

# Wissensbasierte Stadtentwicklung

16 Beispiele aus der Praxis

Rainer Lisowski • Clas Meyer • Matthias Schmidt  
Claus Spitzer-Ewersmann • Stefanie Wesselmann

POSITIONEN





# Wissensbasierte Stadtentwicklung

16 Beispiele aus der Praxis

Rainer Lisowski • Clas Meyer • Matthias Schmidt  
Claus Spitzer-Ewersmann • Stefanie Wesselmann



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	4
<b>Bildung und Wissenschaft als städtisches Profilelement</b>	
Interview mit Petra Roth und Andreas Schlüter .....	6
<b>Der Auftakt .....</b>	<b>10</b>
<i>Rainer Lisowski, Clas Meyer, Matthias Schmidt, Stefanie Wesselmann</i>	
<b>Ein Begriff verändert Kommunen</b>	
Strategiemuster für die wissensbasierte Stadtentwicklung.....	12
<b>Wissensbasierte Stadtentwicklung:     ein Begriff verändert Kommunen .....</b>	<b>12</b>
<b>Vom Wissenschaftsstandort zur Wissenschaftsstadt .....</b>	<b>19</b>
<b>Einige empirische Befunde zur Netzwerkbildung in Städten der     Wissenschaft: der Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ .....</b>	<b>21</b>
<b>Die Entwicklung eines Modells von Strategiemustern .....</b>	<b>25</b>
<b>Die Praxis .....</b>	<b>32</b>
<b>1 Aachen .....</b>	<b>34</b>
<b>2 Braunschweig .....</b>	<b>40</b>
<b>3 Bremen und Bremerhaven .....</b>	<b>46</b>
<b>4 Essen .....</b>	<b>52</b>
<b>5 Hamm .....</b>	<b>58</b>
<b>6 Jena .....</b>	<b>64</b>
<b>7 Karlsruhe .....</b>	<b>70</b>
<b>8 Kiel .....</b>	<b>76</b>
<b>9 Konstanz .....</b>	<b>82</b>
<b>10 Lübeck .....</b>	<b>88</b>
<b>11 Magdeburg .....</b>	<b>94</b>
<b>12 Mainz .....</b>	<b>100</b>
<b>13 München .....</b>	<b>106</b>
<b>14 Münster .....</b>	<b>112</b>
<b>15 Oldenburg .....</b>	<b>118</b>
<b>16 Rostock .....</b>	<b>124</b>

<b>Der Abschluss</b> .....	130
<b>Schluss mit der Isolationspolitik!</b>	
Round-Table-Gespräch mit Pressevertretern .....	132
<i>Bernadette Spinnen</i>	
<b>Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb</b>	
BCSD – Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. ....	138
<b>Ohne Wissenschaften und Wissensvermittlung     findet die Zukunft ohne uns statt</b>	
Vorstandssprecher Benedikt Buhl über das Engagement der Oldenburgischen Landesbank AG .....	142
<b>Literatur</b> .....	144
<b>Anmerkungen</b> .....	145
<b>Autoren</b> .....	146
<b>Impressum</b> .....	148

# Vorwort

Der Begriff der Wissensgesellschaft ist in aller Munde. Was heißt es aber für Städte, ihr Profil in einer Wissensgesellschaft zu schärfen? Wie können Bildung und Wissenschaft am Standort für die regionale Entwicklung genutzt werden? Welchen Beitrag können die Kommune, Hochschulen und Forschungseinrichtungen, Unternehmen und Stiftungen, Vereine, Schulen und Kultureinrichtungen leisten, um die Stadt zu einem lebendigen und attraktiven Wissenschaftsstandort zu machen?

Diesen Fragen geht die vorliegende Publikation nach und erteilt 16 deutschen Städten das Wort. Sie skizzieren, wie sie sich als Wissenschaftsstädte zu positionieren versuchen und welche Wege sie gehen, um Bildung und Wissenschaft in den Fokus ihrer Stadt und der Partner in Wirtschaft und Wissenschaft zu rücken. Auch Vertreter aus ansässigen Unternehmen und den Medien kommen zu Wort und beschreiben ihren Beitrag zu der Entwicklung.

Den Hintergrund für diese Praxisbeispiele bildet eine theoretische Einführung. In ihr werden die Grundlagen der Wissensökonomie und ihre Bedeutung für Städte beleuchtet, Ergebnisse einer empirischen Untersuchung des Wettbewerbs „Stadt der Wissenschaft“ vorgestellt und auf der Grundlage der Praxisbeispiele aus den 16 Städten vier dominante Strategiemuster entwickelt. Zum Abschluss schauen wir über den Tellerrand und nehmen andere Städte in Europa in den Blick.

Anstoß für zahlreiche Entwicklungen in deutschen Städten war der Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“, mit dem der Stifterverband Städte aufgefordert hat, eine Vision für ihren Wissenschaftsstandort zu entwickeln und das Potenzial von Wissenschaft und Bildung zur Umsetzung zu nutzen. Die Deutsche Bank hat die Durchführung des Wettbewerbs gefördert. Sieben Städte wurden für ihre Strategien ausgezeichnet.

Aber auch über die Teilnehmer des Wettbewerbs hinaus haben sich zahlreiche Städte mit Strategien wissensbasierter Stadtentwicklung beschäftigt und ergreifen die Initiative: Sie machen Wissenschaft sichtbar und erlebbar, sie wecken Begeisterung und Interesse für Bildung und Wissenschaft. Sie formulieren zusammen mit Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur gemeinsame Ziele. Daraus entstehen erfolgreiche Strategien zur wissensbasierten Stadtentwicklung.

Die Publikation zieht Bilanz und schaut in die Zukunft. Sie möchte die Vielfalt der Entwicklungen darstellen und Anregungen für Handlungsstrategien in Städten geben. Sie richtet sich an diejenigen, die auf kommunaler Ebene an einer Entwicklung als Wissenschaftsstandort interessiert sind: an Entscheider aus Verwaltung und Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Kultur und an Vertreter der Medien. Wir möchten mit der vorliegenden Publikation die Vielfalt der bisher-

gen Entwicklungen an Wissenschaftsstandorten darstellen, den Erfahrungsaustausch anstoßen und eine wissensbasierte Stadt- und Regionalentwicklung auch in Zukunft fördern.

Mein Dank geht an die Kolleginnen und Kollegen in den Städten, die mit ihren inhaltlichen und finanziellen Beiträgen zum Erfolg dieser Publikation beigetragen haben. Der Oldenburgischen Landesbank danke ich für die finanzielle Unterstützung der Publikation. Das Engagement des Autorenteam, das die inhaltliche Konzeption entwickelt und die Umsetzung vorangetrieben hat, möchte ich an dieser Stelle besonders hervorheben.

Arend Oetker  
Präsident  
Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft

## „Bildung und Wissenschaft als städtisches Profilelement“

Die Präsidentin des Deutschen Städtetages, Frankfurts Oberbürgermeisterin Petra Roth, und Andreas Schlüter, Generalsekretär des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft, nehmen im Interview Stellung zur Rolle der Wissenschaft bei der Entwicklung von Städten.

*Immer häufiger entdecken Kommunen das Thema Wissenschaft für ihr Stadtmarketing. Wie bewerten Sie diese Entwicklung?*

**Petra Roth:** Diese Entwicklung ist uneingeschränkt positiv zu bewerten. Wir sehen es als ständige Aufgabe aller Beteiligten, das Thema Bildung und Wissenschaft inhaltlich zu diskutieren, es im Stadtmarketing zu verankern und in den Bemühungen nicht nachzulassen, hier Verbesserungen zu erreichen. Dies wird sicherlich in unterschiedlicher Weise geschehen müssen: Millionenstädte wie Berlin, Hamburg, München oder Köln werden andere Schwerpunkte setzen als kleinere Städte; ehrwürdige Universitätsstädte mit jahrhundertalten Traditionen haben andere Mechanismen und Herangehensweisen als Neugründungen der 70er-Jahre des vorigen Jahrhunderts.

**Andreas Schlüter:** Auch ich halte die Entwicklung für erfreulich, denn ein Wissenschaftsstandort lebt davon, dass die Bürger und auch andere Akteure in Stadt und Region Wissenschaft kennen und als wichtigen Teil städtischen Lebens schätzen. Es reicht nicht, Ansprechpartner für die Hochschule zu identifizieren. Viele



Petra Roth, Präsidentin des Deutschen Städtetages, Frankfurts Oberbürgermeisterin

Städte ergreifen hier die Initiative. Sie machen Wissenschaft sichtbar und erlebbar, sie wecken Begeisterung und Interesse dafür. Städte sollten aber noch stärker als bisher zusammen mit Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und den Bürgern eine gemeinsame Vision für den Standort entwickeln und Wissenschaft in der regionalen Entwicklung nutzen. Idealerweise sind Stadt und Wissenschaft in engem Austausch darüber, oder aber sie wissen nichts voneinander – dazwischen liegen wohl die Realitäten. In diesem Zusammenspiel von Stadt und Wissenschaft



Andreas Schlüter, Generalsekretär des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft

kann das Stadtmarketing eine zentrale Rolle übernehmen.

*Was können bzw. müssen die Städte tun, um sich als Wissenschaftsstandort zu profilieren?*

**Petra Roth:** Zum einen ist dies ein offenes und vorurteilsfreies Zugehen der Städte auf die vielfältigen Akteure in der Wissenschaftslandschaft mit ihren unterschiedlichen Interessen und Herangehensweisen. Die Bandbreite, aber auch die Herausforderungen reichen hier von der Existenz eines einzelnen Fachbereichs ei-

„Ein Wissenschaftsstandort lebt davon, dass die Bürger und andere Akteure in Stadt und Region Wissenschaft kennen und als wichtigen Teil städtischen Lebens schätzen.“

Andreas Schlüter

„Die Städte bemühen sich, im Rahmen ihrer Möglichkeiten und Zuständigkeiten positive Rahmenbedingungen für Wissenschaft, Forschung und Lehre bereitzustellen.“

Petra Roth

ner Fachhochschule bis hin zum Sitz von mehreren Max-Planck-Instituten. Zum anderen gilt es, auch innerhalb der Städte die Chancen als Wissenschaftsstandort zu optimieren. Nicht allen Akteuren einer Stadt ist dies immer bewusst. Der vielfach benutzte Begriff „Hochschulstadt“ muss dann auch intensiv gelebt werden.

**Andreas Schlüter:** Eine Stadt muss ideale Voraussetzungen in allen städtischen Bereichen schaffen, um für die Wissenschaft, ihre Partner und die Menschen, die Wissenschaft ausmachen, attraktiv zu sein. Hochschulen und Forschungseinrichtungen stehen in enger Wechselwirkung mit vielen städtischen Bereichen: Bevölkerungszusammensetzung, Arbeitsmarktstruktur, Freizeit und Kulturangebote, Infrastruktur für ein familienfreundliches Umfeld oder das Innovationspotenzial der ansässigen Wirtschaft. Das sind nur einige Bereiche, die ganz wesentlich von der Frage betroffen sind, ob es an dem Standort Hochschulen und Forschungseinrichtungen gibt. Stadt- und Hochschulleitung können diese idealen Voraussetzungen nicht alleine schaffen. Stadtplanung und Wirtschaftsförderung, Ausländerbehörde und Kultureinrichtungen, Wirtschaft und Wissenschaft sind gleichermaßen gefordert. Und es braucht die Akzeptanz und Unterstützung für das Thema in der Kommunalpolitik. Es gilt, die jeweilige Handlungslogik von Stadt und Wissenschaft zu überwinden und Handlungsstrategien aufeinander abzustimmen.

*Fördert der Wettbewerb der Städte die Wissenschaft auch inhaltlich?*

**Andreas Schlüter:** Ein intensiver Dialog von Wissenschaft und Gesellschaft, wie er an Wissenschaftsstandorten entstehen kann, prägt auch die Wissenschaft selbst. Denn in dem Dialog werden nicht nur Ergebnisse der Forschung vermittelt, sondern auch Fragen an sie gestellt.



Hoch hinaus mit der „Stadt der Wissenschaft“: Jena.

„Ein Klima von Toleranz und Offenheit in der Stadt hilft, dass sich internationale Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in einer Stadt willkommen fühlen.“

Andreas Schlüter



Früh für Wissenschaft begeistern: Oldenburgs Eröffnung als „Stadt der Wissenschaft“.

Wenn die Universität Mainz beispielsweise gemeinsam mit dem Büro für Migration und Integration und dem Amt für Stadtentwicklung der Stadt Mainz eine Migrationsstudie durchführt, dann prägt diese aktuelle Fragestellung des Standortes die Wissenschaft – und Hochschulen werden zu Akteuren in der Stadt.

**Petra Roth:** Diese Frage kann nicht abschließend beantwortet werden. Die Städte bemühen sich, im Rahmen ihrer Möglichkeiten und Zuständigkeiten positive Rahmenbedingungen für Wissenschaft, Forschung und Lehre bereitzustellen. Ziel ist es dabei, für die Hochschuleinrichtungen ein gutes Gesamtklima herzustellen; dies kann durch infrastrukturelle, kulturelle und ideelle Unterstützung außerhalb des eigentlichen Wissenschafts- und Forschungsbetriebes erreicht werden. Dies geschieht in der Hoffnung, dass dadurch auch die inhaltliche Arbeit an den Hochschulen positiv beeinflusst wird.

**Wie kann der Deutsche Städtetag (DST) den Städten in ihrem Bestreben helfen?**

**Petra Roth:** Diese Unterstützung erfolgt in erster Linie durch Informations- und Erfahrungsaustausch. Der Deutsche Städtetag gibt in vielfältiger Weise Hilfestellung; als Beispiel kann hierfür der vom DST, der Hochschulrektorenkonferenz und dem Deutschen Studentenwerk durchgeführte Kongress zum Thema „Die Hochschulstadt: ein Modell für die Zukunft Deutschlands“ dienen, der im Dezember 2010 in Jena durchgeführt wurde.

**Die Entwicklungen in der Wissenschaft machen vor Landesgrenzen nicht halt. Wie international müssen Städte aufgestellt sein, damit global tätige Wissenschaftler sich in ihnen zu Hause fühlen?**

**Petra Roth:** Die Städte sind es in ihrer großen Mehrzahl seit Jahren gewohnt, über die Landesgrenzen hinaus zu denken. Nicht zuletzt der immense Einfluss der

Europäischen Union auf die Kommunalpolitik hat es mit sich gebracht, dass Städte international aufgestellt sein müssen. Auch die Standortpolitik der vor Ort agierenden Wirtschaft mit ihren vielfältigen internationalen Verflechtungen kommt hinzu. Nicht an allen Hochschul- und Wissenschaftsstandorten werden global orientierte Wissenschaftler tätig sein. Wo dies aber der Fall ist, wird angestrebt – trotz aller Finanzprobleme – international ausgerichtete Schulen zum Beispiel mit bilingualen Zweigen, entsprechende Freizeit- und Kulturangebote sowie ein angemessenes Wohnungsangebot vorzuhalten.

**Andreas Schlüter:** Grundvoraussetzung ist, dass sich internationale Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in der Stadt willkommen fühlen. Ein Klima von Toleranz und Offenheit in der Stadt hilft, aber oft sind es auch ganz banale Dinge: Gibt es Informationen in engli-

scher Sprache, ist die Ausländerbehörde auf die Anforderungen internationaler Wissenschaftler eingestellt, gibt es Infrastruktur für die Kinderbetreuung, gibt es Freizeit- und Kulturangebote? All dies gehört zum Wohlfühlfaktor an einem neuen Lebensmittelpunkt und bringt Vorteile im Wettbewerb um exzellente Köpfe. Einige Hochschulen setzen hier Maßstäbe. Sie bieten in Welcome Centres – oft in enger Zusammenarbeit mit städtischen Partnern – professionelle Servicestrukturen für die Betreuung internationaler Gastwissenschaftler an.

*Ist Wissenschaft ausschließlich ein Thema für Metropolen und Ballungsräume? Welche Chancen haben Städte in Randlagen und kleinere Kommunen? Ist es für sie überhaupt sinnvoll, sich auf Wissenschaft zu fokussieren?*

**Petra Roth:** Selbstverständlich beschränkt sich dies nicht ausschließlich auf Metropolen. Kleinere Kommunen haben eine große Chance, durch Fokussierung auf ausgewählte Wissenschaftszweige und Spezialisierung auf bestimmte Sondersektoren ein besonderes Profil zu bilden. Ich nenne als Beispiele die Kommunen Hohenheim, Garching, Jülich und Clausthal-Zellerfeld. Dies sollte auch andere

Kommunen ermuntern, ohne Scheu eine solche Profilbildung anzustreben.

*Heute hat fast jede Stadt eine Wirtschaftsförderung. Wird in zehn Jahren jede (Hochschul-)Stadt auch eine Wissenschaftsförderung haben?*

**Petra Roth:** Bereits heute gibt es zumindest in den größeren Stadtverwaltungen Stabsstellen für Wissenschaftsförderung in unterschiedlicher Form. Manche städtischen Dezernate im Bildungssektor haben bewusst die Bezeichnung „Bildung, Forschung und Hochschulen“ mit aufgenommen, um die Bedeutung auch nach außen zu dokumentieren und einheitli-

che Anlaufstellen in der Stadt zu schaffen. Sicherlich wird es bei diesen Stellen weiteres Ausbaupotenzial geben.

**Andreas Schlüter:** Eine Wissenschaftsförderung wäre insofern wertvoll, als dass sie ein sichtbarer Ansprechpartner für alle Belange der Wissenschaft sein und Anforderungen der Wissenschaft an einen Standort aufgreifen könnte. Viel wichtiger wäre es aber, dass diese Themen nicht separat, sondern als Element aller städtischen Verwaltungsbereiche mitgedacht werden. Dann kann es gelingen, eine Stadtentwicklung zu realisieren, in der Bildung und Wissenschaft ein selbstverständliches Profilelement sind.

Hört, hört:  
Bremens Wissenschaft auf Sendung.

„Auch kleinere Kommunen haben eine große Chance, durch Fokussierung auf ausgewählte Wissenschaftszweige und Spezialisierung auf bestimmte Sondersektoren ein besonderes Profil zu bilden.“

Petra Roth







# Der Auftakt

Ein Begriff verändert Kommunen

Rainer Lisowski, Clas Meyer, Matthias Schmidt, Stefanie Wesselmann

# Ein Begriff verändert Kommunen

Strategiemuster für die wissensbasierte Stadtentwicklung

„Wissenschaftsstadt“ ist ein schillernder Begriff. Die einen denken dabei an Traditionsuniversitäten, die anderen an asiatische Tigermetropolen wie Singapur, wieder andere an Science Events und die Gewinner des Wettbewerbs „Stadt der Wissenschaft“. Auf der akademischen Seite der Diskussion um die *Wissenschaftsstädte* tummeln sich Stadt- und Regionalplaner, Soziologen, Wirtschaftswissenschaftler, auf der Seite der Praktiker Wirtschaftsförderer, kommunale Wissenschaftsreferenten oder Hochschul-, Stadtmarketing- und Clustermanager.

Selten zu Wort gekommen sind bisher die Städte selbst. In keiner bislang vorliegenden Publikation konnten Kommunen skizzieren, wie sie sich als Wissenschaftsstadt zu positionieren versuchen. Diese Veröffentlichung will 16 deutschen Städten das Wort erteilen – und zugleich deren praxisorientierte Statements in einen theoretischen Hintergrund einbetten.

Dieser erste Artikel wirft zunächst einen Blick auf die theoretischen Grundlagen der Wissensökonomie und ihre Bedeutung für Städte. Er zieht einen begrifflichen Unterschied zwischen dem Wissenschaftsstandort und der Wissenschaftsstadt, stellt Ergebnisse einer empirischen Untersuchung des Wettbewerbs „Stadt der Wissenschaft“ vor und versucht abschließend, aus den Eigenporträts der 16 Städte vier dominante Strategiemuster herauszukristallisieren.

## Wissensbasierte Stadtentwicklung: ein Begriff verändert Kommunen

### Strukturwandel zur Wissensgesellschaft als Herausforderung für die Städte

Jeder kennt sie und ihre unglaubliche Karriere, sie beeinflusst den Alltag in Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Öffentlichkeit – die „Wissensgesellschaft“. Der Diskurs rund um ihr Wesen findet auf verschiedenen sozial-, bildungs- oder wirtschaftspolitischen Ebenen statt und gerade deshalb lohnt sich ein genauer Blick hinter die Kulissen dieses Begriffs. Die Karrierelaufbahn begann bereits in den 1960er-Jahren im Kontext modernisierter Produktionsverfahren. Der Begriff ist also gar nicht so neu wie der Hype es vermuten lässt, aber was macht die heutige Wissensgesellschaft aus?

Die Diskussion reiht sich nahtlos an die langjährigen Auseinandersetzungen hinsichtlich eines kontinuierlichen Strukturwandels westlicher Industrienationen an, der hauptsächlich die Herausbildung einer Dienstleistungs- oder Informationsgesellschaft thematisiert hat. Mittlerweile besteht Einigkeit darüber, dass sich die

Gesellschaft in einem rasanten Wandel hin zu einer Wissensgesellschaft befindet und jüngere gesellschaftliche Begriffsbestimmungen wie die der Informationsgesellschaft nicht mehr anwendbar sind, da sie im Grunde nur auf die drastische Zunahme moderner Informations- und Kommunikationstechnologien seit Mitte der 1970er-Jahre verweisen.

Der aktuelle Wandlungsprozess zu einer Wissensgesellschaft kann als ebenso gravierend wie der Übergang von der Agrar- zur Industriegesellschaft im 19. Jahrhundert mit den damaligen erheblichen Verschiebungen in der Beschäftigungsstruktur beschrieben werden. Die Wissensgesellschaft unterliegt jedoch anderen Einflussfaktoren, die in der Industriegesellschaft noch keine Rolle spielten.

