaltigkeit hängt aber natürlich maßgeblich vom Erfolg kommunikativer Strategien und Maßnahmen ab. Das Neue hat zumeist noch keine Lobby. Daher werden sich nur die Allianzen mit ihren Konzepten durchsetzen, die authentisch für den Standort agieren und zudem einen langen Atem haben.

Vom Nebeneinander zum Miteinander in Hochschulstädten

Tendenzen, Impulse, Beispiele

Vom Nebeneinander zum Miteinander kommen Hochschulen und Städte vor allem dann, wenn das Zusammenwirken für beide Seiten attraktiv und nützlich ist. So alt die Weisheit ist, dass der Wurm dem Fisch schmecken muss und nicht dem Angler, so aktuell ist die Herausforderung, herauszufinden, welcher Wurm es denn ist, der Hochschulen und Stadt zueinander bringt. Grundsätzlich geht es um „Wissen“. Dieses zu entwickeln, zu diskutieren, zu teilen, zu vermarkten und als Integrationshilfe zu nutzen, zählt sich in sozialer, wirtschaftlicher und auch wissenschaftlicher Hinsicht aus. Diese Form der Wertschöpfung greifbar zu machen hat auch das anwendungsorientierte Forschungsprojekt „Science Scorecard: Wissen messen, Regionen gestalten“ des Stifterverbands zum Ziel. Nach Abschluss der ersten Projektphase wurde belegt, dass es vor allem Austauschprozesse vor Ort sind, die profilbildend für den Wissenschaftsstandort wirken, politische Entscheidungen positiv beeinflussen und Investitionen nach sich ziehen.



Analyserahmen der Science Scorecard. © Stifterverband, Februar 2016

Auch wenn wir Wissen in Datenbanken finden, steckt es doch primär in den Köpfen von Menschen. Gerade innovative Ideen entstehen im Gespräch. Schlaue Köpfe bringen Standorten einen Wettbewerbsvorsprung. Dort, wo es gelingt, diese für den Standort zu begeistern, sie dort zu halten und sie miteinander zu vernetzen, gibt es den Nährboden für neues Wissen. Dabei ist es nicht egal, um welchen Standort es sich handelt. Jede Hochschulstadt hat Besonderheiten und spezifische Potenziale. Diese herauszustellen und für die Standortentwicklung zu nutzen, darin liegt ein gemeinsames Interesse von Hochschule und Stadt. Belegt ist, dass kluge und kreative Köpfe vor allem dort zu finden sind, wo neben einer intakten Wirtschaftsstruktur auch weiche Faktoren wie kulturelle Vielfalt, ein hoher Freizeitwert, besondere Wohnquartiere, Interkulturalität und vielfältige Austauschprozesse die Region prägen.

Was passt zu uns? Was glaubt man uns?

Die Initiatoren haben in der Ausschreibung für den Preis für Hochschulkommunikation dazu ermutigt, sich auf die Suche zu begeben und kreative und nutzerorientierte Kommunikationsleistungen zu beschreiben, durch die eine Verbindung zwischen Hochschule und Stadt gelingt. Gemäß der Fragen „Was passt zu uns?“ und „Was glaubt man uns?“ haben die Gewinner des Wettbewerbs das spezifische Potenzial der Wissenschaftsregion aufgezeigt und relevante Kooperationen mit den jeweiligen Akteuren aus Verwaltung, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft realisiert und begründet. Damit eine strategische Kommunikation und Herangehensweise gelingen kann, sind Begeisterung und Empathie nötig. Denn auch wenn von Systemen und Prozessen gesprochen wird, geht es im Kern aller Aktivitäten um Menschen. Sie für Veränderungen und neue Wege zu gewinnen, gelingt über authentische, originelle und innovative Maßnahmen. Der Jury ging es folglich darum, wie schlüssig und langfristig ein Konzept angelegt ist, um sowohl für die Hochschule als auch für die Stadt profilbildend zu wirken.

Wertvolle Allianzen

Die Ansprüche an die einzureichenden Bewerbungen waren hoch und dennoch übertraf die Resonanz auf die Ausschreibung alle Erwartungen. Wie erklärt sich das steigende Interesse der Hochschulen an dem Bürger? Warum wollen Hochschulen nicht nur international glänzen, sondern auch vor Ort sichtbar sein? Wissenschaft ist unbestritten Standortfaktor und steht für mehr Lebensqualität. Viele Hochschulstandorte haben mittlerweile Wertschöpfungsstudien erstellt und nachgewiesen, dass ihr Wirtschaftspotenzial den Städten nutzt und weit über die Stadtgrenzen hinaus in die Region hineinreicht. Vor allem solche Fakten finden bei Kommunalpolitikern mit Blick auf ihre mehrheitlich klammen Haushalte Gehör. Umgekehrt zahlt eine der Wissenschaft aufgeschlossene Umgebung auf die Attraktivität der Hochschulen ein. Das Studierendenmarketing wird befördert, aber auch Kooperationen mit der Wirtschaft, hier insbesondere mit Kleinen und Mittleren Unternehmen, sind an solchen Standorten, wo man sich kennt, an der Tagesordnung. Der Stifterverband weist explizit auf die Bedeutung von Städten und Regionen für wissenschaftsbasierte Wachstumsprozesse hin. Alle politisch auf supranationaler, nationaler und auf Länderebene angestoßenen Maßnahmen entfalten nur Wirkung, wenn die kleinteilige Umsetzung im regionalen Kontext gelingt.