Besonders die Globalisierung der Weltwirtschaft beeinflusst den Strukturwandel des 21. Jahrhunderts erheblich. Durch die geöffneten globalen Märkte lösen sich die traditionellen Strukturen der Wirtschaft und Wissenschaft zunehmend auf. Die neue globale Arbeitsteilung führt zu immer komplexer werdenden Wirtschaftsstrukturen und Verflechtungen der Wirtschaftsbereiche und Dienstleistungssektoren.

Aufgrund dieser globalen Neuverteilung müssen Städte und Regionen sowie Unternehmen und Wissenschaftseinrichtungen Nischen im weltweiten Wettbewerb finden und durch Alleinstellungsmerkmale ihre eigene Position stärken. Standortspezialisierungen, Profilbildung, individuelle Wirtschafts- oder Wissenscluster, wissenschaftliche Exzellenz sowie die Erschließung von Marktlücken gehören zu den Herausforderungen der Gegenwart.

Als Konsequenz muss das Wissen in Wirtschaft, Wissenschaft und dem städtischen Raum stetig erneuert und am Leben gehalten werden. Was wie eine Strafe klingt, ist heute eine Notwendigkeit – das „lebenslange Lernen“. Umfangreichere und anspruchsvollere Wissensvorräte müssen mobilisiert und ausgetauscht werden, um die individuelle Stellung am globalen Markt halten zu können. Die Entstehung von Innovationen und neuem Wissen ist dabei heute sehr eng mit wissensbasierter und kreativer Arbeit verbunden, denn die hochgradig spezialisierte Wirtschaft benötigt immer mehr Intermediäre („Wissensvermittler“ und spezielle „Wissensträger“) sowie passgenaue Dienstleistungen, um die individuelle Stellung im Wettbewerb zu halten. Wissen wird also heute zunehmend systematisch und professionell eingesetzt und perfektioniert.

Besonders Hochtechnologie-Unternehmen, etwa aus den Bereichen Medizin-, Computer- oder Kommunikationstechnik, versuchen stetig, neues Wissen und Innovationen in ihre Produkte und Güter zu integrieren, um den immer kürzeren Produktlebenszyklen entgegenzuwirken. Humankapital ist demgemäß zur wich-

tigsten Ressource des 21. Jahrhunderts geworden. Erstens ist es wichtigster Produktionsfaktor, zweitens ist Wissen zu einem immateriellen wirtschaftlichen und handelbaren Gut bzw. einer Dienstleistung geworden und drittens ist es eine entscheidende Komponente materieller bzw. physischer Güter.

Deshalb spielen hoch qualifizierte Menschen die entscheidende Rolle im Innovationswettbewerb und für die Wirtschaftskraft von Städten und Regionen. Unternehmen, Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen sowie Städte auf nationaler und internationaler Ebene befinden sich im Wettbewerb um die klügsten Köpfe und Eliten. Die Teilsysteme Wissenschaft, Wirtschaft und Stadt sind somit zu gleichen Teilen mit Profil- und Imagebildung befasst, um attraktiv für Akademiker, Studenten und hoch qualifizierte Arbeitnehmer zu sein. Diese Wissensträger können aufgrund der Globalisierung tendenziell überall auf der Welt arbeiten. Das verschärft die Konkurrenz von (urbanen) Räumen um die Gunst der Hochqualifizierten. Der Wettbewerb um Hochqualifizierte erfordert eine Auseinandersetzung mit den Aspekten Wissensproduktion, Wissensverteilung und schließlich der konkreten Wissensanwendung, wenn lokale und regionale Potenziale in Innovationen überführt werden sollen. Daneben müssen sich besonders Städte mit den Standortpräferenzen der Wissensträger befassen, um entsprechende urbane Qualitäten in Szene zu setzen, um „Wissen“ anzuwerben und zu binden.

## Die Bedeutung der Wissensökonomie für unsere Gesellschaft

Der Begriff Wissensökonomie umfasst im Wesentlichen zwei Faktoren: a) eine Gesellschaft, in der individuelles lebenslanges Lernen eine Notwendigkeit darstellt und b) eine Ökonomie im Sinne von Innovationssystemen wissensbasierter ökonomischer Entwicklung. Beiden ist jedoch gemein, dass neben dem kodifizierten Wissen eine steigende Nachfragetendenz nach persönlichem, systematischem Wissen zu beobachten ist.

Der neue Stellenwert individuellen Wissens ergibt sich aus einem erweiterten Verständnis davon, wie Wissen heute produziert und in Innovationen überführt wird. Unterschieden werden dabei grundlegend zwei Formen der Wissensproduktion: Der traditionelle Weg der Wissensproduktion meint die disziplinäre Wissenserzeugung durch Akademiker und Institutionen. Universitäten etwa bewahren und nutzen das Wissen – allerdings primär intern (etwa für weitere Forschungen). Diese Form der Wissensproduktion ist gekennzeichnet durch eine besonders lange Gültigkeit ihrer Ergebnisse, andererseits durch geringe Verwertbarkeit.

Die hinzugekommene Form der Wissensproduktion in der Wissensökonomie operiert dem entgegen auf Basis der kürzer werdenden Zeit der Gültigkeit von Wissen. Das besondere Merkmal an dieser Form der Wissensproduktion ist nun, dass das Wissen nicht mehr ausschließlich durch Wissenschaftler erzeugt wird und auch nicht erzeugt werden kann. Es entsteht durch die Kombination von Praktikern und Wissenschaftlern. Anwendungsorientierten Netzwerken kommt eine erhebliche Bedeutung zu, da diese implizites Wissen von hoch qualifizierten und kreativen Menschen erschließen. Implizites Wissen, *tacit knowledge*, steht für bestimmte Praxiserfahrungen von Menschen und individuelle Fähigkeiten, welche nur schwer dokumentierbar sind. Dieses stillschweigende personengebundene Wissen kann nur durch Transfer und persönliche Kommunikation übertragen werden. Learning by Doing und Learning by Interacting charakterisieren

diese Form der Wissensübertragung und -anwendung. Der Raum, in dem sich Hochqualifizierte und Kreative persönlich begegnen, gewinnt folglich massiv an Bedeutung.

Vor diesem Hintergrund erfährt die Stadt als Interaktionsplattform für die Wissensträger und Wissensmilieus derzeit auch wieder verstärkte Aufmerksamkeit, um Wissensnetzwerke in Wissenschaft und Wirtschaft zu fördern, aber auch, um neue Arbeitszusammenhänge und Governance-Strukturen für die Stadtverwaltung und Politik zu schaffen. Dies gilt umso mehr, da die Wissensträger bestimmte urbane Räume und Qualitäten bevorzugen. Diese besonderen Standortpräferenzen und Vernetzungsstrukturen von Hochqualifizierten und Kreativen werden nachstehend im Kontext aktueller wirtschaftlicher Entwicklungstheorien betrachtet, da sie sehr stark die kommunalpolitische Debatte beeinflusst haben.

## **Theoretische Ansätze zu urbanen Milieus und Netzwerkstrukturen**

In der regionalökonomischen Literatur besteht Einigkeit darüber, dass urbane Zentren und Ballungsräume die Entstehung von Innovationen und den dafür notwendigen Wissensaustausch fördern. Seit den 1980er-Jahren heben neuere Ansätze aus der Wachstumstheorie, der Innovationsökonomie sowie der Regionalökonomie die lokale bzw. regionale Verfügbarkeit von Wissen (Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Hochqualifizierte etc.) ins Zentrum der Argumentation. Es wird davon ausgegangen, dass Städte und Regionen mit einem hohen Potenzial an Wissenschaft und Forschung ökonomisch erfolgreicher sind als Orte ohne diese Ausstattungen. Die positiven wirtschaftlichen Erträge sind in diesem Fall durch Kompetenzen in Wissenschaft und Forschung und deren positive externe Effekte (Wissensspillover) entstanden.

Insgesamt hat sich auch das Bewusstsein durchgesetzt, dass harte Standortfaktoren wie die Infrastruktur allein nicht mehr ausreichend sind, um wirtschaftlichen Wohlstand und Wettbewerbsvorteile zu erklären, da die Einflussgrößen deutlich komplexer geworden sind.

Dieser Einsicht widmen sich die neueren ökonomischen Entwicklungstheorien. Sie lenken den Fokus auf die Innovations- und Wissensökonomie sowie auf milieuorientierte Wirtschafts- und Stadtpolitik. Schlagwörter wie die „Lernende Region“, „Wissenschaftsstadt“, die „Kreative Klasse“ oder (innovative) „Wissensmilieus“ kennzeichnen aktuelle kommunale Positionierungsansätze.

Erste Untersuchungen zu Milieustrukturen wie durch die Groupe de recherche européenne sur les milieux innovateurs (GREMI) in den 1980er-Jahren sowie neuere Ansätze zu Wissensmilieus (zum Beispiel Matthiesen/Bürkner in Stadtregion und Wissen 2004) betonen die große Bedeutung von Milieustrukturen für Städte und Regionen. Sie alle verstehen Milieus als raumgebundene Komplexe, die durch soziale Beziehungen gekennzeichnet sind und durch ihren informellen Netzwerkcharakter innovative Prozesse fördern.

Die kommunale Strukturpolitik hat im Kontext dieser Entwicklungstheorien jedoch überwiegend ihre Impulse durch den amerikanischen Ökonomen und Städteforscher Richard Florida erhalten. Florida hat u. a. mit seinem ersten Werk „The Rise

of the creative class“ von 2002 einen Zusammenhang zwischen der räumlichen Konzentration kreativer Menschen und städtischer Innovations- und Wachstumsfähigkeit postuliert. Florida sieht einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen wirtschaftlicher Prosperität sowie erfolgreicher Positionierung im Standortwettbewerb mit der Anwesenheit hoch qualifizierter Menschen in Städten und Regionen. Aus diesem Grund appelliert er an Städte, kreative Menschen anzuwerben. Unter dem Begriff „Kreative“ subsumiert Florida die Leistungsträger der heutigen Wissensökonomie sowie die Kernschicht der kommenden Arbeitswelt. Auf eine detaillierte Differenzierung der „Kreativen“ in unterschiedliche Ausprägungen nach Florida wird an dieser Stelle verzichtet, denn im Kern besagt die Theorie vor allem, dass durch das Aufeinandertreffen von Menschen unterschiedlicher Hintergründe die Entfaltung neuen Wissens stimuliert und der Innovationsprozess positiv beeinflusst wird. Florida entfernt sich bei seinen Überlegungen bewusst von klassischen Wachstumstheorien. Vielmehr setzt er neue Impulse durch seine 3T-These (interessanterweise haben etwa die Städte Braunschweig und Oldenburg in ihren Projekten zur „Stadt der Wissenschaft“ Floridas Ideen aufgegriffen, siehe Seiten 40 und 118). Talent, Technologie und Toleranz sind für ihn die entscheidenden Faktoren für ökonomischen Wohlstand. Er hebt hervor, dass es nicht die Technologie ist, die Wachstum forciert, sondern dass Menschen neue Ideen und Innovationen erzeugen. Die Entfaltung von Kreativität setzt nach Florida eine offene Grundhaltung gegenüber ethnischen Minderheiten, ein breites Spektrum unterschiedlicher Interessen und Toleranz voraus. Toleranz bedeutet hier besonders die Aufgeschlossenheit gegenüber Gruppen jenseits des Mainstreams, wie etwa Künstler. Diese drei T-Aspekte sind für den Ökonomen Basis für eine Stadt, attraktiv auf die kreativen Menschen zu wirken und diese langfristig an den Standort binden zu können. Voraussetzung ist dabei, dass die drei Aspekte zusammentreffen und sich ergänzen.

Nach seinen Überlegungen sind die Städte erfolgreich, die über die notwendigen Standortqualitäten wie Toleranz, Offenheit, kulturelle und gesellschaftliche Diversität sowie über die nötigen weichen Standortfaktoren wie etwa einen hohen Wohn- und Freizeitwert verfügen. Die Kernthese von Florida beinhaltet, dass die Kreativen bei ihrer Standortwahl nicht ausschließlich die Chancen auf eine angemessene und adäquat bezahlte Beschäftigung als Maßstab wählen, sondern vielmehr auf die zuvor genannten Werte schauen. Eine hohe Lebensqualität einer Stadt oder Region hat für die Kreativen eine große Bedeutung, da Beruf und Freizeit keiner strikten Trennung unterliegen, sondern sich gegenseitig bedingen. Die Kreativen benötigen demnach für ihre berufliche Entfaltung ein angenehmes und stimulierendes Wohnumfeld. In diesem Sinne wurde durch Florida die Aussage „Jobs follow people“ prägend. Demnach gehen die kreativen Menschen nicht dorthin, wo sie eine Beschäftigung finden, sondern die Unternehmen orientieren sich nach den Standortpräferenzen der Kreativen.

Sicherlich könnte Floridas Ansatz an dieser Stelle mit einigen kritischen Anmerkungen weiter diskutiert werden, aber es ist überwiegend ihm zuzuschreiben, dass sich auf lokaler und regionaler Ebene überhaupt eine Sensibilisierung für dieses komplexe und transdisziplinäre Wirkungsfeld durchgesetzt hat.

## Standortfaktor Forschung und Wissenschaft im Fokus der Stadtpolitik

In Bezug auf die genannten theoretischen Aspekte des neuen Stellenwerts von persönlichem Wissen und somit von Hochqualifizierten und Kreativen kommt den Städten eine besondere Rolle zu. Sie sind sowohl Produktionsstätten von Wissen als auch Orte, an denen Wissen zusammentrifft und ausgetauscht wird.

Städte können in diesem Zusammenhang als Orte auftreten, die durch die Kombination von Wissen wirtschaftlich und sozial geprägt werden oder die über erhebliche Ressourcen wissenschaftlichen Know-hows verfügen und diese geschickt wirtschaftlich verwertbar machen.

Städte sind zudem Räume, in denen sich Hochqualifizierte und kreative Menschen sowie innovative Unternehmen niederlassen, die Einfluss auf die Profilierung des Standortes nehmen, indem sie Innovationen und neues Wissen erzeugen und marktreif machen. Im Fokus der Stadt sollte also die Bildung solcher (Wissens-)Milieustrukturen stehen, da sie ökonomischen Wohlstand bringen und durch ihre Anwesenheit zur Image- und Profilbildung des Standortes beitragen können.

Eine strategische Konzentration auf den Standortfaktor Wissenschaft ist ebenso eine notwendige Konsequenz, da sich auch die Wirtschaftsunternehmen bei zukünftigen Standortentscheidungen verstärkt an dem Vorhandensein von Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen orientieren, wenn es um Firmenneugründungen, -erweiterungen und -verlagerungen geht. Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen sowie das Vorhandensein eines hoch qualifizierten Arbeitskräftepools in Städten erfüllen sowohl weiche als auch harte Standortfaktoren und besitzen eine enorme Anziehungskraft für Wirtschaftsunternehmen. Direkte Kontakte und Kooperationsformen, beispielsweise zwischen Unternehmen und den ortsansässigen Universitäten und Hochschulen, haben den Effekt, dass wirtschaftliche Organisationen unmittelbaren Zugriff auf aktuelle Forschungsergebnisse haben und somit ihren eigenen Innovations- und Modernisierungsprozess effektiver und effizienter umsetzen können. Zudem bietet sich besonders den wissensintensiven Unternehmen eine direkte Möglichkeit, Kontakte zu standortnahen Studierenden und akademischem Nachwuchs aufzubauen und diese als Praktikanten, Diplomanden und/oder Berufseinsteiger für sich zu gewinnen.

Hochschulen und Forschungseinrichtungen transferieren ihre Potenziale direkt in die lokale Wirtschaft und leisten somit einen entscheidenden Beitrag für die Entstehung von Wissen, Innovationen und Wirtschaftskraft.

Es sind aber sicherlich nicht nur die Wirtschaftsunternehmen, die Nutzen aus diesen Kooperationen ziehen. Auch die Städte haben gleichermaßen viele externe Effekte wie städtebauliche, soziale, kulturelle, wissenschaftskommunikative und ideelle Qualitäten durch ein örtliches Wissensreservoir. Die wissenschaftlichen Einrichtungen, und auch hier besonders die Hochschulen, sind wichtige Imageträger für eine Stadt. Beispielsweise kann das kommunale Wissenschaftssystem positive Effekte auf die demografische Entwicklung entfalten, wenn neue Studenten oder Nachwuchswissenschaftler zuziehen.

Ferner können die lokalen Wissenschaftseinrichtungen eine hohe Ausstrahlungskraft auf kreative Menschen und auch private Investitionen ausüben. Neben positiven Ertragssynergien wie Einkommen, Steueraufkommen, regionale Beschäftigung und Arbeitsmarkt kann das kommunale Wissenschaftssystem folglich die ganze Lebensqualität einer Stadt positiv beeinflussen.

Zahlreiche Studien heben besonders die ökonomischen Effekte durch Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen hervor. Der „Capital“-Städtefest 2009 titelt dementsprechend mit der Überschrift „Wissen ist Wirtschaftsmacht“ und hebt die Vorteile der mittelgroßen Universitätsstädte wie Münster, Freiburg oder Heidelberg hervor, die sich mit ihren wissenschaftlich exzellenten Einrichtungen und sehr guten Zugängen zu unterschiedlichen Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen gegen die Metropolen des Landes durchsetzen.

Neben solchen Studien analysieren mittlerweile auch die Städte selbst die positiven Effekte durch die Hochschulen, Wissenschaftseinrichtungen oder Studierende. So ermittelte die Stadt Münster eine jährliche Kaufkraft von 370 Millionen Euro durch ihre über 50.000 Studierenden (146 Millionen Euro Miete, 76 Millionen Euro Lebensmittel, 30 Millionen Euro Kleidung, 41 Millionen Euro Freizeit, 29 Millionen Euro Anschaffungen, 48 Millionen Euro Lernmittel und Telekommunikation).

In Göttingen ist der Wissenschaftssektor die größte „Jobmaschine“, fast 17.000 Beschäftigte wurden 2006 diesem Sektor zugeordnet. Die Universität Göttingen ist mit über 13.000 Beschäftigten der größte Arbeitgeber in der Stadt. Die Göttinger Wissenschaftseinrichtungen wirken mit einem Ausgabevolumen von 1,1 Milliarden Euro 2006 positiv auf die lokale Wirtschafts- und Beschäftigungsstruktur ein. Ferner verfügen die knapp 26.000 Studierenden am Wissenschaftsstandort über ein direktes Ausgabevolumen von 158 Millionen Euro für Güter und Leistungen aus der Region.

Aus diesen Beispielen geht schon hervor, wie stark die Wissensträger (Studenten, Akademiker, Kreative) die Städte ökonomisch bereichern. So ist es wenig verwunderlich, dass der Anwerbung und Bindung von Hochqualifizierten an die Stadt eine außerordentliche Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Deutlich wird, dass Städte – Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zu gleichen Teilen – vor sehr vielschichtigen Herausforderungen stehen, wenn es um eine optimale Bereitstellung weicher Standortfaktoren sowie die Befriedigung individueller Standortpräferenzen geht. Städte, die sich wissenschaftsorientierten Entwicklungsstrategien widmen, müssen folglich sehr viele unterschiedliche Aspekte in der Planung berücksichtigen: Profil- und Imagebildung, Netzwerkarbeit, Nachwuchsgewinnung und viele weitere Aspekte spielen hier eine Rolle.

Es scheint notwendig zu erkennen, dass derartige Planungsprozesse gleichzeitig auch soziale Prozesse sind, in denen eine Reihe unterschiedlicher Menschen sowie institutioneller Beziehungen und Positionen zusammenkommen und dies auch müssen.

### **Erstes Zwischenfazit**

Wissensbasierte Ökonomie ist kein modeaktuelles Schlagwort, sondern die Chiffre für einen seit Jahrzehnten wirksamen, grundsätzlichen Wandel der Wirtschaftsstruktur entwickelter Länder. Regionalökonomische Untersuchungen zeigen, dass eine wissenschaftsorientierte Wirtschaftsstruktur erheblich zu Wohlstand und Zukunftsfähigkeit von Städten und Regionen beiträgt. Wissenschaft wird zum Standortfaktor

von erheblichem Gewicht. Kommunen können insbesondere den Versuch wagen, neue Netzwerkstrukturen und urbane Umfeldler für die *creative class* zu schaffen. Erst wenn die Kommunen und die Stadtgesellschaft sich an dieser Stelle aktiv in die Entwicklung des Wissenschaftsstandortes einbringen, kann aus unserer Sicht von einer „Wissenschaftsstadt“ gesprochen werden – was die folgende Ausführung zu belegen versucht.

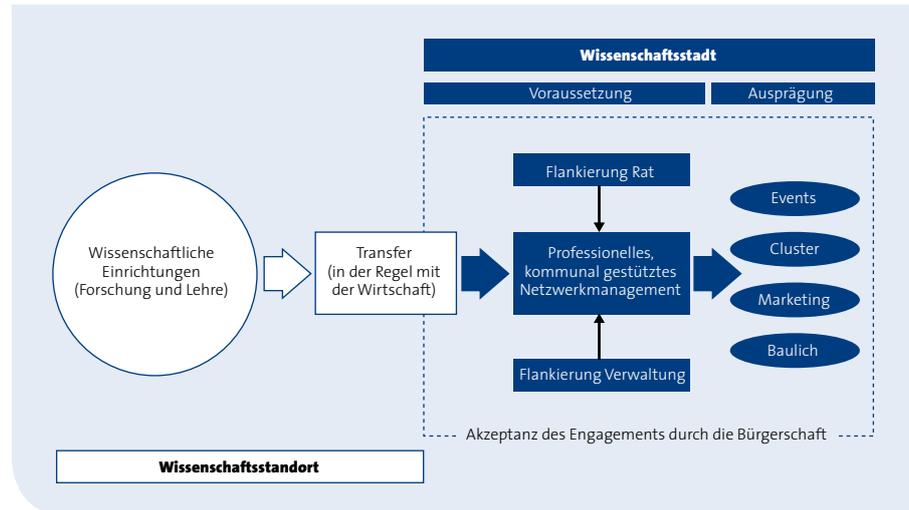
## Vom Wissenschaftsstandort zur Wissenschaftsstadt

### Wissenschaft alleine genügt nicht!

Auf diese sehr kurze Formel lässt sich der Unterschied zwischen Wissenschaftsstandorten und Wissenschaftsstädten bringen, die gleichwohl auch eine Gemeinsamkeit haben: Sie sind Orte der Wissensproduktion, an denen Hochschulen, Forschungseinrichtungen und/oder Forschungs- und Entwicklungszentren ihren Sitz haben (vgl. Kunzmann 2004, Matthiesen/Mahnken 2009).

Was macht aber einen Wissenschaftsstandort zu einer Wissenschaftsstadt? In der Wissensgesellschaft wird Wissen zu einem ganz zentralen Standortfaktor im Wettbewerb der Städte und Regionen. Wissenschaftsstädte nutzen gezielt den Faktor Wissen(schaft) für eine wissensbasierte Zukunftsstrategie. Das bedeutet, neben den Voraussetzungen des Wissenschaftsstandortes (Hochschulen, Forschungseinrichtungen) sind eine erste wichtige Grundvoraussetzung gut funktionierende Netzwerke zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Stadt, in welchen alle Partner gleichberechtigt agieren, ihre eigene Identität und Sichtbarkeit nicht verlieren und für alle Beteiligten Kooperationsvorteile klar erkennbar sind. Diese Zusammenarbeit erfolgt zielgerichtet aufgrund einer gemeinsam formulierten und getragenen Strategie, von deren Umsetzung alle profitieren. Ein erfolgreiches Konzept zeichnet sich zum Beispiel nicht nur dadurch aus, dass das Know-how der Hochschulen optimal für die Standortentwicklung verwertet wird, sondern dass sowohl Wissenschaft, Wirtschaft als auch Stadt von den Austauschprozessen zwischen allen Partnern signifikant profitieren. Ohne ganz konkreten Mehrwert für jeden – wie zum Beispiel die Schaffung spezifischer Infrastruktur für Wissenschaft und Wirtschaft oder aber die Unterstützung bei der Akquisition von Fördermitteln – setzen in jedem Netzwerk rasch Auflösungserscheinungen ein. Zur Sicherstellung einer nachhaltigen strategischen Kooperation sind feste Strukturen erforderlich: einerseits eine Zielbeschreibung, die eher losen Transfer in verbindliche, clusterähnliche Strukturen überführt, andererseits ein fest institutionalisierter Netzwerkknoten, der diese Strukturen managt. Eine Wissenschaftsstadt zeichnet unserer Ansicht nach aus, dass sie sich an diesem Management beteiligt oder es sogar anführt. Institutionelle und personelle Kontinuitäten sorgen dabei für eine vertrauensvolle Netzwerkarbeit und eine breite Akzeptanz durch alle beteiligten Partner. Idealerweise hat sich der Stadtrat per Ratsbeschluss zur Bedeutung der Wissenschaft für die Kommunen bekannt (dass es keineswegs so einfach ist, wie es klingt, zeigt eine Untersuchung der Hochschule Osnabrück, vgl. dazu die Seite 21 ff.). Zudem wird dies durch die Verwaltung und insbesondere den Verwaltungschef flankiert und zu einem kommunalen Thema mit Priorität erhoben.

Diese grundlegende Ebene wird ergänzt durch projektbezogene Strukturen, in denen zum Beispiel ein Veranstaltungsformat der Wissenschaftskommunikation, Maßnahmen zum gemeinsamen Marketing für den Hochschulstandort oder aber

**Abbildung 1: Verhältnis von Wissenschaftsstandort zu Wissenschaftsstadt**

auch Projekte zur Weiterentwicklung eines Clusters erdacht und auch realisiert werden. Diese Aktivitäten sind in die Gesamtstrategie eingebunden und leisten einen Beitrag zur Erreichung der gemeinsam formulierten Ziele der Zusammenarbeit. Begleitet werden die Aktivitäten von einem Kommunikationskonzept, das sich nach innen und außen richtet. Dieser Kerngedanke einer notwendigen Bedingung und folgender Profilausprägungen findet sich in unserem „Strategiefächer“ (siehe Seite 28 f.) wieder.

Der Erfolg einer Wissenschaftsstadt hängt dabei nicht nur davon ab, dass sie überregional, national oder sogar international als solche wahrgenommen wird, sondern auch davon, ob und wie das Thema Wissenschaft in der Stadtgesellschaft verankert ist. Wenn den Bürgern – und natürlich auch den lokalen Entscheidungsträgern zum Beispiel im Stadtrat – die Bedeutung der Wissenschaft für die Zukunft ihrer Stadt bewusst ist, sinkt das Risiko, dass die Wissenschaftsstadt Opfer zum Beispiel der kommunalen Sparzwänge wird. Auch ist die Bedeutung der Stadtgesellschaft als Botschafter für den Standort nicht zu unterschätzen. Diese Akzeptanz durch die Bürgerschaft ist aus unserer Sicht ein weiteres Merkmal, das eine Wissenschaftsstadt von einem Wissenschaftsstandort unterscheidet.

### Wissenschaftsstadt werden und sein: kein leichtes Unterfangen

Diese Charakterisierung einer Wissenschaftsstadt erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und stellt vor allem keinen Zustand dar, der „über Nacht“ in all seinen Facetten erreicht werden kann. Vielmehr ist der Weg zur Wissenschaftsstadt ein sehr langer Prozess, bei dem es – vor allem begünstigt durch die Unterschiedlichkeit der kooperierenden Institutionen – mit hoher Wahrscheinlichkeit auch immer wieder zu Rückschlägen kommen kann. Ein Partner fühlt sich beispielsweise von anderen dominiert und somit benachteiligt. Oder er empfindet die Zusammenarbeit als Einmischung in seine internen Angelegenheiten. Es wird befürchtet, dass die Institution selbst nicht mehr ausreichend wahrgenommen oder der aus der Kooperation resultierende Mehrwert für sich selbst nicht mehr gesehen wird. Häufig

sorgen personelle Veränderungen an entscheidender Stelle für Turbulenzen. Oder der Stadtrat beschließt angesichts knapper Kassen eine Kürzung des kommunalen Wissenschaftsbudgets. Selbst wenn der beschriebene Idealzustand einer Wissenschaftsstadt mehr oder weniger erreicht sein sollte, bedarf es einer fortwährenden Legitimation der Zusammenarbeit, vor allem aber der weiterhin intensiven Pflege der Netzwerke, in denen sich alle Partner vertrauen und wohlfühlen, aber ggf. auch den Mut haben, gemeinsam die strategische Ausrichtung der Wissenschaftsstadt zu modifizieren oder gar neu zu definieren.

Diese Anstrengungen lohnen sich: Standorte, die sich auf den Weg zur Wissenschaftsstadt gemacht haben, sind heute und auch in Zukunft die Gewinner im sich weiter verschärfenden Standortwettbewerb. Davon profitieren Wissenschaft, Wirtschaft und Stadt(gesellschaft) gleichermaßen im Rennen um die klugen Köpfe, Investoren oder Fördermittel.

### **Zweites Zwischenfazit**

Unser Argument lautet: Erst wenn die Kommune – Rat, Verwaltung und Bürgerschaft – aktiv ihre Wissenschaftseinrichtungen bei der Netzwerkbildung mit anderen gesellschaftlichen Bereichen (auch jenseits der Wirtschaft) unterstützt, lässt sich der Begriff „Wissenschaftsstadt“ rechtfertigen. Ohne diese aktive Rolle von Stadt(gesellschaft) haben wir es „nur“ mit einem guten oder weniger guten Wissenschaftsstandort zu tun. Aus unserer Sicht ist das Kernstück ein stetiges, professionelles, dauerhaftes Management von Netzwerken mit kommunaler Flankierung. Zu prüfen, ob diese Netzwerkbildung tatsächlich stattfindet, war Kern einer empirischen Untersuchung für den Stifterverband.

## **Einige empirische Befunde zur Netzwerkbildung in Städten der Wissenschaft: der Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“**

### **Die Untersuchung**

Mit welchen strategischen und operativen Maßnahmen versuchen Städte konkret, ihr Profil einer Wissenschaftsstadt zu schärfen? So lautete die Ausgangsfrage eines Forschungsprojektes, das 2009/2010 im Auftrag des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft an der Hochschule Osnabrück durchgeführt wurde (vgl. Hohn/Meyer/Lisowski 2010). Im Mittelpunkt des Interesses stand die Entwicklung von Netzwerken.

Wichtigste Datenquelle des Projektes war eine schriftliche Befragung aller Städte, die sich im Zeitraum zwischen 2005 und 2009 um den Titel „Stadt der Wissenschaft“ beworben haben. Dieser Titel wird seit 2005 jeweils für ein Jahr vom Stifterverband an eine deutsche Stadt verliehen. Nach Unterzeichnung des PUSH-Memorandums 1999 konzipierte der Stifterverband den Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ und startete damit eine Entwicklung, die vermutlich weltweit einzigartig ist. Selbst Initiativen wie das MAKCi (Most Admired Knowledge Cities) des World Capital Institute hatten nicht die Auswirkungen auf städtische Strategien wie „Stadt der Wissenschaft“. Gefördert werden soll damit genau der oben erwähnte Wandel von einem Wissenschaftsstandort zu einer Wissenschaftsstadt, indem die Kommunen den „Entwicklungsmotor Wissenschaft für die Standortentwicklung

erkennen und optimal nutzbar machen“. Dies soll primär durch die Unterstützung von Netzwerken zwischen Politik und Verwaltung, Wissenschaft, Wirtschaft und Kultur erfolgen.

Bis zum Ende der Studie hatten sich insgesamt 46 Städte um den Titel beworben. Davon nahmen 35 an der Befragung teil. Die hohe Rücklaufquote von 76 Prozent lässt darauf schließen, dass das Thema für die Städte von großer Relevanz ist. Unsere Annahme war, dass alle Städte, die Wissenschaft und Forschung als zukunftsweisenden Faktor der Stadtentwicklung erkannt haben, sich zumindest einmal um den Titel bewerben würden und wir uns darum auf die Analyse dieser Städte beschränken könnten. Diese Annahme wird auch durch die in diesem Buch vorgestellten Praxisbeispiele bestätigt; alle Städte haben sich – bis auf Hamm – zumindest einmal um den Titel beworben bzw. ihn auch gewonnen (Bremen, Braunschweig, Jena, Oldenburg).

Im Zentrum der Befragung stand nicht die Analyse der Potenzialfaktoren des Wissenschaftsstandortes (Anzahl der Hochschul- und Forschungseinrichtungen, der Studenten, der Patente etc.), wie sie gemeinhin in den gängigen Rankings erfolgt, sondern die strategische Verankerung des Wissenschaftsthemas aufseiten des Akteurs Stadtverwaltung. Weiter wurde untersucht, ob die Teilnahme am Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ einen positiven Effekt auf die Netzwerkbildung in den Städten hatte und die Standortprofilierung über Wissenschaft unterstützt hat.

In der Befragung wurden primär die folgenden Aspekte untersucht:

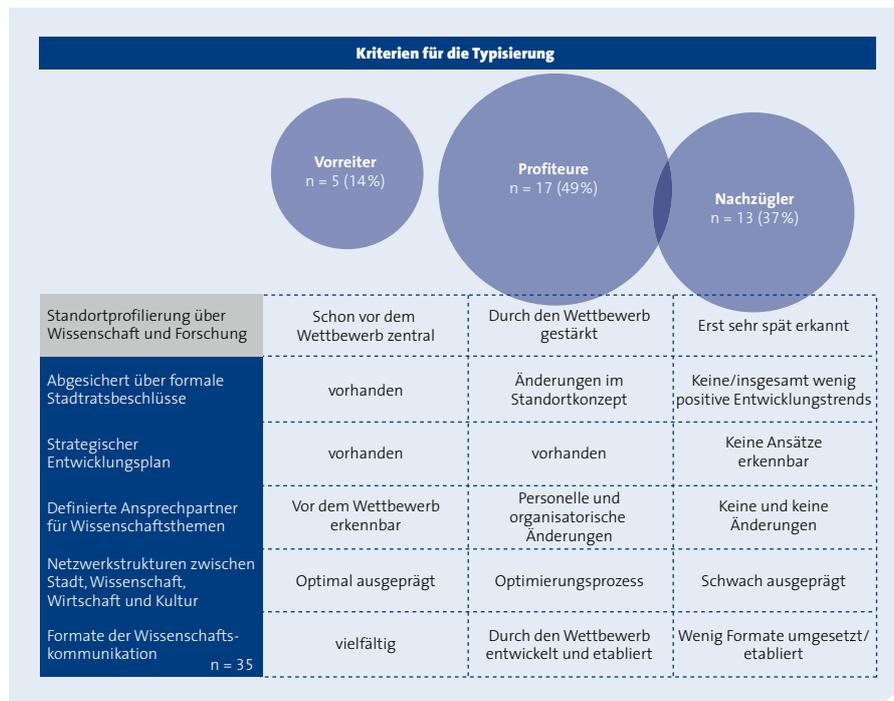
- Verfügt die Stadt über ein Strategiekonzept, in dem sie Wissenschaft und Forschung als wichtigen Faktor der Standortprofilierung festschreibt?
- Wurden dieses Strategiekonzept oder entsprechende Entwicklungspläne, die konkrete Absprachen zwischen den Spitzen von Politik/Verwaltung und den Leitern der Wissenschaftsinstitutionen umfassen, über Stadtratsbeschlüsse politisch abgesichert?
- Gibt es aufseiten der Stadtverwaltung oder in Wirtschaftsförderungs- oder Stadtmarketinggesellschaften feste Ansprechpartner für Wissenschaftsthemen oder sogar Wissenschaftsbüros? Findet also die oben beschriebene Verfestigung von Netzwerkknoten statt?
- Von welcher Qualität sind die Netzwerkbeziehungen zwischen Wissenschaft, Stadt, Wirtschaft und Kultur? Sind diese Netzwerke langfristig etabliert und durch regelmäßige Treffen der relevanten Akteure gekennzeichnet?
- Hatte die Teilnahme am Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ einen positiven Einfluss auf die Netzwerkbildung und auf die Standortprofilierung über Wissenschaft?

## Versuch einer Typisierung der Teilnehmer am Wettbewerb

Verknüpft man die untersuchten Kriterien mit der Hebelwirkung, die die Wettbewerbsteilnahme entfaltet hat, dann lassen sich drei Gruppen von Städten abgrenzen: „Vorreiter“, „Profiteure“ und „Nachzügler“ (siehe Abbildung 2).

Die kleine Gruppe der „Vorreiter“ (n=5) profiliert sich schon seit Jahren über Wissenschaft und hat durch den Wettbewerb keine nennenswerten Impulse erfahren. Die wissenschaftsbasierte Standortstrategie wird durch Stadtratsbeschlüsse abgesichert und mit vielen standortrelevanten Aktivitäten untermauert. Änderungen im Standortkonzept waren bei diesen Städten nicht mehr notwendig, da strategische

Abbildung 2: Teilnehmer-Typisierung



Entwicklungspläne längst existierten. Auch tragfähige Netzwerkstrukturen zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Stadtverwaltung waren unabhängig von der Wettbewerbsteilnahme bereits etabliert, ebenso wie feste Ansprechpartner für wissenschaftliche Belange bei den jeweiligen Stadtverwaltungen. Diese organisieren das Wissenschaftsmarketing, pflegen die Netzwerkbeziehungen und arbeiten an der Entwicklung von Formaten der Wissenschaftskommunikation mit.

Von den fünf Vorreiterstädten sind drei als traditionelle und zwei Städte als relativ junge Hochschulstandorte zu klassifizieren. Es dominieren eher kleinere Städte, drei gehören in die Kategorie bis 200.000 Einwohner.

Die Städte der zweiten Gruppe, die „Profiteure“ (n=17), haben Wissenschaft als Zukunftsmotor erkannt, erfüllten aber noch nicht alle Kriterien der Vorreitergruppe. Wichtigstes Charakteristikum war, dass die Teilnahme am Wettbewerb in dieser Gruppe die größte Hebelwirkung entfaltet hat.

Wissenschaftsthemen hatten auch vor der Teilnahme am Wettbewerb ihren Platz in der strategischen Stadtentwicklung, aber im Zuge der Bewerbung war eine deutliche Schwerpunktbildung erkennbar. Gleiches galt für die Netzwerkstrukturen; auch diese gab es in Ansätzen vorher schon, sie wurden aber im Zuge der Bewerbung ausgeweitet und die Zusammenarbeit intensiviert und es wurden feste Ansprechpartner für Wissenschaftsthemen installiert.

Einige der Netzwerke sind in feste Institutionen überführt worden: Branchenübergreifende Netzwerkstrukturen wie die ForschungRegion Braunschweig, das Netzwerk Dresden – Stadt der Wissenschaften oder der Verein Rostock denkt

365° wie sie im Hauptteil des Buches vorgestellt werden, sind beispielgebend für die nachhaltige Institutionalisierung von Netzwerkstrukturen. Häuser der Wissenschaft wie in Bremen oder Braunschweig fördern ebenfalls den öffentlichen Dialog rund um die Wissenschaft und bieten einen Ort, an dem sich die Akteure weiterhin treffen und Ideen entwickeln. Aber auch informelle Strukturen wie die Jenaer Allianz für Wissen und Wachsen gewährleisten anhaltende Netzwerkarbeit, die eine gemeinschaftliche städtische Positionierung über Wissenschaft und Technologie anstrebt.

Es dominieren in diesem Segment Städte mittlerer Größe: Die Mehrzahl von acht Städten gehört der Kategorie 200.000 bis 500.000 Einwohner an, fünf entstammen der Kategorie 100.000 bis 200.000 Einwohner. Es sind zu fast gleichen Teilen traditionelle oder junge Hochschulstandorte vertreten. Acht dieser Städte haben sich zweimal um den Titel beworben und alle drei Titelgewinner, die an der Befragung teilgenommen haben, rekrutieren sich aus diesem Cluster. Alle Gewinnerstädte gaben an, ihr Standortprofilierungskonzept im Zuge der Bewerbung überarbeitet und neu aufgestellt zu haben.

Bei den Wettbewerbsprofiteuren haben ferner 10 von 17 (59 Prozent) Städten ihre Wirtschaftsförderung oder das Stadtmarketing neu ausgerichtet und konzentrieren sich heute mehr auf das Anwerben von Forschungseinrichtungen, internationalen Wissenschaftlern, Akademikern oder Studenten. 8 der 17 (47 Prozent) Teilnehmerstädte analysieren bereits in Form von Workshops oder Befragungen die Standortpräferenzen dieser Wissensträger und integrieren die Ergebnisse in stadtentwicklungspolitische Maßnahmen.

Die Städte, die als „Nachzügler“ (n=13) charakterisiert wurden, befinden sich noch in der Planungsphase, was die strategische Einbindung der Wissenschaft in die Stadtentwicklung betrifft, was nicht zwangsläufig bedeutet, dass diese Städte nicht über exzellente Hochschulen mit zum Teil jahrhundertealter Tradition verfügen würden. Beobachtet wurde sogar, dass sich einige Städte trotz einer guten Ausgangslage nicht weiter entwickelten. Lax ausgedrückt, scheinen sich manche Städte schlicht auf dem guten Ruf der Vergangenheit auszuruhen und überstrapazieren das beliebte Bonmot: „Wir haben keine Universität, wir sind eine Universität mit Stadt drumherum.“ Das Vorhandensein von Exzellenzuniversitäten oder ein guter Ruf war im Rahmen dieser Analyse für eine Eingruppierung in die beiden ersten Gruppen entsprechend nicht ausreichend, da Untersuchungsgegenstand die Stadt war, nicht deren Hochschulen. Im Zentrum standen nicht die Potenzialfaktoren, sondern die strategische Verankerung einer wissenschaftsbasierten Stadtentwicklung und der Nachweis von Entwicklungsprozessen. Die Teilnahme am Wettbewerb entfaltete in diesen Städten keine nachhaltige Wirkung. Nicht ganz unwesentlich scheint zu sein, dass in diesem dritten Cluster überwiegend die kleineren Städte vertreten sind: Vier haben bis zu 100.000, fünf bis zu 200.000 Einwohner. Hervorzuheben ist ferner, dass acht dieser Städte über eine sehr lange Universitätstradition verfügen.

### **Drittes Zwischenfazit**

Der Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ hat mindestens erreicht, dass wissenschaftsbasierte Stadtentwicklung in zahlreichen Kommunen ein wichtiges Thema geworden ist. Zudem hat er etlichen Kommunen konkrete Veränderungen gebracht, indem mehr, dichtere und neue Netzwerke geschaffen wurden, was aus unserer Sicht – wie zuvor diskutiert – den Kern der Entwicklung zur Wissenschaftsstadt

ausmacht. Die empirische Untersuchung des Wettbewerbs hat uns zudem darauf aufmerksam gemacht, dass Städte unterschiedliche Strategien zur Positionierung nutzen. So entstand die Idee, die Städte selbst zu Wort kommen zu lassen. Die im Hauptteil dieser Publikation vorgestellten Praxisbeispiele sind primär der Gruppe der „Profiteure“ zuzuordnen. Auf Basis der ersten Vorstrukturierung durch das Forschungsprojekt zu „Stadt der Wissenschaft“ baten wir 16 Städte, uns eine Darstellung ihrer „Wissenschaftsstrategien“ zu liefern, um mit diesem und dem zuvor gewonnenen Primärmaterial eindeutige Schwerpunkte in der strategischen Profilierung erkennen zu können.

## Die Entwicklung eines Modells von Strategiemustern

### Überall ist Strategie

Strategie ist ein großes Wort. Eines, das gerne und häufig benutzt wird, nicht selten als Synonym für „wichtig“, „bedeutsam“ oder „groß“. Strategisch zu handeln bedeutet, die Wirkung bestimmter Maßnahmen auf ein zu erreichendes Ziel einzuschätzen (Gray 1996 und 1999). Von Napoleon ist überliefert, wie wenig ihm das Wort zusagte. Er benutzte es ungern, weil es die Dinge übermäßig kompliziert mache.