Hochschulfest Universität Hohenheim

Auf internationaler und nationaler Ebene angestoßene Initiativen werden sich dann auszahlen und ihre Wirkung entfalten, wenn sie an der Basis verstanden, akzeptiert und umgesetzt werden. Das gilt für eine Hightech- wie für eine Internationalisierungsstrategie gleichermaßen. Ohne einen der Forschung aufgeschlossenen Mittelstand und ohne eine Willkommenskultur in Stadt und Region fehlt beiden Strategien die Basis.

Hochschulen und Städte stehen vor ähnlichen Herausforderungen, die da u. a. sind: Rekrutierung von Talenten und Fachkräften, Bewältigung des demografischen Wandels, Ausgründungen und Ansiedlungspolitik, Schaffung überregionaler Aufmerksamkeit, Akzeptanz von Großprojekten und Forschungsvorhaben, Einwerbung von Fördermitteln und die Schaffung von Strukturen zur wissenschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Weiterentwicklung. Und dennoch ist das Miteinander von Hochschule und Stadt oftmals primär räumlich begründet, zumeist eher eine Zufallsbekanntschaft, ab und an eine Zweckgemeinschaft und selten eine dauerhafte Beziehung und Herzensangelegenheit. Dabei ist unbestritten, dass gesellschaftliche Herausforderungen nur im Miteinander zu lösen sind und die Zusammenarbeit von Hochschule und Stadt einen Standortvorteil erwarten lässt.

Das Gute liegt so nah

„Unsere Hochschule – unsere Stadt“ ist eine Beziehung mit Lokalkolorit. Was sich trivial liest, ist in Wirklichkeit ein Quantensprung. So selbstverständlich Städte mit ihren Hochschulen auf Ortschildern werben, so selbstverständlich fehlen sie im Stadtgespräch mit Kommunalpolitik und regionaler Wirtschaft. Die Identitätsbildung einer Stadt als Wissenschaftsstadt benötigt mehr als den Schriftzug „Universitätsstadt“ auf dem Ortsschild. Die Hochschulen benötigen die Akzeptanz der Bürgerinnen und Bürger und der Kommunalpolitik; Wissenschaft muss quasi auf der Straße ankommen.

Dass Handlungsbedarf besteht, an der Beziehung zu arbeiten, zeigen zahlreiche Tagungen, Initiativen und Förderprogramme, die das Verhältnis von Wissenschaft und Gesellschaft/Hochschule und Stadt behandeln. Der Stifterverband nimmt Wissenschaftsregionen in den Blick, der Deutsche Städtetag, das Deutsche Studentenwerk und das Institut für Urbanistik Berlin thematisieren die Verbindung von starken Städten und starken Hochschulen und auf Bundesebene wird die Innovationsplattform Zukunftsstadt eingerichtet.

Vom Nebeneinander zum Miteinander in Hochschulstädten

Tendenzen, Impulse, Beispiele



Berliner und Potsdamer Lange Nacht der Wissenschaften an der Beuth Hochschule für Technik Berlin

In „Horizon 2020“, dem EU-Rahmenprogramm für Forschung und Innovation hat „Wissenschaft mit und für die Gesellschaft“ erstmals in der europäischen Forschungsförderung Beachtung gefunden und auch die Hightech-Strategie der Bundesregierung führt den Dialog mit der Gesellschaft explizit auf.

Einige Hochschulstandorte nehmen die Herausforderung an, die Austauschprozesse mit und in der Stadt zu systematisieren. In diesen Städten gibt es städtische Wissenschaftsbeauftragte (u. a. Leipzig, Magdeburg, Heidelberg), Gemeinschaftsinitiativen (u. a. „UniverCity“ in Bochum, „Initiative Wissenschaft“ in Hannover), Koordinatoren in der Wirtschaftsförderung (u. a. in Essen und Bremen), Kooperationen der Hochschulen mit beispielsweise dem Stadtmarketing (u. a. Mannheim, Bielefeld), gemeinsame Allianzen (u. a. Mainz) oder ein gesellschaftsorientiertes Wissenschaftsmanagement wie in Lübeck, das als „Vernetzer der Netzwerke“ agiert. Im Hinblick auf Finanzierung und Trägerschaft punktet Kreativität. Die gemeinsamen Koordinierungsstellen werden in der Regel mischfinanziert und von den Hochschulen vor Ort, der Stadt, den IHKs als Vertreter für die Wirtschaft, von Stiftungen und lokalen Förderern getragen.

Denn am Aufbau von Wissenschaftsstädten und Regionen sind vielfältige Akteure aus Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Politik interessiert. Sie müssen voneinander wissen, sich begegnen und voneinander lernen. Systematisches Netzwerkmanagement ist dafür eine wichtige Grundlage.