Das Management und die Politik hingegen scheinen das Wort zu lieben, kaum eine Rede oder Publikation, in der es nicht erwähnt wird. In der Betriebswirtschaftslehre hat sich mit dem „Strategischen Management“ sogar ein ganzer Forschungszweig etabliert. Ob in Harvard, St. Gallen oder anderen Spitzeneinrichtungen betriebswirtschaftlicher Forschung – sehr oft suchen die Autoren nach immerwährenden, strategischen Grundsätzen. Nach standardisierten Erfolgsrezepten, nach Strategien, die unabhängig vom vorliegenden Musterfall funktionieren und zu Erfolg führen.

Die Existenz bestimmter, immerwährender „Standardmuster“ oder grundsätzlich erfolgreicher Strategien halten wir für abwegig. Auch die gleich von uns vorgestellten Strategiemuster sind so nicht zu verstehen. Wir betrachten die Strategien der Städte eher wie der kanadische Managementforscher Henry Mintzberg, der in seiner weltweit beachteten Publikation „Strategy Safari“ (Mintzberg 1999) übersichtlich darstellt, wie unterschiedliche Denker und Praktiker sich mit unterschiedlichen Ideen erfolgreich dem „Strategischen“ im Management nähern. Für ihn ist Strategie wie ein „Unkraut“, das potenziell überall im Garten sprießen kann. Für ihn ist Strategie ein Handwerk, das Leidenschaft und Geschick erfordert und weniger die Fähigkeit, vorformulierte Patentlösungen zu implementieren.

Ähnlich sind wir davon überzeugt, dass sich in den Städten jeweils Strategiemuster entwickelt haben, die von verschiedenen, meist städtischen Akteuren mit Leidenschaft an die Situation vor Ort angepasst wurden.

Diese Grundüberzeugung färbte auf unser methodisches Herangehen ab. Nach der von uns durchgeführten empirischen Analyse sollten die beteiligten Städte selbst zu Wort kommen und ihre Wissenschaftsstrategien beschreiben. Als Anregung und Impuls gab es lediglich eine Reihe von Leitfragen (siehe Abbildung 3 auf Seite 26) unsererseits. Wer gebeten wird, sich selbst und seine Arbeit darzustellen, wird in aller Regel die dominanten Muster seiner Tätigkeit skizzieren und seine bevorzugten Mittel, Maßnahmen und Strategien vorstellen. Insofern

**Abbildung 3: Leitfragen dieser Publikation**

Den Städten übermittelte Leitfragen	
<p><b>Typologie des Standortes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie würden Sie Ihre „Wissenschaftsstadt“ beschreiben?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wer hat eine Beschäftigung mit dem Thema ausgelöst?</li> <li>• Wer hat die Impulse gesetzt?</li> <li>• Welche Netzwerkbildung gibt es bei Ihnen?</li> <li>• Welche sind Ihre strategischen Zielgruppen?</li> </ul> <p><b>Stadt, Verwaltung, Politik</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Besteht ein Konsens zwischen Verwaltung und Politik über den Stellenwert und die Wichtigkeit des Themas „Wissenschaft“?</li> <li>• Wie schaffen Sie Konsens in der Stadt/der Politik?</li> <li>• Wie halten Sie das Thema Wissenschaft am Leben? Wie lässt es sich verstetigen?</li> </ul> <p>Ergänzend wurden Fragen zur Wissenschaftskommunikation gestellt.</p>
<p><b>Ansätze und Strategien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was sind Ihre erfolgreichen Ansätze? Was waren Ihre zündenden Ideen?</li> <li>• Wie würden Sie Ihre Strategie beschreiben? (Wie) ist sie in formaler Hinsicht verankert?</li> </ul>	
<p><b>Erfolge und Misserfolge</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was sind aus Ihrer Sicht die größten Erfolgs- und Misserfolgsrisiken?</li> <li>• Was hat nicht funktioniert? Wo hat man sich (warum) „vergaloppiert“?</li> </ul>	
<p><b>Netzwerke und Treiber</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Instanzen sind in Ihrer Stadt die Treiber der Entwicklung?</li> </ul>	

haben wir die 16 Praxisbeispiele doppelt eingesetzt: als Fallbeispiele für die Leser dieser Publikation und zugleich als Primärmaterial für unsere nächste Analyse zur Entwicklung von Strategiemustern.

### Ist es sinnvoll, individuelle Strategiemuster zu analysieren?

Wenn es sich aber um spezifische Strategiemuster einzelner Städte handelt – ist es dann überhaupt sinnvoll, sie zu untersuchen? Sind sie übertragbar?

Selbst wenn individuelle, der Situation vor Ort geschuldete Strategien möglicherweise nicht vollständig übertragbar sind, so bleiben sie doch als Anregung nützlich. In die Diskussion des strategischen Managements brachte Michael Porter den Begriff „generische Strategien“ ein (Porter 1999), worunter der Harvard-Forscher bestimmte Entscheidungsmuster verstand, die Unternehmen aufgrund einer spezifischen Situation verfolgen.

Unsere Datenlage lässt leider keinen Schluss auf die Frage zu, in welcher Situation eine Stadt zu welchem strategischen Muster greift oder greifen sollte. Das Ziel unserer Publikation fällt bescheidener aus: Wir wollen durch den Vorschlag eines „Fächers“ von Strategiemustern die Diskussion darüber beleben, welche Handlungsmöglichkeiten die Kommunen überhaupt haben, sich als Wissenschaftsstädte zu positionieren. Und wir wollen gemeinsam mit den Partnern aus den 16 Städten Anregungen geben, welche Elemente einzelner Strategien zu kopieren lohnen.

## Beschreibung unseres Modells

### Erster Schritt: Netzwerkbildung

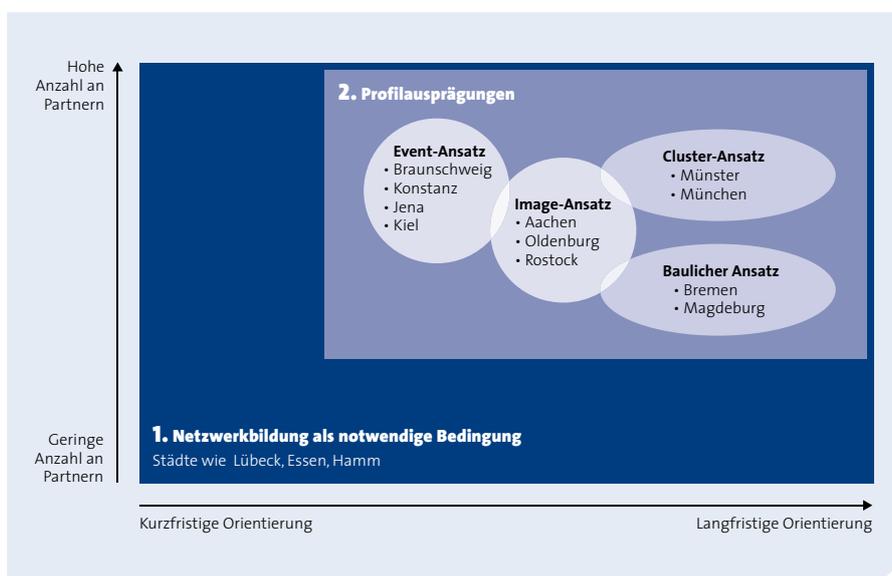
Ein Thema findet sich in praktisch allen Beiträgen dieser Publikation: Netzwerkbildung. Sie wird als Voraussetzung für alle anderen Arbeiten zum Teil eindringlich beschrieben und auch im Rahmen der Evaluation von „Stadt der Wissenschaft“ waren die Netzwerke so allgegenwärtig, dass ihre Erwähnung an die Grenze der Trivialität heranreicht. Netzwerke zu etablieren scheint uns die hinreichende Bedingung zu sein, ohne die es keine darauf aufsetzenden Strategiemuster gibt.

Dieser erste Befund war angesichts der rechtlichen Situation der Kommunen auch zu erwarten. Um in den Kategorien der Policy-Analyse zu sprechen: Kommunen verfügen im Bereich Wissenschaft weder – wie die Länder – über eine regulatorische Kompetenz, noch – angesichts ihrer Kassenlage und des Volumens kommunaler Haushalte – über die Möglichkeit, wie etwa der Bund, finanzielle Anreizpolitik zu betreiben. Ihnen bleibt nur der Versuch, Netzwerke zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung, Medien, Kultur usw. zu knüpfen, um mit vereinten Kräften Projekte umzusetzen.

Aus unserer Sicht verfolgen Städte wie Essen, Hamm und Lübeck derzeit den Ansatz, schlagkräftige Netzwerke zu entwickeln – mit interessanten Ergebnissen. Spektakulär und in den Medien weit beachtet (siehe dazu auch das Interviewgespräch auf Seite 132 f.) war sicherlich die erfolgreiche Auseinandersetzung der Hansestadt Lübeck, die ihre medizinische Universität 2010 vor der Schließung bewahrte. Ein zweites Beispiel derart gelungener Mobilisierung ist uns nicht bekannt. Nicht minder schlagkräftig der Essener Ansatz: Durch geschickt geknüpfte Netzwerke konnte ein Forschungsthema positioniert werden (vgl. Seite 52 ff.).

Die Kehrseite der Medaille: Diese Städte werden entscheiden müssen, wozu sie ihre Netzwerke nutzen wollen. Ein klares Vorgehen muss sich noch herauskristallisieren.

### Abbildung 4: Modellbeschreibung



## Zweiter Schritt: vier Profilausprägungen

Viele der beitragenden Städte nutzen die geschaffenen Netzwerke in einer bestimmten, profilprägenden Richtung. Aus unserer Sicht lassen sich die beobachteten Strategiemuster entlang zweier Dimensionen ausdifferenzieren. Zum einen nach der Anzahl der Netzwerkpartner: Diese drückt aus, wie viele Mitstreiter ein Thema findet – und damit auch potenzielle Ressourcen. Auf der anderen Seite erschwert eine große Anzahl an Partnern die Handhabbarkeit von Projekten. Nicht jeder Strategieansatz benötigt für Erfolge dieselbe Anzahl an Partnern. Der bauliche Ansatz scheint mit eher wenigen (aber dafür angesichts notwendiger Summen umso stärkeren) Partnern auszukommen, während der Event-Ansatz geradezu davon zu leben scheint, viele Projektpartner hinter sich zu versammeln.

Zum zweiten ist aus unserer Sicht profilprägend, mit welcher Dauer die jeweiligen Ansätze wirken. Folgt man der weiter oben erwähnten Vorstellung des Wesens von Strategie, ist dies kein unwichtiger Aspekt. Ein eventbasierter Ansatz wird kurzfristig hohe Aufmerksamkeitswerte erreichen und viele Partner einbinden. Seine Nachhaltigkeit ist indessen begrenzt. Der Cluster-Ansatz erreicht eine mittlere Anzahl von Projektpartnern, wirkt dafür aber dem Anschein nach längerfristig.

Wie lassen sich die Strategiemuster auf der Grundlage der Selbstbeschreibungen charakterisieren?

### Der Event-Ansatz

Events lenken die Aufmerksamkeit der Bürger oder anderer Zielgruppen auf das Thema Wissenschaft und fokussieren sie. Events sind gelebte Wissenschaftskommunikation mit zusätzlichem Unterhaltungs- und Lehrwert für die Eventteilnehmer. Städten wie Kiel gelingt es, mithilfe von Veranstaltungsreihen wie „Sterne über Kiel“ sich über regionale Grenzen hinaus als Wissenschaftsstadt zu präsentieren. Angestoßen und vermutlich beeinflusst durch Vorhaben wie „Stadt der Wissenschaft“ oder den „Wissenschaftsjahren“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zeichnet die dargestellten Wissenschaftsevents in der Regel eine große Anzahl von Projektpartnern aus allen gesellschaftlichen Bereichen aus.

### Der Cluster-Ansatz

Zwei Elemente prägen den gut an den Fällen München und Münster ablesbaren Ansatz: zum Ersten die Konzentration auf bestimmte Kernthemen, in Münster etwa „Nano-Bio“. Eine solche Fokussierung ist mitnichten eine einfache Aufgabe. Gerade im politischen Bereich (und die Politik beeinflusst das Handeln von Städten deutlich stärker als den Wissenschaftsbereich) ist sie häufig beinahe unmöglich. Auch muss darauf geachtet werden, dass bei den Hochschulen nicht die Sorge aufkommt, von den Städten ein Profil aufgezwungen zu bekommen. Es muss deshalb klar erkennbar sein, dass es sich nicht um ein Hochschul-, sondern um ein Standortprofil handelt. Zum Zweiten ist der Transfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft weit vorangeschritten und hat u. a. dazu geführt, Technologieparks mit thematischer Fokussierung zu schaffen. In dieser Hinsicht setzen sich Parks wie das Nanobioanalytik-Zentrum in Münster von den mittlerweile in vielen Städten beheimateten Gründerzentren oder Technologieparks ohne thematische Schwerpunktsetzung ab. Insgesamt scheint uns der Cluster-Ansatz ein Strategiemuster mit langfristiger Wirksamkeit bei Einbindung relativ vieler Partner.

### Der Image-Ansatz

Oldenburg ist ein gutes Beispiel für diesen Ansatz: Beflügelt durch den Erfolg beim Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ hat Oldenburg sein städtisches Corporate Design umgestellt und unter Mitarbeit externer Agenturen seine „Marke“ neu definiert. In den Mittelpunkt rückte die Positionierung als Übermorgenstadt, die lokale Chiffre für Wissenschaftsstadt. Stadtmarketing-Kampagnen sollen den Anspruch Wissenschaftsstadt zu sein nach außen und innen untermauern und festigen.

### Der bauliche Ansatz

Dieser Ansatz ist bei Städten wie Bremen/Bremerhaven mit wissenschaftlich inspirierten Urban Entertainment Centern wie dem Universum oder der Botanika oder Magdeburg mit dem sogenannten Wissenschaftshafen besonders ausgeprägt. Ziel dieses Ansatzes ist es, Orte zu schaffen, an denen Wissenschaft für die Menschen greifbar und verständlich wird. Durch die Erfahrungen der Besucher wird Glaubwürdigkeit als Wissenschaftsstadt aufgebaut. Die geschaffenen Bauten lassen sich zum Teil auch touristisch vermarkten und prägen ein relativ neues Segment im Tourismusmarketing: Wissenschaftstourismus. Zudem kann der bauliche Ansatz aus unserer Sicht auch eine stadtplanerische Komponente beinhalten – indem die oben beschriebenen urbanen Quartiere geschaffen werden, die für die *creative class* so hochgradig attraktiv sind. Zumindest in den Selbstdarstellungen geht jedoch keine unserer 16 Städte auf dieses Strategiemuster ein.

Der dargestellte „Strategiefächer“ macht dominante Muster im Vorgehen der Städte deutlich, ist aber dreierlei nicht:

- Er ist erstens keine abschließende Sammlung, sondern unsere interpretierende Zusammenfassung der von den beteiligten 16 Städten dargestellten Strategiemuster.
- Seine vier Strategiemuster sind zweitens nicht gegenseitig ausschließend: Keine Stadt verfolgt nur einen Ansatz ausschließlich. In der Regel dominieren Mischformen, hybride Strategien. Dennoch werden dem Leser bei der Lektüre der Stadtporträts unterschiedliche Schwerpunkte auffallen. Ein schönes Beispiel ist Braunschweig, das mit dem Haus der Wissenschaft zwar auch einen Ort geschaffen hat (= baulicher Ansatz), dessen Nutzung aber wieder stark – und stärker als im Beispiel Bremen – auf die Schaffung einer Eventplattform (= Event-Ansatz) verweist.
- Der vorgestellte „Fächer“ ist drittens keine Bewertung des Erfolges. Hierfür fehlt eine empirische Grundlage – die nur mithilfe einer umfangreichen Datenanalyse zu schaffen wäre. Dies muss weiterer Forschung überlassen bleiben.

Die Einschätzung, welches Strategiemuster zu welcher Stadt passt, hat das Redaktionsteam vorgenommen.

### Fazit

In den entwickelten Demokratien des Westens strukturiert sich die wirtschaftliche Basis seit geraumer Zeit um – hin zur sogenannten Wissenschaftsgesellschaft. Städte flankieren diese Entwicklung in zunehmendem Maße, indem sie Netzwerke schaffen oder unterstützen, die die Übertragung des informellen Wissens (*tacit knowledge*) erleichtern. Auch trachten sie danach, die Bildung urbaner Milieus zu begünstigen, die für die *creative class* attraktiv sind. Netzwerke zu schaffen und zu stabilisieren, scheint die zwingende Voraussetzung eines Engagements der ansonsten mit fehlender Regulierungskompetenz ausgestatteten Kommunen zu sein. Als „notwendige Bedingung“ wird diese Netzwerkbildung hier beschrieben. Auf ihr

bauen aus unserer Sicht vier mögliche Profilausprägungen – oder Strategiemuster – auf, die sich als Event-Ansatz, Image-Ansatz, Cluster-Ansatz und baulicher Ansatz beschreiben lassen. Die empirische Untersuchung des Wettbewerbs „Stadt der Wissenschaft“ legt die Vermutung nahe, dass dieser wesentlich zur Netzwerkbildung in den Städten beigetragen hat. Im folgenden Hauptteil unserer Publikation werden die teilnehmenden Städte vorstellen, wie facettenreich die individuelle Ausprägung dieser Netzwerkbildung und der vier Strategiemuster ausfallen kann.

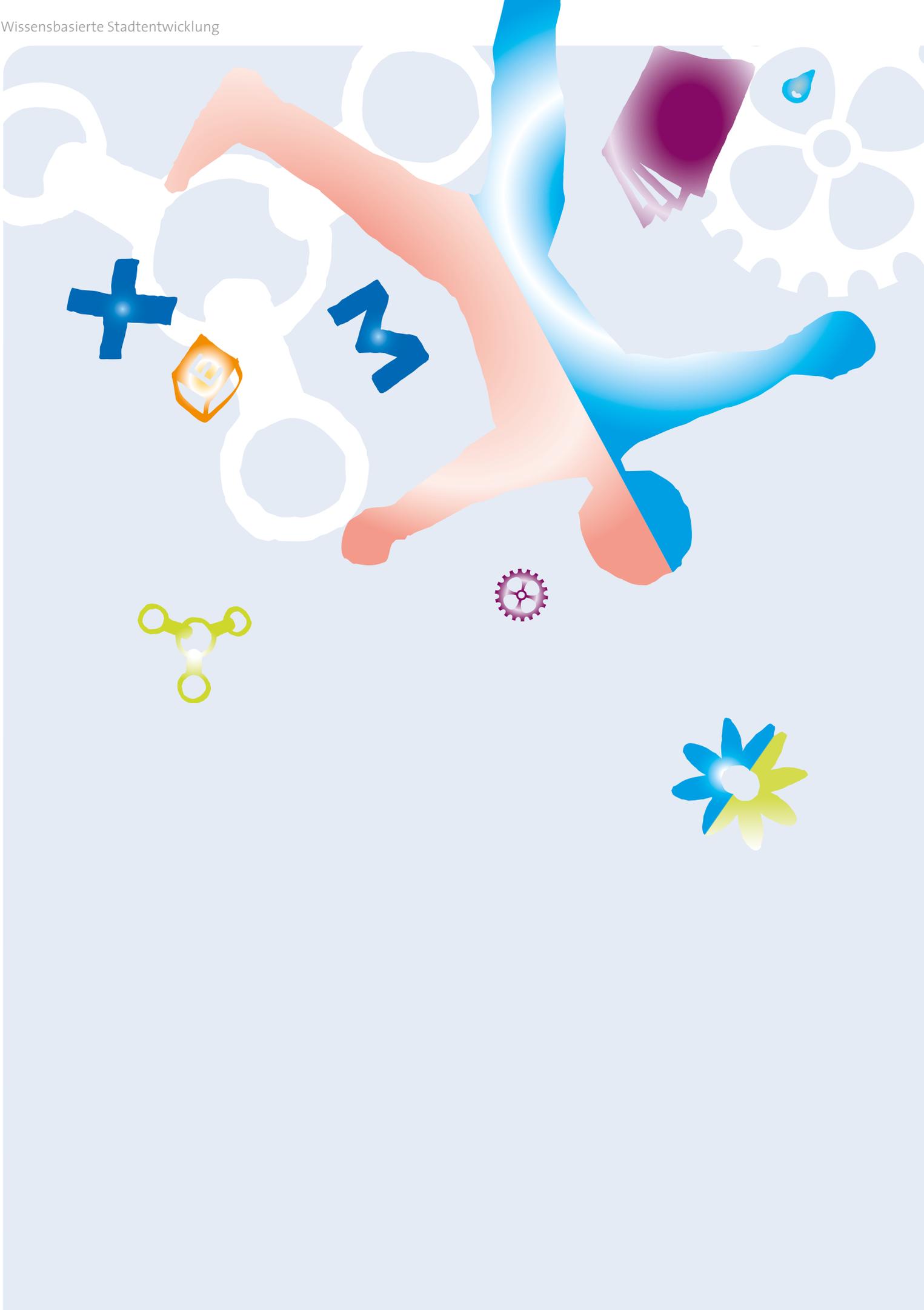
### **Ausblick**

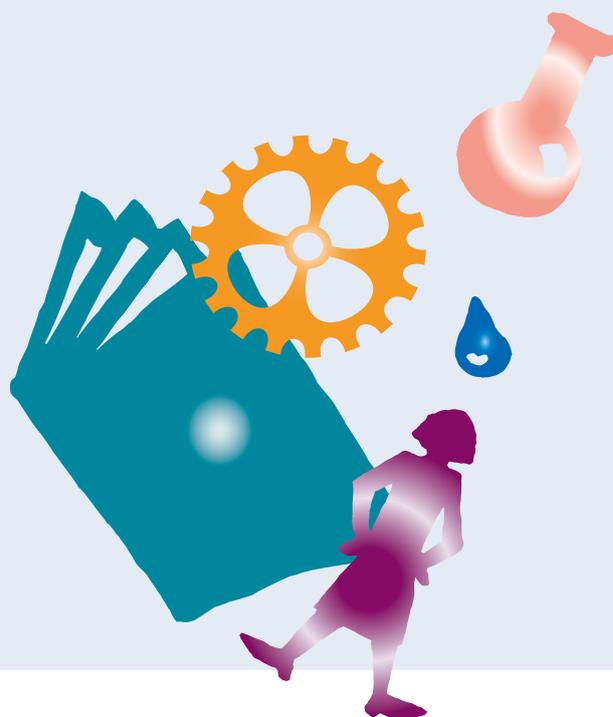
Wie unsere 16 Beispielstädte konkret vorgehen, um einen Status als Wissenschaftsstadt zu erarbeiten, auszubauen oder zu pflegen, lässt sich aus den folgenden Praxisbeispielen, dem Herzstück unserer Publikation, entnehmen. Wir möchten dafür an dieser Stelle noch einmal allen Autorinnen und Autoren danken.

Um den Leserinnen und Lesern bei der Suche nach interessanten Fallbeispielen behilflich zu sein, haben wir zudem in der folgenden Tabelle interessante Stichworte zusammengestellt, die neugierig machen könnten, den jeweiligen Ansatz der Städte genauer zu betrachten.

## Städte und ihre Ansätze

Stadt	Strategieansatz	Besonders interessante Aspekte
<b>Aachen</b>	Image-Ansatz	Aachen beschreibt die Neuausrichtung des Stadtmarketings auf das Thema Wissenschaft und stellt Aktionen in der Studierendenwerbung vor (AachenEmotion).
<b>Braunschweig</b>	Event-Ansatz	Braunschweig betont die Fähigkeit von Events, Teambuilding-Prozesse zu fördern. Interessant: Nutzung des Hauses der Wissenschaft als Eventplattform.
<b>Bremen</b>	Baulicher Ansatz	Bremen zeigt, dass Wissenschaftsorte mit ikonografischer Architektur die Wahrnehmung als Wissenschaftsstadt prägen können. Interessant zu beobachten ist ferner, wie Strukturwandel als Entwicklungstreiber fungieren kann.
<b>Essen</b>	Netzwerkbildung	Das Zugpferd der Wissenschaft ist die Universität Duisburg-Essen. Auf die Herausforderung, die Stadt mit einer Hochschule zu profilieren, die in zwei Städten zu Hause ist, antwortet Essen mit intensivster Netzwerkarbeit.
<b>Hamm</b>	Netzwerkbildung	In Hamm sind die Hochschulen Treiber des Strukturwandels. Hier zeigt sich, wie interkommunale Zusammenarbeit sowie die intensive Einbeziehung von Wirtschaft und Stadtgesellschaft in der Gründung einer neuen Hochschule münden können.
<b>Jena</b>	Event-Ansatz	Jena kennzeichnet die sehr starke Verschmelzung der Themen Wissenschaft und Kultur aus. Der Artikel enthält interessante Eventideen.
<b>Karlsruhe</b>	Image-Ansatz	Mit dem Masterplan Studentenstadt wird die Wissenschaft in der Öffentlichkeit erlebbar bzw. wahrnehmbar und erhält in der Kommunalpolitik einen hohen Stellenwert.
<b>Kiel</b>	Event-Ansatz	Am Beispiel „Sterne über Kiel“ wird deutlich, wie nichtwissenschaftliche Veranstaltungen für Wissenschaftskommunikation genutzt werden können. Zudem gut dargestellt: Einbindung von Partnern (u.a. Medienunterstützung).
<b>Konstanz</b>	Event-Ansatz	Die Stadt am See zeichnet vieles aus, besonders interessant ist vielleicht die „grenzenlose Wissenschaft“ in Form der Zusammenarbeit über Landesgrenzen hinweg mit dem Schweizer Kanton Thurgau.
<b>Lübeck</b>	Netzwerkbildung	Lübeck gelang es 2010, die Schließung der Hochschule abzuwehren. Die Kampagne und die zugehörige Netzwerkbildung sind interessant.
<b>Magdeburg</b>	Baulicher Ansatz	Beim Magdeburger Beispiel wird die Notwendigkeit des Bewusstseinswandels in der Bevölkerung schön deutlich. Wie im Bremer Fall wird der Strukturwandel zum Entwicklungstreiber.
<b>Mainz</b>	Netzwerkbildung	Wissenschaft, Wirtschaft und Stadt haben sich zur Mainzer Wissenschaftsallianz zusammengeschlossen, welche das Ziel verfolgt, die Wissenschaftsstadt national und international stärker zu positionieren und zu profilieren. Dabei wird auch die Stadtgesellschaft mitgenommen in die Zukunft der Stadt.
<b>München</b>	Cluster-Ansatz	München hat eine Studie zur Lebenssituation von Akademikern in der Stadt durchgeführt. Die Stadt setzt auf Vernetzung auf Ebene der Metropoloregion.
<b>Münster</b>	Cluster-Ansatz	Besonders interessant: Es gelingt der Stadt, eine thematische Fokussierung vorzunehmen. Der Wissenschaftstransfer in die Wirtschaft ist weit fortgeschritten. Zudem interessant: thematische Technologieparks.
<b>Oldenburg</b>	Image-Ansatz	Oldenburg zeigt, wie ein Projekt wie „Stadt der Wissenschaft“ einen Markenbildungsprozess mit Inhalten speisen kann. Am Ende steht Wissenschaft als Kernelement im Zentrum des Marketings. Zudem interessant: kreative Beteiligungsprozesse.
<b>Rostock</b>	Image-Ansatz	Rostock gelingt es, durch ausgefallene Projekte wie die „Wissensbojen“ Schwierigkeiten in der Wahrnehmung des Themas Wissenschaft durch die eigene Bevölkerung zu überwinden.





# Die Praxis

- |                       |                     |
|-----------------------|---------------------|
| <b>1</b> Aachen       | <b>9</b> Konstanz   |
| <b>2</b> Braunschweig | <b>10</b> Lübeck    |
| <b>3</b> Bremen       | <b>11</b> Magdeburg |
| <b>4</b> Essen        | <b>12</b> Mainz     |
| <b>5</b> Hamm         | <b>13</b> München   |
| <b>6</b> Jena         | <b>14</b> Münster   |
| <b>7</b> Karlsruhe    | <b>15</b> Oldenburg |
| <b>8</b> Kiel         | <b>16</b> Rostock   |

## 1

*Elke Ariëns, Dana Duikers, Toni Wimmer*

# Wissenschaftsstadt internationaler Ausprägung

Aachen

Den erfolgreichen regionalen Strukturwandel verdankt die ehemals von Textilproduktion und Bergbau geprägte Wirtschaftsregion Aachen insbesondere den Hochschulen; deren „Rohstoffe“ Wissen und Kreativität sind Grundlage für die Innovationskraft, die den Wirtschaftsstandort heute auszeichnet. Der Technologietransfer aus den Hochschulen in die Wirtschaft, die Ansiedlung internationaler Forschungseinrichtungen und eine Vielzahl von Unternehmensneugründungen von Absolventen der Hochschulen zeigen, dass die Hochschulen für Stadt und Region gerade in Hinblick auf die wirtschaftlichen Entwicklungen wichtige Partner sind. Durch die Förderung der RWTH Aachen im Rahmen der Exzellenzinitiative und die Spitzenplätze, die RWTH Aachen und FH Aachen regelmäßig in den Drittmittelrankings einnehmen, erhöht sich zudem die internationale Sichtbarkeit der Stadt.

## Kooperation auf allen Ebenen

Die Zusammenarbeit zwischen Stadt und Hochschulen ist eine Beziehung zum gegenseitigen Nutzen und auch in gegenseitiger Abhängigkeit: Denn nur beides – die Attraktivität einer lebens- und liebenswerten Stadt wie Aachen einerseits und die Attraktivität der Hochschulen andererseits – zieht Wissenschaftler und Studierende an. Vor diesem Hintergrund haben Stadt und RWTH Aachen eine ebenso effiziente wie bundesweit einmalige Kooperation etabliert, die 1996 mit einem „Elf-Punkte-Programm“ vertraglich festgeschrieben und 2004 aktualisiert wurde. Vernetzung, Know-how-Transfer und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit durch den Standortfaktor Wissenschaft standen hier Mitte der 90er-Jahre auf der Agenda. Dieser Schulterschluss wurde inzwischen auf alle Hochschulen am Standort ausgedehnt.

Seit mittlerweile zehn Jahren ist im Fachbereich Wirtschaftsförderung/Europäische Angelegenheiten der Stadt Aachen die Ganztagsstelle einer Hochschulbeauftragten und damit die zentrale Kontakt- und Koordinierungsstelle für die Aachener Hochschulen eingerichtet. Ihrem Engagement und dem der unmittelbaren Ansprechpartner in den vier Hochschulen ist eine Fülle von konkreten Aktivitäten zu verdanken: von der Hilfe für einzelne Studierende über die Einrichtung einer gesonderten Anlaufstelle für Hochschulangehörige im Ausländeramt bis zur Betreuung der Absolventen. Aufseiten der RWTH Aachen trägt vor allem das Bürgerforum RWTHextern maßgeblich zur Kooperation Stadt/Hochschulen bei.

Die Kooperation von Stadt und Hochschulen hat sich in den letzten 10 bis 15 Jahren intensiviert und wurde immer wieder den aktuellen Gegebenheiten angepasst. Inzwischen haben sich unterschiedlichste Maßnahmen mit folgenden Zielen bewährt:

- Gemeinsame Werbung um Studierende
- Stärkung der Kernkompetenzen durch enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaft

- Gemeinsame Erarbeitung städtebaulicher Lösungen
- Veranstaltungen von Stadt und Hochschule zur Profilierung Aachens als Wissenschaftsstadt sowohl nach innen (für die Aachener Bürger) als auch nach außen (zum Beispiel Präsentation bei der EXPO 2000 oder der EuRegionale 2008)

Durch diese enge und zugleich auf eine breite Basis gestellte Kooperation konnte die Wettbewerbsfähigkeit von Stadt und Hochschulen nachhaltig gestärkt werden: Seit 1996 steigt die Zahl der Neueinschreibungen ebenso kontinuierlich an wie Ansiedlungen technologieorientierter Unternehmen – die Profilierung Aachens als Wissenschaftsstadt schreitet voran.

Durch die Zusammenarbeit wird zudem das kreative Potenzial der Studierendenschaft stärker im Interesse der Stadt genutzt. Die bunte alternative Kulturszene Aachens hat ihre Existenz nicht zuletzt den vielen Initiativen aus dem studentischen Milieu zu verdanken. Auch die mehr als 5.000 ausländischen Studierenden allein an der RWTH Aachen sind Teil der „Öcher“-Kultur: Toleranz und kulturelle Vielfalt sind nicht nur Voraussetzung für international ausgerichtete Wissenschaftseinrichtungen, sondern gehören zum Selbstverständnis der Europa- und Karlspreis-Stadt Aachen.

## Wissenschaftsvermittlung auf neuen Wegen

„Wissenschaft zum Anfassen“: Diesem Leitmotiv folgend tragen Stadt und Hochschulen Themen aus den Laboren und Werkhallen, aus den Bibliotheken und Büros der Wissenschaftseinrichtungen hinaus in die Aachener Öffentlichkeit. Aktuelle gesellschafts-, aber auch lokalpolitisch brennende Fragen werden hier behandelt. Im Zentrum stehen hier neben der reinen Informationsvermittlung wissenschaftlicher Themen

- der öffentliche Austausch mit der Wissenschaft über aktuelle Fragestellungen,
- die Erprobung neuer Veranstaltungsformate,
- die Verknüpfung von Wissenschaft mit Kunst/Kultur und anderen Bereichen des täglichen Lebens sowie
- die Kooperation mit (über-)regionalen Partnern zur Ansprache zusätzlicher Zielgruppen.

So konnten nicht nur völlig neue Zugänge zum Publikum, sondern auch neue, unterhaltsame und dialogorientierte Formen der Präsentation von Hochschulthemen entwickelt werden. Durch die Einbeziehung unterschiedlichster Kooperationspartner konnte im Laufe der Jahre ein großes und solides Netzwerk von Akteuren wachsen. Der Erfolg bestätigt dieses Konzept: Inzwischen sind zahlreiche Angebote wie etwa Uni im Rathaus oder das KulturLabor fest etabliert und die Besucherfrequenz steigt

## Stadt-Info

### Name der Stadt:

Aachen

### Zahl der Einwohner:

250.000

### Zahl der Studierenden:

40.000

### Anzahl der Hochschulen:

4

### Namen und Gründungsdaten

#### der beiden wichtigsten Hochschulen:

- RWTH Aachen (1870)
- FH Aachen (1971)

### Namen der wichtigsten außeruniversitären

#### Forschungseinrichtungen:

- Forschungszentrum Jülich
- Fraunhofer-Institute für:
  - Produktionstechnologie
  - Lasertechnologie
  - Molekularbiologie und Angewandte Biologie
- Ford Forschungszentrum
- VKA Motorenentwicklung

### Website mit zentralen Informationen:

- [www.aachen.de/wissenschaft](http://www.aachen.de/wissenschaft)
- [www.aachen-emotion.com](http://www.aachen-emotion.com)

### Budget:

1 Vollzeitstelle zzgl. diverse dezentrale Einrichtungen in unterschiedlichen Anteilen (Marketing, Kulturbetrieb etc.)

### Ansprechpartner in der Kommune:

Abteilung 02/2: Wissenschaft und Europa

beständig an. Die Vermittlung von Wissenschaft hat in der Aachener Öffentlichkeit einen hohen Stellenwert erhalten und wird künftig auch räumlich im Centre Charlemagne einen festen Platz einnehmen. Neben den Bürgerinnen und Bürgern von Stadt und StädteRegion sowie des benachbarten Auslandes und den Studierenden der Aachener Hochschulen sind hier ebenfalls die Beschäftigten der Wissenschaftseinrichtungen, Lehrerinnen und Lehrer sowie sonstige Multiplikatoren in Weiterbildung und Medien zu nennen. Die Kooperation Stadt/Hochschulen hat vor diesem Hintergrund eine wichtige Orientierungsfunktion.

Viele der Aktivitäten wurden inzwischen vom Stiferverband für die Deutsche Wissenschaft und dem europäischen Verband für Hochschulkommunikation (EUPRIO) für ihre Originalität und ihren nachhaltigen Erfolg ausgezeichnet.

## Die Neuausrichtung des Stadtmarketings

Seit ihrer Einrichtung 2002 hatte die Stabsstelle AachenMarketing (zwei Personalstellen und ein Jahresetat von 80.000 Euro) neben der Vermarktung von Veranstaltungen mit überregionaler Relevanz auch die Profilierung Aachens als Wissenschaftsstadt zur Aufgabe. Anlässlich der Verleihung des Exzellenzstatus an die RWTH Aachen und der Planung des RWTH Aachen Campus verlagerte das Marketingbüro 2007 seinen Schwerpunkt darauf, die Wissenschaftsstadt Aachen im Wettbewerb der Forschungsstandorte zu positionieren.

Dass die Botschaft bei der Bevölkerung ankam, belegte 2008 eine repräsentative Befragung der Bürger, die die Wissenschaftsstadt als bedeutendsten Imagefaktor Aachens nannten. Doch wie vermittelt man in- wie ausländischen Fachkräften und Studierenden in der Phase ihrer Wohnortwahl, dass man in Aachen nicht nur exzellent arbeiten, sondern auch wunderbar leben kann? Die Kernbotschaft des Konzeptes, das AachenMarketing 2008 entwickelte: „Aachen ist ein innovativer Hightechstandort mit europäischer Vergangenheit und internationaler Zukunft – eine Stadt zum Leben, Lieben, Arbeiten, Wachsen und Bleiben“ richtet sich an internationale Professionals und Studierende, kommuniziert über eine zweisprachige Website, eine ebenfalls zweisprachige Minibroschüre und einen viersprachigen Kurzfilm. Unterstützend weist ein Leuchtbanner am Hauptbahnhof Reisende auf die „RWTH Aachen University – Stadt der Wissenschaft“ hin. Zur Umsetzung des Konzeptes wurden die Personalstellen des Marketingbüros auf vier und der Etat auf 150.000 Euro beinahe verdoppelt.

2009 startete die Erstsemesterkampagne iOeher. Mit Internetauftritt, Gewinnspiel und Infoständen erhalten die Neu-Aachener gebündelt die wichtigsten Informationen. Beim Erstsemesterempfang der Stadt werden die Studierenden im Rathaus begrüßt. Unterstützend bietet der aachen tourist service mit der Stippvisite Campus ein Extrapaket für Elternbesuche an.

2010 erfolgte die Freischaltung der Website [www.aachen-emotion.com](http://www.aachen-emotion.com), die mit kurzweiligen Texten, vertiefenden Links und zahlreichen Audio-/Videofiles ebenso einen Eindruck vom Leben, Forschen und Lernen in Aachen vermittelt wie der neue Kurzfilm, der großen Unternehmen zur Personalakquise zur Verfügung gestellt wird, und die Broschüre, die das International Office der RWTH an ausländische Studierende/Gastwissenschaftler versendet. Damit sich auch die neuen Professoren in Aachen schnell heimisch fühlen, wird ihnen eine Aachen-Box als Willkommens-



Website [www.aachen-emotion.com](http://www.aachen-emotion.com)

geschenk überreicht. Das enthaltene Visitenkartenetui erleichtert sinnbildlich das Knüpfen neuer Kontakte.

Dank zahlreicher Kooperationen mit Hochschulen, Kammern, AGIT, Studentenwerk, ASten, aachen tourist service und StädteRegion konnte das Marketingkonzept in den vergangenen drei Jahren auch internationale Studierende und Professionals erfolgreich erreichen. 2011 bis 2015 wartet mit dem Bau des RWTH Aachen Campus (s. u.) eine neue Herausforderung auf das Aachener Stadtmarketing: Bis zu 10.000 neue Arbeitskräfte werden dann wissen wollen, ob sie hier nicht nur exzellent forschen und lehren, sondern auch gut wohnen und leben können.

## Aachen als Wissenschafts- und Technologiestandort in der Euregio und Europa: ELAT

Die Internationalität von geografischer Lage, Geschichte und Selbstverständnis Aachens wird von den Bürgern und den Verantwortlichen aus Stadt und Hochschulen nicht nur als Privileg, sondern auch Verpflichtung verstanden und schlägt sich in unterschiedlichsten Kooperationen in den Bereichen Wissenschaft, Technologie und Innovation nieder.

So war die Stadt Aachen beispielsweise Mitinitiatorin eines Netzwerkes der Wissenschafts- und Hochschulstädte Eindhoven (NL), Leuven (B) und Aachen (D), dessen vorrangiges Ziel es ist, die Partnerstädte und die Euregio Maas-Rhein als Top-technologieregion voranzubringen.

Im Rahmen von ELAT – Eindhoven Leuven Aachen Technology Triangle kooperieren seit 2005 die drei Städte gemeinsam mit lokalen und regionalen Akteuren aus Wissenschaft und Wirtschaft. Ziel ist neben der Profilierung der Region als einer der führenden europäischen Technologiestandorte die Verbesserung der operatio-

nellen Zusammenarbeit von Akteuren aus Wissenschaft und Wirtschaft, die Förderung grenzüberschreitender Technologiecluster und Existenzgründungen sowie die Verbesserung des Wissenstransfers von den Universitäten in die Wirtschaft. Diese Kooperation steht stellvertretend für eine Vielzahl von Projekten und Initiativen, die die Profilierung Aachens als Wissenschaftsstadt und als Europastadt voranbringen.

### Perspektiven oder: Der RWTH Aachen Campus wirft seine Schatten voraus



Planskizze des RWTH Aachen Campus.

Die beschriebenen Aktivitäten haben die Profilierung Aachens als Wissenschaftsstadt weit vorgebracht. Für die kommenden Jahre ist es jedoch vor allem ein Projekt, das die Wahrnehmung der Stadt Aachen als Wissenschaftsstadt – das kann man heute schon prognostizieren – in bisher nicht gekannter Weise prägen wird: In enger Zusammenarbeit mit Industrie und Stadt wird die RWTH Aachen mit dem RWTH Aachen Campus auf einem Gesamtareal von etwa 2,5 Quadratkilometern im Hochschulerweiterungsgebiet Seffent/Melaten sowie dem Areal um den Westbahnhof einen der größten technologieorientierten Campusbereiche Europas und damit eines der national und international bedeutendsten Wissens- und Forschungszentren schaffen.

In bis zu 19 Clustern wird an den relevanten Zukunftsthemen der Industrie – Produktionstechnik, Energietechnik, Mobilität, IT, Medizintechnik, Werkstofftechnik – gemeinsam gearbeitet und geforscht. Mittelfristig werden bis zu 10.000 neue Arbeitsplätze geschaffen, es werden neue Formen des Austausches zwischen Industrie und Hochschule entwickelt und eine aktive Beteiligung der Unternehmen an Forschung, Entwicklung und Lehre ermöglicht.

### Lessons learned

Es mag wie eine Binsenweisheit klingen: Das A und O erfolgreicher Kooperationen sind die kollegiale Zusammenarbeit und das Engagement der Akteure sowie deren Fähigkeit, das eigene Tun kontinuierlich kritisch zu hinterfragen. Darüber hinaus haben die Partner in Aachen mit folgenden Ansätzen positive Erfahrungen gemacht:

- Kreativität und Kontinuität der Akteure
- Institutionalisierung einer Task Force zur Organisation und zum Ausbau der Kooperation Stadt/Hochschulen
- Einbeziehung von internen und externen Experten in Sachen Wissenschaftsvermittlung
- Begutachtung (auch vor Ort) und Bewertung von Best-Practice-Beispielen
- Ständige Information politischer Gremien und gesellschaftlicher Gruppierungen
- Konkretisierung des Gegenstandes: „Wissenschaft zum Anfassen“ im städtischen Umfeld



Kristallisationspunkt der Wissenschaft: die RWTH Aachen.