Hand in Hand: Unsere Hochschule, unsere Stadt, unsere Bürgerbeteiligung

In einer verstärkten Beteiligung der Zivilgesellschaft steckt großes Innovationspotenzial. Eine frühzeitige Einbindung betroffener Gesellschaftsgruppen kann Folgekosten mindern, wenn es beispielsweise um Ansiedlungspolitik oder kontrovers diskutierte Forschungsergebnisse geht. Wenn Wissenschaft, Politik und Verwaltung neue Projekte vor Ort planen, wollen Bürger heute genau verstehen, was passiert. Sie möchten sich mit ihrer Erfahrung und ihrem Wissen einbringen. Die Auswertung von Diskussionen bei der Umsetzung von Großprojekten in Deutschland zeigt: Wenn Bürger frühzeitig in Entwicklungsprozesse einbezogen werden, Gesamtzusammenhänge verstehen, spart das Zeit und Geld und sichert den Realisierungserfolg.

Immer wichtiger wird es zudem, globale Entwicklungen und Herausforderungen über Wissenschaft vor Ort auf die kommunale Ebene zu übertragen. Hochschulen sind hier wichtige Partner für die Städte. Teilhabe aller an der Wissensgesellschaft zu gewährleisten, ist eine Gemeinschaftsaufgabe von Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Eine konsequente Bürgerbeteiligung hat den Vorteil, dass Netzwerkstrukturen auch dort greifen, wo die öffentliche Hand nicht hinkommt. Hochschulkommunikation wird quasi zur Beteiligungskommunikation.

In der Hightech-Strategie¹ der Bundesregierung heißt es entsprechend: „Innovationen brauchen eine Verankerung in der Mitte der Gesellschaft. Wir stärken daher die Aufgeschlossenheit aller gegenüber gesellschaftlichen und technologischen Neuerungen und Veränderungen durch einen Ausbau der Wissenschaftskommunikation. Wir werden die Mitgestaltung innovationspolitischer Prozesse durch interessierte Bürgerinnen und Bürger vorantreiben. Wir werden dazu neue Formate entwickeln, auch für Bürgerdialoge und Bürgerforschung.“

Und man begegnet Wissenschaft überall und jeder wendet Wissenschaft an. Hier setzt ein neues Verständnis von Bürgerbeteiligung in Wissenschaft und Forschung an. Im Rahmen der ZukunftsWerkStadt, einer Förderinitiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung im Wissenschaftsjahr (2012 – 2016) arbeiteten Forscher, Verwaltungsexperten und Bürger an Lösungen für Herausforderungen vor Ort. Sie entwickeln Klimaschutzprogramme (Konstanz), eine Mobilitätsbörse für die Universität (Göttingen), erstellen Logistikkonzepte (Bochum) bis hin zu nachhaltigen Stadtfinanzen (Leipzig).

Mit Qualität punkten: Nicht nur mehr, sondern besser

Für die Vermittlung von Wissenschaft und Forschung gilt, dass eine fortschreitende Innovation nicht nur mehr, sondern vor allem bessere Kommunikation erfordert. Nur viel hilft bekanntlich nicht viel. Hier zeigt sich der Wert der Ausschreibung „Unsere Hochschule – unsere Stadt“ als Impuls für die Hochschulkommunikation, sich gesellschaftlicher Herausforderungen anzunehmen und vor diesem Hintergrund Wissenschaft zu verstehen und zu erklären. Denn mit der Komplexität unserer Gesellschaft steigt die Notwendigkeit, sich (geistig) zu bewegen, über Systemgrenzen hinaus zu denken, Neues zu wagen, kreative Allianzen zu schmieden und Entwicklungen in Gesamtzusammenhänge einzuordnen. Gerade die Einflussmöglichkeiten aus der organisierten Zivilgesellschaft, Politik und Unternehmen führen dazu, dass ein kontinuierlicher Dialog stattfinden muss.

Hochschulkommunikation, die die Stadt im Blick hat, erweitert ihre Handlungsfelder daher in quantitativer, aber auch qualitativer Hinsicht. Sie nimmt „Empathie“ als Indikator für die Erfolgsmessung in ihr Bewertungssystem auf. Das Bewusstsein, dass sich Hochschulen weit über messbare Zahlen (Beschäftigte, Studierende, Drittmittel, Konsum etc.) hinaus qualitativ für einen Standort auszahlen, zu Wertschöpfung und mehr Lebensqualität führen, kann über Hochschulkommunikation befördert werden. Forschung, Bildung und Kommunikation bilden das Fundament für Wohlstand in unserer Wissensgesellschaft. Der Austausch zwischen Hochschulen und Stadt geht weit über den reinen Dialog hinaus und erfordert Empathie füreinander. Das einführende Verstehen ist eine wesentliche Voraussetzung, dass sich das Verhältnis von Hochschule und Stadt vom Nebeneinander zum Miteinander entwickelt. Es ist das Handeln in und mit Beziehungen, das Wissenschaftsstädte ausmacht und sie zum Leben erweckt.

¹Die neue Hightech-Strategie. Innovationen für Deutschland, Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)(Hrsg.), Referat Grundsatzfragen der Innovationspolitik, Berlin, August 2014.