## Wissenschaft als wesentlicher Treiber

*Günter Carpus, Vorstand der Carpus+Partner AG, lobt die Öffnung der RWTH in Aachen für die Wirtschaft*

Die Hochschule ist für uns ein wichtiger Partner. Mit der RWTH Aachen und ihren Instituten haben wir einen intensiven Austausch. Schon seit Jahren nehmen wir an Weiterbildungsveranstaltungen der Hochschule teil und engagieren uns umgekehrt mit Mitarbeitern aus unserem Büro in der Lehre, etwa am Werkzeugmaschinenlabor. Dazu kommen über die Jahre einige Forschungsprojekte. Mit dem Forschungsinstitut für Rationalisierung arbeiten wir gemeinsam mit weiteren Industriepartnern an einem lang laufenden Forschungsprojekt namens Dienstleistungen im Baubetrieb (DIB). Dabei geht es um die Verbesserung der Logistik bei Baumaßnahmen.

Mit anderen Instituten besteht ein reger Austausch in verschiedenen Bereichen. Das reicht von der Baustoffforschung mit dem Institut für Textiltechnik bis zur Analyse von Vertrauensmanagement in Kooperationen in Zusammenarbeit mit dem Institut für Arbeitswissenschaften und dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt e. V. Schon seit vielen Jahren haben wir uns für den neuen Campus RWTH hier in Aachen engagiert und eine intensive Unterstützungsarbeit geleistet. Mitte 2011 werden wir selbst unser neues Bürohaus auf dem Campus der

RWTH Aachen im Cluster Life-Science beziehen, um noch näher an die Universität und die Institute heranzurücken.

### *Der Firmensitz als Musterhaus*

Die Mission von Carpus+Partner lautet „Gebäude, die Wissen vermehren“. Unser neuer Firmensitz ist sozusagen ein Musterhaus dafür. Wir planen und bauen für die Wissensgesellschaft, deren wichtigste Ressource das Wissen ist. Aber neues Wissen gibt es nur, wenn man sich austauscht und nicht mehr in der kleinen Denkerzelle sitzt. Darum engagieren wir uns so für die neue Wissensmaschine der Zukunft, den RWTH Aachen Campus.

Mit dem Campusgedanken in Aachen hat sich die Hochschule in besonderer Weise für die Wirtschaft geöffnet. Bereits seit einiger Zeit ist Aachen der Standort mit einer der größten Drittmitteleinwerbungen in ganz Deutschland. Damit gab es schon immer eine recht gute Verzahnung zwischen Wirtschaft und Wissenschaft. Mit dem Campus allerdings ist dieser Grundsatz der Öffnung in eine neue Dimension eingetreten. Hier ist es möglich, sich in verschiedenen themenorientierten Clustern intensiv zu vernetzen. Die Stadt Aachen fördert dieses Projekt nach Kräften. Die Stadt hat erkannt,

dass die Hochschule insbesondere mit dem Campus ein wesentlicher Treiber für eine städtische Entwicklung ist.

### *Wirtschaftsfördernder Einfluss*

Die Stadt ist über eine Tochterfirma der gemeinnützigen Wohnungsbaugesellschaft in eines der ersten Campusprojekte eingebunden und übernimmt dort durchaus Entwicklungsrisiken. Ebenso ist sie an der Campusgesellschaft beteiligt und übt dort direkten wirtschaftsfördernden Einfluss aus. Das Zusammenwirken der verschiedenen Institutionen innerhalb der Stadt und der Hochschule ist sicherlich komplex und aus meiner Wahrnehmung beseelt von dem Gedanken, das sehr wichtige Campusprojekt auf allen Ebenen zu unterstützen.

Die RWTH Aachen ist der größte Arbeitgeber in der Stadt, die Institute sind stark mit der Wirtschaft verzahnt, die Studenten prägen das Leben in Aachen – all dies trägt von jeher dazu bei, dass man die führende Position der Hochschule erkennt. Durch die Zukunftsentwicklung des Campus wird sich dieser Trend weiter verstärken. Aachen ist ganz klar die Wissenschaftsstadt der Zukunft.

## 2

Silvia Waller

# Die Lonenstadt: eine Forschungsregion mit Teamgeist

Braunschweig

Braunschweig kann sich getrost als Löwe unter den Forschungsregionen bezeichnen – nicht nur weil Braunschweig laut Eurostat mit den meisten Ausgaben für Forschung und Entwicklung die Topinnovationsregion in ganz Europa ist und in den zahlreichen hier konzentrierten Forschungseinrichtungen, Hochschulen und forschenden Unternehmen Spitzenforschung betrieben wird. Die besondere (Lonen-)Stärke der Region ist der Teamgeist der Akteure, mit einer über formale Strukturen hinausgehenden lebendigen Vernetzung zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Stadt.

## Wissenschaft als zentraler Profilierungsfaktor

Spätestens Mitte der 90er-Jahre wurde in Braunschweig das Wissenschaftspotenzial in der Region als wichtiger Profilierungsfaktor für den Standort erkannt. Anlass hierzu gab eine Marketingstudie, die von der TU Braunschweig zu ihrem Jubiläum in Auftrag gegeben wurde. Um das vorhandene Potenzial für die Vermarktung des Wissenschaftsstandorts zu nutzen, hat die Stadt Braunschweig 1999 den mit damals noch 100.000 Mark dotierten internationalen Braunschweig Preis ins Leben gerufen – die höchstdotierte Auszeichnung für anwendungsorientierte Forschung einer deutschen Stadt. Zur Unterstützung der strategischen Profilierung haben die Stadt und die TU Braunschweig gemeinsam einen begleitenden internationalen Zukunftskongress ausgerichtet. Im Zuge der Vorbereitungen haben die Leiter der Forschungseinrichtungen in der Region die Arbeitsgruppe ForschungRegion Braunschweig gegründet.



Bei der Auftaktveranstaltung zur „Stadt der Wissenschaft 2007“ wird der Staffelfstab von der Vorgangerstadt Dresden an Braunschweig übergeben.

## Teambuilding

Aus diesem Zusammenschluss entstand 2004 der gleichnamige Verein – ForschungRegion Braunschweig e.V. Kurze Zeit später kam auch die Stadt als Vereinsmitglied hinzu und die Mitgliedsstruktur öffnete sich für Partner aus der Wirtschaft. Neben Wissensbundelung und -transfer standen auch gemeinsame Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit im Fokus des Netzwerks. Das neue Team trat zunächst im Wettbewerb des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft um den Titel „Stadt der Wissenschaft 2005“ an. Nachdem das Vorhaben nur knapp scheiterte, trat Braunschweig zwei Jahre später noch einmal an – diesmal erfolgreich: Das Konzept Ideenküche Braunschweig brachte Stadt und Region den Titel „Stadt der Wissenschaft 2007“ ein. Und nicht nur das, die Idee hinter der Bewerbung wurde von den Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft, Stadt und Kultur gelebt. Sie standen hinter dem Vorhaben und haben die gemeinsamen Zielsetzungen zu ihrer eigenen Sache gemacht.

## „Stadt der Wissenschaft 2007“ Begegnungen in der Ideenküche Braunschweig

Kern des Konzepts war es, Menschen aus verschiedenen Bereichen und Disziplinen sowie mit unterschiedlichen Hintergründen nach dem Prinzip des „kontrollierten Zufalls“ zusammenzubringen. Um den informellen Austausch zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Stadt und Öffentlichkeit anzufachen, wurden neue Begegnungsformen ausprobiert. Die Veranstaltungsreihe Blind Date hat zum Beispiel bunt gemischte Gruppen von Unternehmern, Wissenschaftlern, Schülern oder Bürgerinnen und Bürgern an einen bis zuletzt geheimen Ort gebracht und mit einem Überraschungsthema aus der Wissenschaft konfrontiert. Die anschließenden informellen Gespräche waren den Teilnehmern zufolge durch die interessante Mischung des Personenkreises sehr aufschlussreich.

Das Team aus Vertretern der Wissenschaftseinrichtungen, Hochschulen und der Stadt bildeten die Basis des Netzwerks. Bei der Bewerbung um den Titel „Stadt der Wissenschaft“ wurden weitere Partner aus Wirtschaft, Kultur und öffentlichem Leben schon in früher Phase an der Entwicklung des Konzepts beteiligt. Viele Akteure hatten die Chance, sich einzubringen und ihre Bedarfe zu äußern. Für das Thema Austausch und Vernetzung standen die Türen bei allen Partnern weit offen, da sie ein eigenes Interesse, zum Beispiel an der Verbesserung von Wissenstransfer, hatten. Darüber hinaus war das Potenzial von Wissenschaft für die Region erkannt worden und die Beteiligten waren sich darüber einig, dass Wissenschaft für Braunschweig ein zentraler Standortfaktor ist.

Die Stadt und die Braunschweig Stadtmarketing GmbH, eine städtische Tochtergesellschaft, haben innerhalb des Prozesses eine Vermittlerrolle eingenommen. Hintergrund hierfür war die Überzeugung, dass die Stadt den Prozess optimal unterstützen kann, indem sie ein wissenschaftsfreundliches Klima schafft und Plattformen für (neue) persönliche Kontakte herstellt. Als Koordinatorin des Projekts „Stadt der Wissenschaft 2007“ hat die Stadtmarketing GmbH die Vernetzung aktiv vorangetrieben und blieb auch danach eine zentrale Kontaktstelle für die regionalen Forschungseinrichtungen und forschungsnahen Partner. Seitens der Politik wurde das Projekt begrüßt und unterstützt.

### Das Team feiert weitere Erfolge

Die gemeinsamen Erfolge als „Stadt der Wissenschaft 2007“ haben sowohl das Vertrauen als auch die Gesprächs- und Kooperationsbasis zwischen den Akteuren gestärkt. Man kennt sich untereinander und kann vieles auf kurzem Wege klären. Vor diesem Hintergrund ist u. a. auch das gemeinsame Projekt Science Shopping

### Stadt-Info

**Name der Stadt:**

Braunschweig

**Zahl der Einwohner:**

247.400

**Zahl der Studierenden:**

15.000

**Anzahl der Hochschulen:**

- 2 Hochschulen
- 1 Universität

**Namen und Gründungsdaten**

**der beiden wichtigsten Hochschulen:**

- Technische Universität Carolo-Wilhelmina (1745)
- Hochschule für Bildende Künste Braunschweig (1963)

**Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:**

- Deutsche Sammlung von Mikroorganismen und Zellkulturen
- Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR)
- Fraunhofer-Institut für Holzforschung
- Fraunhofer-Institut für Schicht- und Oberflächentechnik (IST)
- Georg-Eckert-Institut für internationale Schulbuchforschung
- Helmholtz-Zentrum für Infektionsforschung (HZI)
- Bundesforschungsinstitut für Ländliche Räume, Wald und Fischerei
- Bundesforschungsinstitut für Kulturpflanzen
- Physikalisch-Technische Bundesanstalt (PTB)

**Website mit zentralen Informationen:**

- [www.braunschweig.de/wissenschaft](http://www.braunschweig.de/wissenschaft)
- [www.hausderwissenschaft.org](http://www.hausderwissenschaft.org)

**Budget:**

200.000 Euro p.a. (u. a. Haus der Wissenschaft; Braunschweiger Forschungspreis)

**Ansprechpartner in der Kommune:**

Dezernat für Kultur und Wissenschaft, Ausschuss für Kultur und Wissenschaft, Braunschweig Stadtmarketing GmbH

entstanden. Die Besucher der Braunschweiger Innenstadt wurden im März 2010 für eine Nacht zu Forschern. Auf Basis der nächtlichen Einkaufsveranstaltung Moonlightshopping der Braunschweig Stadtmarketing GmbH haben die Forschungseinrichtungen der Region gemeinsam mit zahlreichen Kaufleuten zwischen den Produkten und ihrem wissenschaftlichen Hintergrund einen direkten Bezug hergestellt. Mit Experimenten und Ausstellungen in den Geschäften erreichte die Forschungsregion im Herzen der Innenstadt neue Zielgruppen und rückte einmal mehr ins Zentrum der öffentlichen Wahrnehmung.

### **Beste Teampraxis: Haus der Wissenschaft Braunschweig**

Die Partner aus Stadt, Wissenschaft und Wirtschaft hatten die Notwendigkeit erkannt, den Netzwerkgedanken und die Sichtbarkeit von Wissenschaft in der Öffentlichkeit nachhaltig in der Stadt zu verankern. Die Idee, ein Haus der Wissenschaft zu bauen, gab es bereits bei der Bewerbung zur „Stadt der Wissenschaft 2005“. Schon in der damaligen Bewerbungsschrift war das Haus als fester Bestandteil vorgesehen und sollte in der Braunschweiger Innenstadt realisiert werden. Nach dem knappen Scheitern 2005 wurde die Idee eines Hauses der Wissenschaft erneut in das Konzept zur Bewerbung 2007 aufgenommen. Mit dem Gewinn des Titels „Stadt der Wissenschaft 2007“ wurde das Projekt Haus der Wissenschaft weiter vorangetrieben. Nach intensiver Suche nach einem geeigneten Standort entschieden sich die Technische Universität, die Stadt und das Land gemeinsam dafür, das Gebäude der ehemaligen Pädagogischen Hochschule zu nutzen und umzubauen. Noch vor Beginn des Wissenschaftsjahres 2007 konnte so ein zentrumsnaher Standort mit Bezug zu Forschung und Wissenschaft gefunden werden.

Im Oktober 2007 wurde zum Betrieb des Hauses die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH gegründet. Mit der Stadt Braunschweig (über die Braunschweig Stadtmarketing GmbH), der Technischen Universität Braunschweig (über die Itubs GmbH), dem Arbeitgeberverband Region Braunschweig e.V., der ForschungRegion Braunschweig e.V. und der Union Kaufmännischer Verein von 1818 e.V. haben sich die Partner der „Stadt der Wissenschaft“ auch für dieses Projekt engagiert.

Das Haus der Wissenschaft hat sich seitdem zu einem festen und besonders lebendigen Teil der Braunschweiger Wissenschafts- und Kulturlandschaft entwickelt und setzt die Idee der „Stadt der Wissenschaft 2007“ erfolgreich fort. Hier werden nicht nur der Dialog und die Vernetzung zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft weiter gestärkt, auch der Nachwuchs soll angesprochen werden. Grundlage des Austauschs im Haus der Wissenschaft ist ein Klima der Innovation und Toleranz, des Gründergeistes und der Kooperation. Beim Einsatz von Kommunikationstechniken, die persönliche Interaktion forcieren, steht der echte Dialog zwischen Menschen im Vordergrund.

Interessierte können hier Wissenschaft neu erleben und sind aktiv in die Diskussion um aktuelle, oft auch gesellschaftlich relevante Forschungsthemen eingebunden. Als Experimentier- und Lernort trägt es mit ungewöhnlichen Formaten, spannenden Veranstaltungen und Ausstellungen für Menschen jeden Alters zur Akzeptanz von Wissenschaftsthemen in der Bevölkerung bei.

Mit Veranstaltungen wie dem Ferienprogramm KIWI – Forschertage für neugierige Schülerinnen und Schüler möchte das Haus der Wissenschaft Kinder und Ju-



Fesselnd bis in die Nacht: Braunschweiger „Nachtcafé für Aufgeweckte“.

gendliche für Wissenschaft und Forschung begeistern. In Experimenten zur Milch können die Teilnehmenden beispielsweise deren Bestandteile herausfinden oder in Führungen im Städtischen Klinikum erleben, was bei einer Blutspende passiert oder wie Knochenbrüche richtig behandelt werden.

Bereits erfolgreich etabliert hat sich der sogenannte Science Slam im Haus der Wissenschaft, eine Braunschweiger Erfindung. Regelmäßig verfolgen mehr als 300 Neugierige die Kurzvorträge der Teilnehmenden. Maximal zehn Minuten stehen jedem Referenten zur Verfügung, um sein aktuelles Forschungsthema in einem populärwissenschaftlichen Vortrag vorzustellen und im Wettstreit die Herzen der Zuschauer zu gewinnen. Das Publikum bestimmt als Jury den Slam Champion. Kriterium ist nicht die beste Forschung, sondern der beste Vortrag. Mit dem Science Slam gelang es sogar, eine nationale Bewegung in Gang zu setzen. Mittlerweile gibt es das Format, nach Braunschweiger Vorbild, in mehreren deutschen Städten. Für die bundesweiten Gewinner veranstaltete das Haus der Wissenschaft im Juni 2010 den ersten Deutschlandslam.

Im Rahmen des Science Club bietet das Haus der Wissenschaft eine Plattform für persönliche Gespräche mit ausgewählten Mitgliedern und Teilnehmern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft. Ganz im Sinne der Ideenküche Braunschweig werden hier nach dem Motto des „kontrollierten Zufalls“ Menschen in lockerer Atmosphäre zusammengebracht. Die Erfahrung zeigt, dass aus diesen „unkontrollierten“ Begegnungen oft Synergien und Ideen für neue Initiativen oder Entwicklungen entstehen. Außerdem versteht sich der Science Club als Unterstützer ausgewählter Nachwuchsprojekte des Hauses der Wissenschaft.

## Gemeinsame Wissenschaftskommunikation

Für die Kommunikation des Wissenschaftsstandortes hat sich aus dem Verein ForschungRegion Braunschweig e.V. heraus eine aktive Verbindung zwischen den Pressesprechern der regionalen Forschungseinrichtungen und Hochschulen sowie der Braunschweig Stadtmarketing GmbH gebildet. Auf den städtischen Internetseiten betreibt die Braunschweig Stadtmarketing GmbH mit inhaltlicher Unterstützung der ForschungRegion das Wissenschaftsportal [www.braunschweig.de/wissenschaft](http://www.braunschweig.de/wissenschaft). Darüber hinaus wurde gemeinsam die Standortbroschüre „Von Gauß bis Galileo“, die den Forschungsstandort Braunschweig und seine Netzwerkstrukturen in Magazinformart darstellt, aufgelegt. Bestandteil der PR-Arbeit zur „Stadt der Wissenschaft 2007“ waren neben überregionalen Plakatkampagnen und der bei allen Partnern weit verbreiteten Verwendung der Marke Ideenküche Braunschweig auch Pressereisen. Hierzu wurde für geladene Journalisten ein zwei- bis dreitägiges individualisiertes Programm zum Wissenschaftsstandort zusammengestellt. Diese Form der Journalistenansprache und -betreuung hat die Braunschweig Stadtmarketing GmbH auch nach dem Wissenschaftsjahr weiter angeboten. Ein weiterer Erfolgsfaktor für die regionale Wissenschaftskommunikation ist die aktive Rolle der Medien. Besonders hervorzuheben ist dabei die „Braunschweiger Zeitung“ mit eigener Campusseite und umfangreicher Berichterstattung zu Forschungs- und Wissenschaftsthemen aus der Region.

## Erfahrungen für die Zukunft

Das Selbstverständnis der Stadt und der Region als Wissenschaftsstandort hat sich in den letzten Jahren zunehmend gefestigt. Das Wissenschaftsjahr „Stadt der Wissenschaft 2007“ und das Haus der Wissenschaft haben einen großen Beitrag zur Identifikation der Bevölkerung aber auch der Stadt und Politik mit ihrer vielfältigen und hochkarätigen Wissenschaft und Forschung geleistet. Allen Beteiligten ist der Kerngedanke inne, durch gemeinsame Projekte und effektive Vernetzungen Potenziale besser ausschöpfen zu können. Neben gemeinsamen Veranstaltungen schlägt sich dies vor allem in kooperativen Großprojekten nieder. Am Niedersächsischen Forschungszentrum Fahrzeugtechnik (NFF) schaffen Wissenschaft und Wirtschaft gemeinsam ideale Rahmenbedingungen für die fahrzeugtechnische Spitzenforschung, um in koordinierten Forschungsvorhaben zusammenzuarbeiten, Großgeräte gemeinsam zu nutzen und Studierende fachübergreifend in der Fahrzeugtechnik und Verkehrsforschung auszubilden. Auch im Bereich der Lebenswissenschaften soll mit BRICS, Braunschweig Integrated Centre of Systems Biology, ein weiteres interdisziplinäres Forschungszentrum entstehen. Ein weiteres Beispiel ist der Campus Forschungsflughafen, an dem künftig die Technische Universität Braunschweig, das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt und weitere Partner Seite an Seite an innovativen Entwicklungen in Luft- und Raumfahrt forschen. Die Stadt engagiert sich projektbezogen bei Strukturmaßnahmen wie dem Haus der Wissenschaft, dem NFF, BRICS oder dem Forschungsflughafen durch finanzielle Unterstützung oder zum Beispiel durch Überlassung von Liegenschaften.

Wissenschaft trifft Kunst: Erstaufführung des Helikopter-Streichquartetts von Karlheinz Stockhausen.



## Braunschweig kann aus dem Vollen schöpfen

Henning Noske, Redakteur der „Braunschweiger Zeitung“, lobt die Überwindung „emotionaler Barrieren“ durch die Wissenschaft

Normalerweise ist es für einen Wissenschaftsjournalisten ein Privileg, in einer Region wie Braunschweig zu arbeiten, die nicht nur drei Hochschulen und zwei forschende Weltkonzerne (VW, Siemens) beheimatet, sondern zudem auch mehr als 20 führende nationale und internationale Forschungsinstitutionen. Er kann also aus dem Vollen schöpfen. Bologna-Prozess oder Rettung des Diplom-Ingenieurs? Da findet sich ein maßgeblicher Gesprächspartner in der TU Braunschweig. Kreative Prozesse, die Dimensionen sprengen? Fragen wir die Kunsthochschule HBK. Atome zählen, Krebs besiegen, neue Flugzeuge und Raumgleiter – schönste Themen aus der Physikalisch-Technischen Bundesanstalt, dem Helmholtz-Zentrum für Infektionsforschung oder dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt.

Man könnte meckern – so viel Technik und Naturwissenschaften. Denkste: Zum ForschungsRegion e.V., in dem alle zusammengeschlossen sind, gehören auch geisteswissenschaftliche Schwergewichte wie die Wolfenbütteler Bibliothek, die schon Leibniz und Lessing leiteten, oder das internationale Schulbuchforschungsinstitut, das Frieden zwischen den Nationen und Kulturen erforscht.

Aber dies ist kein Jubelartikel, keine Bewerbung, für die andere zuständig sind, sondern eine journalistische Bestandsaufnahme. Und da muss man es bei aller Distanz zunächst als Privileg begreifen, wenn Statistiker eine Zahl von 20.000 Forschern allein in der Region Braunschweig mit ihren 1,2 Millionen Einwohnern ausgemacht haben. Ein paar weniger würden schon reichen: Für die Beantwortung der wichtigsten täglichen Fragen aus allen Bereichen finden sich immer kompetente Gesprächspartner. Manchmal versammelt die „Braunschweiger Zeitung“ auch 51 davon auf dem Burgplatz – und lässt sie über Stunden die „Wichtigsten Fragen der Menschheit“ beantworten. Ein solches Füllhorn an Themen, wenn man es nutzen kann und möchte, ist keine schlechte Sache.

### Emotionale Barrieren überwinden

Seit Jahren bohren wir mit Schulen oder Unternehmen, die um Nachwuchs bangen, in der Frage herum, wie die zahllosen Themen noch besser nutzbar gemacht werden können. Wie wirklich das Neue in die Gesellschaft kommt, wie es erklärt und übersetzt werden kann, wie die Kinder und Jugendlichen mitgenommen werden können und buchstäblich begreifen

– und wie auch Erwachsene von ihrer Forschungsregion profitieren können. Und was ist? Eine Initiative nach der anderen wird gestartet, eine Vortragsreihe jagt die nächste, eine hochkarätige Diskussion die andere. Schülerlabore, außerschulische Lernorte werden gegründet, Wissenschaftler scharen im Ehrenamt Kindergartenkinder und Grundschüler um sich. Alle machen mit. Man gönnte sich ein Haus der Wissenschaft, in dem täglich spannende Veranstaltungen stattfinden.

Wo ist das Problem? Gibt es überhaupt eins? Vermutlich ist es so, dass man auf ansprechendem Niveau immer anspruchsvoller wird. Also, man sieht erstmal, was wirklich möglich ist. Woanders sieht man das vielleicht gar nicht so klar – und ist mit Einzelaktionen zufrieden. Deshalb darf man fordern, dass in Stadt und Region Braunschweig der Zusammenschluss der Forschungsinstitutionen eine angemessene Antwort auf kommunaler Ebene braucht. Tatsächlich gehen Wissenschaft und Forschung voran, kooperieren und überwinden emotionale Barrieren, die sich aus jahrhundertealten Grenzen des Braunschweiger Landes ergeben haben mögen. Heute sind sie definitiv nicht mehr zeitgemäß.

## 3

*Jens Joost-Krüger*

# Das doppelte Wunder von der Weser

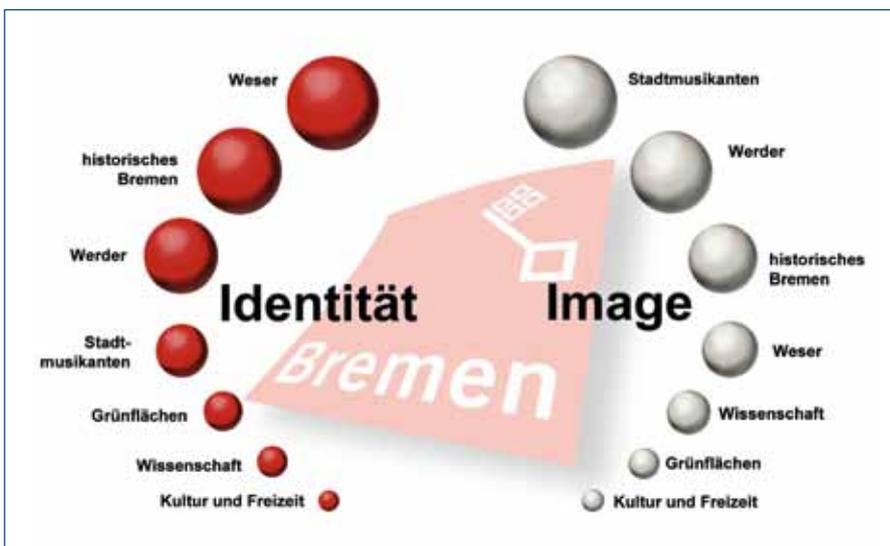
Bremen und Bremerhaven

Als im Jahr 2006 „Die Zeit“ „Das Wunder von der Weser“ entdeckte und damit den Wissenschaftsstandort Bremen auf die große Medienbühne hob, war das ein viel beachteter Auslöser republikweiter Überraschung. Die Hansestadt mit ihren Städten Bremen und Bremerhaven hatte ein Jahr zuvor die Premiere des Wettbewerbs des Stifterverbandes der Deutschen Wissenschaft um den Titel „Stadt der Wissenschaft“ gewonnen und spielte 2006 auf Anhieb eine Rolle bei der Exzellenzinitiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung. Diese beiden Ereignisse trugen dem Wissenschaftsstandort bis dahin nicht gekannten öffentlichen Respekt ein. Die bundesweite und die bremische Öffentlichkeit waren gleichermaßen verblüfft.

Glücklicherweise hat sich gezeigt, dass die Aufmerksamkeit nicht nur ein Schlaglicht war. Eine bundesweit repräsentative Untersuchung zu Image und Identität Bremens und Bremerhavens vom September 2008 zeigt, dass das Selbst- und das Fremdbild zwar deutlich von Werder Bremen, den Stadtmusikanten, der Weser und dem Hafen geprägt sind, die Städte aber eben auch zunehmend als Wissenschaftsstandorte wahrgenommen werden. Wissenschaft kommt den Befragten demnach deutlich stärker in den Sinn als ein überall auf der Welt gerne getrunkenes bekanntes Bremer Bier. Somit steht „Das Wunder von der Weser“ nicht mehr nur für sensationelle Fußballspiele im Weserstadion, sondern auch für den nicht minder sensationellen, erfolgreichen Wandel der alten Hansestadt zu einer modernen Stadt der Wissenschaft.

Hinter diesem Aufstieg der Wissenschaften steht vor allem ein erfolgreich vollzogener und belastbarer Strukturwandel, der auf einem sich immer noch weiter entwickelnden leistungsfähigen Wissenschaftsbetrieb in zwei Universitäten, fünf Hochschulen und einer großen Zahl renommierter außeruniversitärer Institute beruht. Die wissenschaftlichen Institutionen besitzen in vielen Teilbereichen internationale Reputation, Exzellenz und Wettbewerbsfähigkeit. Das ist unabdingbare Voraussetzung, aber allein nicht ausreichend für den Aufstieg der Wissenschaften zur wichtigsten Triebkraft der Modernisierung der beiden Städte an der Weser.

Von ebenso großer Bedeutung ist, dass die Wissenschaften im nichtakademischen Leben angekommen und wahrnehmbar sind und deshalb Identität und Image beeinflussen können. Hochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen betreiben natürlich in eigener Sache Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. Der wissenschaftliche Diskurs wird gepflegt, Exzellenz angestrebt und behauptet, jede Hochschule wirbt um Studierende, sucht aktiv akademisches und administratives Personal sowie zunehmend Drittmittel und kommuniziert dazu auf unterschiedlichen Ebenen eigenständig und erfolgreich.



Anspruch und Wirklichkeit: Identität und Image.

Altehrwürdige und etablierte Universitätsstädte werden möglicherweise primär und ausschließlich als Universitätsstädte wahrgenommen. Städte wie Bremen und Bremerhaven mussten ihr eigenes Profil erst entdecken und sich als Wissenschaftsstandorte neu erfinden und ausstatten.

## Entdeckungen – Wissenschaft für alle

Früh konnten in Bremen und Bremerhaven Science Centres etabliert werden. Die erfolgreichsten Aushängeschilder sind das Universum Bremen sowie das Deutsche Auswandererhaus Bremerhaven und das Klimahaus Bremerhaven 8° Ost. Der populäre Einblick in wissenschaftliche Fragestellungen und Erkenntnisse wurde ermöglicht durch die gelungene Zusammenarbeit von öffentlicher Hand, den Wissenschaften und privaten Betreibern. Längst sind die Häuser zentrale Bausteine des Stadtmarketings und touristischer Strategien. Das Universum Bremen zählte seit der Eröffnung vor zehn Jahren 4,2 Millionen Besucher, von denen 80 Prozent von außerhalb Bremens kamen. Das Klimahaus Bremerhaven 8° Ost empfing 800.000 Gäste im ersten Betriebsjahr, das benachbarte Deutsche Auswandererhaus wurde 2007 „European Museum of the Year“. Seit der Eröffnung 2005 folgte bisher mehr als eine Million Menschen den Spuren von Auswanderung und Migration.

Entscheidend für den Erfolg der Häuser sind die Qualität der Ausstellungen, die standortbezogene Authentizität und wissenschaftlich abgesicherte und dennoch erlebnisorientierte Präsentationen der Ausstellungsthemen. Hinzu kommt, dass die Architektur der Ausstellungshäuser, insbesondere die walförmige, glänzende Aluminiumhülle des Universums Bremen zu den Erkennungszeichen eines modernen

## Stadt-Info

**Name der Stadt:**

Bremen, Bremerhaven

**Zahl der Einwohner:**

- Bremen 540.000
- Bremerhaven 114.000

**Zahl der Studierenden:**

31.000

**Anzahl der Hochschulen:**

- 2 Universitäten (1 privat)
- 5 Hochschulen (1 privat)

**Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:**

- Universität Bremen (1971)
- Hochschule Bremerhaven (1975)

**Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:**

- Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung (AWI)
- Max-Planck-Institut für marine Mikrobiologie
- Fraunhofer-Institut für Fertigungstechnik und Angewandte Materialforschung
- Fraunhofer-MEVIS-Institut für Bildgestützte Medizin
- Fraunhofer-Institut für Windenergie und Energiesystemtechnik

**Website mit zentralen Informationen:**

[www.bremen.de](http://www.bremen.de)

**Budget:**

kein zentrales Budget, projektabhängige Finanzierung

**Ansprechpartner in der Kommune:**

WFB Wirtschaftsförderung Bremen, Geschäftsbereich Standortmarketing

Erlebnis- und Lernangeboten wurden. Stadtmarketing und die touristischen Organisationen finden darin wirksame Symbole der modernen wissenschaftsaffinen Stadt, die als Gegenstück zu den etablierten hanseatisch-historischen Stadtansichten wie das Weltkulturerbe Rathaus und Roland geradezu ikonografisch verstanden werden.

Seit 2006 vermarktet die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Geschäftsbereich Standortmarketing (bis 2009 Bremen Marketing Gesellschaft), die bremischen Science Centres unter dem Sublabel „Wissenswelten“. Neben den genannten Häusern zählen zu den Wissenswelten das Überseemuseum und das grüne Science Centre Botanika in Bremen sowie der Zoo am Meer und das Deutsche Schifffahrtsmuseum in Bremerhaven, die ebenfalls jeweils mehr als 100.000 Besucher jährlich zählen.

Die WFB bewirbt die Wissenswelten mit Roadshows und in Anzeigenkampagnen als ein einzigartig umfangreiches Angebot der weitgehend voraussetzungslosen Kontaktaufnahme zu wissenschaftlichen Themen für eine extrem weit gefächerte, oft junge Zielgruppe und präsentiert Bremen und Bremerhaven als offene Wissenschaftsstädte.

Es soll an dieser Stelle nicht verschwiegen werden, dass der Versuch, Wissenschaft und Technologie populär zu vermarkten, auch scheitern kann. Der Space Park in Bremen sollte ursprünglich Bremen als tradierten Ort der Luft- und Raumfahrt in

**Das Wunder an der Weser**

**Was andere deutsche Universitäten von Bremen lernen können.**

Genießen Sie **DIE ZEIT**

Uni auf Achse: das Bremer Profmobil.

einem Science Centre präsentieren. Dieser Versuch misslang, vielleicht auch deshalb, weil betriebswirtschaftliche Überlegungen bei der Produktgestaltung mehr Gewicht hatten als wissenschaftliche und künstlerische und der Space Park dichter an vermeintlichen Zielgruppenerwartungen geplant wurde, als es für die Neugier und das Interesse der potenziellen Besucher angemessen gewesen wäre.

## Wissenschaft macht Kultur

Die institutionalisierten und ganzjährigen Zugänge zu den Wissenswelten werden alljährlich durch temporäre Veranstaltungsreihen ergänzt.

Das Jahr 2005, als Bremen und Bremerhaven den Titel „Stadt der Wissenschaft“ trugen, setzte in Anzahl, regionaler und überregionaler Sichtbarkeit und Breite der Veranstaltungen, Ausstellungen, Tagen der offenen Labore, der Langen Wissenschaftsnächte, der Schülerlabore und der Kinderuniversitäten Zeichen. Seitdem sind interdisziplinäre Kooperationen der Hochschulen und der außeruniversitären Forschungseinrichtungen mit Unternehmen oder Kulturakteuren in der Stadt eingeübt. Alljährlich kommt es anlässlich der vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und Wissenschaft im Dialog ausgerufenen Wissenschaftsthemen zu Neuaufgaben der erfolgreichen Zusammenarbeit. Am „Jahr der Mathematik“, dem „Jahr der Geisteswissenschaften“, dem „Jahr der Forschungsexpedition Deutschland“ und dem letztjährigen „Jahr der Energie“ beteiligten sich Bremen und Bremerhaven mit umfangreichen Programmen.

Darüber hinaus sind die Wissenschaften und Technologieunternehmen bei publikumsstarken Veranstaltungen mit eigenen Formaten präsent. Seit Jahren nimmt das Viertelfest, Bremens größtes Stadtfest mit mehr als 100.000 Besuchern, das Thema des „Jahres der Wissenschaft“ auf und bringt Wissenschaft in Kooperation mit Kulturschaffenden auf die Bühne. Das kann mal ein Versuch sein, die Schwarmintelligenz eines Stadtfestpublikums zu testen und mal ist es eine Fensterlesung mit Wissenschaftlern und Schauspielern, die statt Rockmusikern das Festpublikum unterhalten.

Zum Bürgerfest anlässlich des Tages der deutschen Einheit, der am 3. Oktober 2010 turnusmäßig in Bremen in einem ehemaligen Hafengebiet gefeiert wurde, drehte sich die Landespräsentation im Kern um Bremens und Bremerhavens Qualitäten als Wissenschaftsstandort. An der Weser machten Forschungsschiffe fest und in Pagodenzelten präsentierten sich u. a. die meeresforschenden Institute, das DFKI Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz und das Fraunhofer-Institut für Fertigungstechnik und Angewandte Materialforschung IFAM. Auf der Fassade eines 90 Meter hohen Hochhauses erschienen als nächtliche Großprojektion Bilder aus der Wissenschaft, die ein Professor der Hochschule für Künste mit seinen Studierenden zu einem überdimensionalen Schaustück komponiert hatte.

Die Präsentation Bremens zur EXPO 2010 in Shanghai drehte sich ebenfalls um anwendungsorientierte wissenschaftliche Kompetenzen Bremens und Bremerhavens. Unter dem Titel „Sharing a Vision“ präsentierte Bremen sich in der Urban Best Practice Area zusammen mit Oldenburg, dem städtischen Partner in der Metropolregion Bremen/Oldenburg im Nordwesten.

## Schaufenster der Wissenschaft in der alten Stadt

Bremens und Bremerhavens Jahr als „Stadt der Wissenschaft 2005“ mündete in die Gründung und Etablierung des auf Dauer angelegten Hauses der Wissenschaft mitten in der Bremer Altstadt in Sichtweite des Rathauses und in unmittelbarer Nachbarschaft zum Bremer Dom. Hier institutionalisierte sich die 2005 wirkungsvoll eingeübte Kooperation, indem das Land, die Hochschulen und die Bremen Marketing GmbH eine gemeinsame Trägerschaft für das Haus der Wissenschaft übernahmen. Seitdem ist das Haus ein Schaufenster der Wissenschaften in Bremen und Bremerhaven. Zwar bietet auch das Haus der Wissenschaft sehr erfolgreich populäre Wissenschaftsveranstaltungen wie Ausstellungen zu wechselnden Themen oder die beliebte samstägliche Veranstaltungsreihe „Wissen um 11 Uhr“ an, doch im Unterschied zu den Science Centres agiert das Haus auf einer elaborierten Ebene der Wissenschaftskommunikation als Treffpunkt von Wissenschaft und Wissenschaft, von Wissenschaft und Politik, Wissenschaft und Wirtschaft oder Wissenschaft und Bildung.

Die sonst auf etliche Standorte in den Städten Bremen und Bremerhaven verteilte Wissenschaft hat hier eine gemeinsame und repräsentative Adresse. Hier wird alljährlich der Preis für Wissenschaftsfotografie verliehen; die Journalisten der „Wissenswert“, eines alljährlich in der Messe Bremen stattfindenden wissenschaftsjournalistischen Treffens kommen vorbei und manchmal sind Minister, Präsidenten und Kanzlerinnen zu Besuch. Alles in allem sind es jährlich mehr als 30.000 Menschen, die in das Haus der Wissenschaft mit der schmucken Giebelfassade kommen.

## Voraussetzungen und Triebkräfte der Handlungsfähigkeit

Getragen werden die Initiativen und Aktivitäten von einer wachsenden Zahl von engagierten Akteuren der Hochschulen und der außeruniversitären Institute sowie von Unternehmen. Die Koordinierung und Finanzierung von Programmen und die Einbindung in die städtische Kommunikation liegen häufig in Händen der Wirtschaftsförderung Bremen.

Wissenschaft in Bremen und Bremerhaven kommuniziert mit sehr unterschiedlichen Zielgruppen und gewinnt weiter an Bedeutung für die ganze Stadt. Die Botschaften, um die es dabei geht, erzählen häufig im klassischen Sinn von Forschungsprojekten, Experimenten, Methoden, Messreihen, Thesen und Ergebnissen. Und sicher geht es um Legitimität, Wissenstransfer, gesellschaftliche Diskurse und darum, Neugier und Interesse zu wecken. Aber darüber hinaus ist die Stärke von Wissenschaft ein Zeichen von Modernität und Kreativität, das auf die ganze Stadt ausstrahlt und eine glaubwürdige Entwicklungsperspektive bietet. Diese Botschaft verdichtet sich in ikonografischen Gebäuden wie dem Universum und dem Fallturm in Bremen oder dem Klimahaus in Bremerhaven. Diese Bauten sind gleichzeitig ein Beispiel dafür, dass Wissenschaft das Bild der Stadt ebenso ändert wie ihre sozialen, kulturellen und ökonomischen Zusammenhänge und letztlich auch ihr Selbst- und Fremdbild.



VEREIN

1846

VORWÄRTS.

Haus  
der  
Wissenschaft

Nicht lernen will's kein  
Y'a envie d'être bête  
N'est-ce pas l'histoire de

Wer nicht lernen liebt  
Der ist es nicht erst um  
zu leben.

## 4

*Caren Heidemann, Oliver Locker-Grütjen*

# Gemeinsam in die Zukunft einer Metropolregion

Essen

## Kreative Inspiration zwischen Rhein und Ruhr

Kaum eine andere Region in Deutschland hat sich in der Vergangenheit derart gewandelt wie das Ruhrgebiet – eine Region mit über fünf Millionen Einwohnern auf einer Fläche von 4.435 Quadratkilometern. Das Ruhrgebiet in den Grenzen des Regionalverbandes Ruhr (RVR) stellt heute den größten deutschen Agglomerationsraum dar und gilt als Metropolregion vergleichbar mit anderen in Europa wie London, Paris etc. Diese Metropole Ruhr zeichnet sich durch eine große Vielfalt und Vielzahl von wissenschaftlichen Institutionen aus und ist damit eine der wichtigsten Wissenschaftsregionen international. Die Stadt Essen ist attraktiver Wissenschafts-, Wohn- und Arbeitsstandort mit hohem Freizeitwert durch ein breites Angebot an Kultur, Sport und Naherholungsgebieten. Essen liegt in der geografischen Mitte der Metropole Ruhr, inmitten Europas, und ist sowohl Standort zahlreicher Hauptzentralen international tätiger Großkonzerne als auch Sitz des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft. 200 Stiftungen haben hier ihren Sitz, mehr als an jedem anderen Standort in der Metropole Ruhr.



Vernetzen, verbinden, verknüpfen: Eine Metropole erfindet sich neu.

Inmitten dieser dichten Hochschullandschaft liegt die Universität Duisburg-Essen (UDE). 2003 durch die Fusion der Gesamthochschulen in Duisburg und Essen entstanden, gehört die jüngste Universität Nordrhein-Westfalens zu den zehn größten in Deutschland. Die beiden Campus bieten rund 31.000 Studierenden ein breites, international ausgerichtetes Fächerspektrum – von den Geistes- und Gesellschaftswissenschaften über die Wirtschaftswissenschaften bis hin zu den Ingenieur- und Naturwissenschaften einschließlich der Medizin. Hier lernen Studierende aus 130 Nationen. An der Universität Duisburg-Essen findet exzellente Lehre und Forschung in vielen Bereichen statt. So forschen heute hier u. a. der mit der Humboldt-Professur ausgezeichnete Mathematiker Marc Levine, der Träger der Max-Planck-Medaille Robert Graham und der Nobelpreisträger für Chemie Robert Huber.

### Gemeinsam sind wir stark ...

... wie auch das Jahr der Kulturhauptstadt Europas 2010 eindrucksvoll gezeigt hat. Wissenschaft und Forschung haben in der Vergangenheit und werden auch in Zukunft die wirtschaftliche Basis der Stadt Essen und der Region intensiv ergänzen und verstärken. Schon heute schlägt sich die Zusammenarbeit von Wissenschaft, Wirtschaft und Stadt in unterschiedlichen Disziplinen und erfolgreichen Wissens- und Innovationstransferprojekten nieder. Dies ist verlässliche Basis für die zukunfts-fähige Entwicklung der Stadt, die wie die ganze Region in besonderem Maße vom Strukturwandel von der Montanindustrie zur Dienstleistungsmetropole betroffen ist. Leitgedanke der Kooperation ist die Nutzung von Synergien zwischen Hochschule, Stadt und Wirtschaft sowie der gegenseitige Wissens- und Erfahrungsaustausch von Theorie und Praxis. Vielfach liegt allein schon im Abstimmungsprozess wichtiger Themen der gemeinsame Gewinn. So beispielsweise bei der Zukunft des Botanischen Gartens der Universität, der Freiraumgestaltung des Universitätsviertels, der Betreuung internationaler Gäste und Studierender. Im Folgenden sollen einige Beispiele der intensiven Zusammenarbeit zwischen Stadt, Universität und Wirtschaft aufgezeigt werden.

### Nacht der Wissenschaftskultur 2010

In Essen wurde 2007 der Wissenschaftssommer durch bzw. in enger Kooperation mit der Initiative Wissenschaft im Dialog (WID) realisiert. Eine Woche lang präsentierten sich die Geisteswissenschaften mit ihren unterschiedlichen Disziplinen. Der Jahrmarkt der Wissenschaften hatte seine Zelte auf dem Essener Kennedyplatz aufgeschlagen. Thematisch orientierte er sich an dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) ausgerufenen Motto „ABC der Menschheit“. Samstagabend fand die erste Essener Lange Nacht der Wissenschaften statt. Von 18 Uhr

### Stadt-Info

**Name der Stadt:**

Essen

**Zahl der Einwohner:**

572.624 (31.12.2009)

**Zahl der Studierenden:**

rund 32.000 (hierbei sind beide Campus der Universität Duisburg-Essen eingerechnet)

**Anzahl der Hochschulen:**

3

**Namen und Gründungsdaten**

**der beiden wichtigsten Hochschulen:**

- Universität Duisburg-Essen, hervorgegangen aus einer Fusion und damit gegründet im Jahr 2003 (damals als Gesamthochschule Essen und Universität Duisburg gegründet 1972)
- Folkwang Universität der Künste im Jahre 1927

**Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:**

- Kulturwissenschaftliches Institut Essen (KWI)
- Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung (RWI)
- Zentrum für Türkeistudien und Integrationsforschung (ZfT)
- Haus der Technik (HdT)

**Website mit zentralen Informationen:**

- [www.essen.de](http://www.essen.de)
- [www.uni-due.de](http://www.uni-due.de)
- [www.uamr.de](http://www.uamr.de)

**Budget:**

kein festes Budget, nach Bedarf aus unterschiedlichen Fachbereichen, viel über Drittmittel/Sponsoring

**Ansprechpartner in der Kommune:**

Büro Stadtentwicklung/Geschäftsbereich des Oberbürgermeisters

bis Mitternacht luden Wissenschaftler Interessierte ein, ihre Forschungsergebnisse mit ihnen zu diskutieren. Als Projekt der RUHR.2010 erfuhr die Lange Nacht im Jahr der Kulturhauptstadt Europas ihre 2. Auflage. Die Universität lud im September 2010 auf beiden Campus zu einem lehrreichen, spannenden, bunten Programm ein. Die gesamte Organisation und Durchführung inklusive der Finanzierung (teilweise über Drittmittel) schulterte dieses Mal die Universität. Der Beitrag der Stadt Essen lag in der unterstützenden Bewerbung der Veranstaltung über ihre Medien sowie in der Begrüßung auch durch den Bürgermeister. Darüber hinaus war die Stadt mit der filmischen Darstellung Stadt und Universität im Wandel der Zeit vor Ort präsent.

### **Beraterkreis Standortprofilierung**

Mit dem Ziel der Vernetzung der Akteure vor Ort sowie der Förderung und Koordinierung der Aktivitäten zwischen Universität, Stadt und Wirtschaft wurde im Jahr 2008 der sogenannte Beraterkreis Standortprofilierung neu ausgerichtet. Das gemeinsame Strategie- und Beratungsgremium der Stadt Essen und einiger ihrer Töchter, der Interessengemeinschaft Essener Wirtschaft (IEW), einiger Beratungsunternehmen sowie der Universität ist besetzt mit Entscheidungsträgern der jeweiligen Institutionen. Sie beraten in regelmäßigen Abständen über neue Strategien der Universität, über gemeinsame Projekte der drei Akteure sowie über weitere Themen der Zusammenarbeit und geben Empfehlungen ab. Die Nutzung des wissenschaftlich/universitären Potenzials für die Entwicklung der Stadt steht dabei im Fokus.

### **Gesundheitscampus Nordrhein-Westfalen (NRW)**

Im April 2008 wurde von der damaligen Landesregierung der Wettbewerb um den Gesundheitscampus NRW ausgerufen. In einem bis dato beispiellosen Akt haben sich im Rahmen der Strategieentscheidungen des Beraterkreises Standortprofilierung die Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Stadt zusammengesetzt und eine gemeinsame Bewerbung ausgearbeitet. Der Projektantrag Essens stand hierbei stellvertretend für die Stadt Essen, die Universität Duisburg-Essen, das Universitätsklinikum Essen, die Interessengemeinschaft Essener Wirtschaft (IEW), die Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (EWG) sowie die Firmen ThyssenKrupp Real Estate in Kooperation mit Hochtief Projektentwicklung und Hopf IEG mit Koschany + Zimmer Architekten. Die Zusammenarbeit hat die Beteiligten dauerhaft zusammengeschweißt. Auf dieser Struktur aufbauend werden neue Projekte angegangen.

### **Future Megacities**

Im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) fand im Oktober 2010 der internationale Kongress Future Megacities in Balance – New Alliances for Energy- and Climate-Efficient Solutions auf dem Weltkulturerbe Zeche Zollverein statt. Am letzten Tag des Kongresses wurde die Möglichkeit eröffnet, an einer von insgesamt sechs thematischen Exkursionen (zum Beispiel Abwasser in urbanen Räumen, Smart Energy Systems) in der Region teilzunehmen. Die Konzeption sowie in Teilen Organisation der Study Tours (Referenten vor Ort engagieren, Briefing der Begleitungen, Bewerbung der Veranstaltung etc.), als auch die fachliche Begleitung wurden durch Mitarbeiter von Stadt und Universität in enger Kooperation geleistet.

## An einem Tisch

Seit dem Frühjahr 2010 treffen sich der Verwaltungsvorstand (Oberbürgermeister und Geschäftsbereichsvorstände) der Stadt Essen sowie das Rektorat (Rektor, Prorektoren und Kanzler) der Universität Duisburg-Essen regelmäßig, um sich gegenseitig zu informieren, gemeinsame Themen bzw. Vorhaben wie die Bebauung des (neuen) Universitätsviertels, Bedarf an studentischem Wohnraum oder Modellprojekte im Bereich Sprachförderung zu beraten sowie neue Kooperationsprojekte zu initiieren. Mittelfristig scheint eine Ausweitung auf die Töchter des Konzerns (zum Beispiel Wirtschaftsförderungsgesellschaft, Marketinggesellschaft, Wohnungsbau-gesellschaft) ebenso denkbar wie die Veränderung des Sitzungsturnus.

## Nicht länger sprachlos

Die Integrierte Gesamthochschule Essen (heute Universität Duisburg-Essen) begann vor mehr als 30 Jahren mit der Sprachförderung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. Jugendliche aus den Sekundarstufen I und II (Klassen 5 bis 12/13) kommen in die Universität und erhalten dort von (Lehramts-)Studierenden Sprach- und zusätzlichen Fachunterricht. Aktuell sind es rund 800 Schüler. Auslöser dieses Projektes war ein durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft gefördertes Projekt über Zweisprachigkeit bei Schülern jugoslawischer und griechischer Herkunft. Die Universität hatte die notwendige wissenschaftliche Infrastruktur – das Institut für Migrationsforschung, interkulturelle Pädagogik und Zweisprachendidaktik (IMAZ) –, um dieses überaus erfolgreiche Förderprojekt in enger Kooperation mit der Essener RAA/Büro für interkulturelle Arbeit durchzuführen. Seit 2007 wird dieses Projekt mit finanzieller Unterstützung der Stiftung Mercator mit Sitz in Essen an mittlerweile insgesamt 29 Standorten in ganz Deutschland durchgeführt. Die Bildungschancen von ca. 6.000 Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund werden somit durch sprachliche und fachliche Förderung verbessert.

## Die InnovationCity Ruhr®

Der Initiativkreis Ruhr ist der Zusammenschluss von 61 führenden Wirtschaftsunternehmen. Sie beschäftigen zusammen rund 2,25 Millionen Menschen weltweit und generieren einen globalen Umsatz von rund 630 Milliarden Euro. Zu Beginn des Jahres 2010 hatte dieser Initiativkreis Ruhr den Wettbewerb „InnovationCity Ruhr®“ ausgerufen. Ziel des Projektes sind die Entwicklung und Umsetzung eines gleichermaßen ambitionierten wie realistischen Konzeptes zur Minderung der Treibhausgasemissionen (insbesondere des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes) bis zum Jahr 2020 sowie die Umsetzung von Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel und nachhaltigen Stadtentwicklung. Die Umsetzung soll unter Einbeziehung der Beteiligten bzw. Betroffenen praxisnah und räumlich gebündelt in enger Kooperation mit Unternehmen und Institutionen, mit Wissenschaft und Politik erfolgen. Auch Essen hat sich diesem Wettbewerb gestellt und präsentierte sich mit dem ganzheitlichen Konzept klima|werk|stadt|essen für das Zukunftsquartier. In dem ausgewählten sogenannten Pilotgebiet liegen u. a. der Krupp-Gürtel mit dem neuen Thyssen-Krupp Headquarter, das Universitätsviertel sowie das RWE-Energiequartier mit großen Entwicklungspotenzialen. Neben vielen Standortvorteilen (Global Player der Energiewirtschaft, Erfahrung mit Partizipationsprozessen etc.) bietet vor allem die Universität mit ihrem Profilschwerpunkt Urbane Systeme als Kooperations-



Plan und Wirklichkeit: Entwicklung des neuen Universitätsviertels Essen.

partner eine große Chance. Mit dem Green Urban Campus hat die Universität ein Modellprojekt für energieeffiziente Gebäudenutzung und nachhaltiges Handeln geschaffen, durch das sie in besonderem Maße baulich und sozial ins städtische Leben integriert wird. Bereits im Rahmen des Wettbewerbs „Energieeffiziente Stadt“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) mit dem preisgekrönten Beitrag Klimainitiative Essen haben die Stadt, eine Vielzahl ihrer Töchter, die Universität Duisburg-Essen, das Kulturwissenschaftliche Institut Essen (KWI) sowie weitere Partner aus der Stadtgesellschaft interdisziplinär und interinstitutionell zusammengearbeitet und werden dies auch fortführen.

### Wo die Reise hingeht

Bislang gibt es kein Leitbild, kein (per Ratsbeschluss festgelegtes) Handlungsfeld im Konzern Stadt, das mit einem eigens dafür vorgesehenen Budget ausgestattet ist. Jedoch gibt es im Büro Stadtentwicklung Personen, deren Aktivitäten sich zunehmend auf das Thema Wissenschaft als Standortfaktor (und Wirtschaftsfaktor) konzentrieren. Seitens der Stadt- und auch der Universitätsspitze unterstützte Aktivitäten – gemeinsame Auftritte von Oberbürgermeister und Rektor wie beispielsweise bei der Erstsemesterbegrüßung, gemeinsame Projekte wie InnovationCity Ruhr®, aber auch strukturiertere Kooperationsformen wie der Austausch im Beraterkreis – nehmen zu. Das Handlungsfeld gelangt vermehrt in das Bewusstsein aller Akteure der Stadtgesellschaft bzw. in der Region. Aus Autorensicht gilt es jedoch, neben den unzähligen Einzelaktivitäten (von einzelnen Lehrstühlen/Professoren wissenschaftlicher Einrichtungen und Geschäfts- bzw. Fachbereichen der Kommune) strukturierte Kommunikations- und Kooperationsformen zu etablieren bzw. zu fördern und die Vernetzung noch weiter zu stärken. Und zwar nicht „nur“ mit der Universität, sondern mit allen wissenschaftlichen Einrichtungen. Auch neue(re) bzw. aufwendigere Formate wie zum Beispiel Schülerforen, Science Cafés, Science Museum, Science Centre, Onlinebeteiligungen, Kooperationsverbände gilt es in die Überlegungen mit einzubeziehen bzw. verstärkt einzusetzen. Denn: Im internationalen Wettbewerb haben andere (vor allem „alte“ Universitätsstädte) einen Vorsprung, den es aufzuholen gilt. Die Bürger der Stadt müssen die Notwendigkeit der Verwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse begreifen, ihre Vorbehalte gegenüber Wissenschaft verlieren, damit sie sich Neuem gegenüber nicht verschließen, mit Gefahren kritisch umgehen lernen. Aber selbstverständlich auch, damit die Kinder und Jugendlichen von heute die Studierenden von morgen sind, Unternehmen uns als attraktiven Standort mit Nachwuchs- und Arbeitsplatzpotenzial wählen und die Wissenslandschaft international an Renommee/ Exzellenz gewinnt. Veröffentlichungen in (Fach-)Zeitschriften oder Büchern schärfen das Bewusstsein für die immense Bedeutung von Wissenschaft im Heute und Morgen in einem Land, dessen (einziges) Kapital im globalisierten Wettbewerb (zunehmend) die klugen Köpfe sind. Nicht zuletzt aus diesem Grund spielt für Stadt und Universität die regionale Perspektive eine ganz wichtige Rolle. Mit – um nur einige Initiativen zu nennen – der regionalen Bewerbung um den Titel „Stadt der Wissenschaft“, der Gründung der Universitätsallianz Metropole Ruhr (UAMR; freiwilliger Kooperationsverbund der drei Ruhrgebietsuniversitäten), dem Wissenschaftsforum Ruhr (Zusammenschluss von über 40 außeruniversitären Forschungsinstitutionen in der Region Ruhr) sowie der Initiative Campus Ruhr (Zusammenschluss von Vertretern der Städte, Wissenschaft, Wirtschaft, Stiftungen mit dem Ziel der regionalen Vernetzung aller relevanten Akteure zur Stärkung der Wissenschaftslandschaft Ruhr) sind richtige und wichtige Grundlagen gelegt, die es auszubauen gilt.

Hochschulen als Motor des Wandels: die Universität Duisburg-Essen.



## Schwierige Ausgangslage und mutige Pläne

*Olaf Peters, Journalist aus Duisburg und Mitgründer des Autorenpools Wortwexxel, über die Zwei-Städte-Uni*

Es war ein veritables politisches Erdbeben, das die Wissenschaftslandschaft im Ruhrgebiet im Jahr 2002 erschütterte. Die rot-grüne Landesregierung hatte mit der Mehrheit des Landtages die Fusion der damaligen Universität-Gesamthochschule Essen und der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg beschlossen. Trotz des erbitterten Widerstandes der beiden Hochschulen wurde 2003 die Universität Duisburg-Essen gegründet. Der Entschluss beschäftigte jahrelang die Gerichte. In seinem Gefolge wurden in der Anfangszeit Amtsinhaber der Alt-Unis und auch potenzielle Rektoren der neuen Universität durch allerlei Ränkespiele in ihrem öffentlichen Ansehen deutlich beschädigt. Am Ende war die Fusion zwar vollzogen – doch die Art und Weise, wie dieser Beschluss auf der politischen Ebene durchgesetzt worden war, hatte im Bewusstsein der Öffentlichkeit einen Trümmerhaufen hinterlassen.

Dies alles bildete ganz sicher keine gute Ausgangsposition, um mit den wissenschaftlichen Pfunden im Bereich des Stadtmarketings zu wuchern. Heute, rund acht Jahre nach der Zwangsvereinigung, sind die Wunden größtenteils gelect,

die Studiengänge umorganisiert. Der Wissenschaftsbetrieb läuft längst wieder in geordneten Bahnen. Und man hat sich mittlerweile selbst mit dem Kuriosum angefreundet, dass die Universität Duisburg-Essen zwar über keinen „offiziellen“ Standort, dafür aber zwei Campus verfügt – eben den einen in Duisburg und den anderen in Essen. Beide liegen rund 30 Kilometer weit voneinander entfernt. Nicht zu vergessen, dass Essen und Duisburg keine gemeinsame Stadtgrenze haben. Dazwischen liegen die veritablen Großstädte Mülheim an der Ruhr im Süden und Oberhausen im Norden. Da wächst so schnell nicht zusammen, was zusammengehört, jedenfalls nicht von allein.

### *Vorbild Kulturhauptstadt*

Wer in Essen (und Duisburg) den Faktor Wissenschaft in das Stadtmarketing integrieren möchte, steht also vor großen Herausforderungen: Wie etwa aus Essener Sicht eine Hochschule vermarkten, die zuerst Duisburg im Namen stehen hat? Wie angesichts der geografischen Gegebenheit ein so dringend notwendiges Wirgefühle entwickeln? Im Prinzip lässt sich diese Herkulesaufgabe nur bewältigen, wenn

mit einer der großen und durchaus lieb-gewonnenen politischen Traditionen des Ruhrgebietes gebrochen wird: dem Kirchturmdenken. Allein mit dem Blick über den Tellerrand der eigenen Stadt hinaus kann es gelingen, Wissenschaft tatsächlich als Standortfaktor im Bewusstsein der Menschen zu verankern. Die Kulturhauptstadt 2010 in der Metropole Ruhr hat den Weg eindrucksvoll gewiesen: Das Ruhrgebiet hat sich der interessierten Welt als Gesamtregion präsentiert – auch wenn Essen im engeren Sinne der eigentliche Träger des prestigeträchtigen Titels war.

Wissenschaft als Standortfaktor und als Teil des Stadtmarketings zu fördern, das kann angesichts der besonderen Situation der Universität Duisburg-Essen nur gelingen, wenn in beiden Städten Strukturen geschaffen werden, die die Entwicklung in Zusammenarbeit koordinieren und steuern. In den 1970er-Jahren wurden in Nordrhein-Westfalen viele Universitäten vor dem Hintergrund des Strukturwandels neu gegründet. Dieser Veränderungsprozess ist noch längst nicht zu Ende. Er tritt jetzt nur in eine neue Phase ein.

## 5

Britta Obszerninks

# Vom Bergbaustandort zur Hochschulstadt

Hamm

Im Herbst 2010 endete in Hamm mit Schließung des Bergwerkes Ost die Steinkohleförderung. Sie markierte ein sichtbares Zeichen für den Strukturwandel in der Stadt: Während kontinuierlich Arbeitsplätze im Bergbau abgebaut wurden, entstanden neue Beschäftigungsmöglichkeiten vor allem in den Bereichen Logistik, Gesundheit und Energie. Der nachhaltige Erfolg einer entsprechenden Clusterstrategie hängt allerdings wesentlich von der Verfügbarkeit geeigneter Facharbeitskräfte ab. Vor diesem Hintergrund setzte die Stadt Hamm frühzeitig auf eine Bildungsoffensive, zu der von Beginn an die Ansiedlung von Hochschulen gehörte. Die Etablierung von mittlerweile zwei Hochschulen ist Ausdruck einer gelungenen Strategie, wobei gut funktionierende Netzwerkarbeit ein wesentlicher Erfolgsfaktor war und ist. Die Rolle dieser Strukturen bei der Hochschulwerdung und weiteren Positionierung als Wissenschaftsstadt Hamm wird im Folgenden beleuchtet.

Wissen ist im Zeitalter der Wissensgesellschaft ein ganz entscheidender Wettbewerbsfaktor im sich verschärfenden Standortwettbewerb: Unternehmen entscheiden sich bei Investitionen vor allem für die Standorte, an denen ausreichend hoch qualifizierte Facharbeitskräfte sowie wissenschaftliche Einrichtungen als Innova-



Haus der  
neuen Ideen:  
das Heinrich-von-  
Kleist-Forum.

tionspartner der Wirtschaft zur Verfügung stehen. Diese Anforderungen gelten gerade auch bei den Standorten, die sich erfolgreich dem Strukturwandel stellen müssen: Hier müssen nicht nur bestehende Arbeitsplätze gesichert, sondern viele neu geschaffen werden – was eine besonders starke Investitionsbereitschaft der Wirtschaft voraussetzt.

Deshalb hat die Stadt Hamm sehr frühzeitig die Entwicklung der Zukunftsfelder Logistik, Gesundheit und Energie mit einer Bildungsoffensive flankiert, die darauf abzielt, auch Hochschulen anzusiedeln. Erstes Ergebnis dieser Anstrengungen war 2004 die Gründung der Hamm Business School in Trägerschaft der Technischen Akademie Wuppertal e.V. in Kooperation mit der Fachhochschule Südwestfalen. Bereits 2005 folgte die private SRH Hochschule für Logistik und Wirtschaft, die Wirtschaftsingenieure für die Zukunftsbranchen Logistik und Energiewirtschaft ausbildet. Letztere hat seit 2010 ihren Sitz im neu erbauten Heinrich-von-Kleist-Forum, zentral gegenüber dem Hauptbahnhof gelegen. Gemeinsames Ziel von Wirtschaft und Stadt blieb aber unverändert, in Hamm auch eine staatliche Hochschule anzusiedeln.

## Wettbewerb „Ausbau der Fachhochschulen in Nordrhein-Westfalen“

Im Mai 2007 kündigte die nordrhein-westfälische Landesregierung eine Initiative an, die auf den zunehmenden Fachkräftemangel besonders in den ingenieurwissenschaftlichen Fächern reagieren sollte. Ein Jahr später wurde der Wettbewerbsaufruf „Ausbau der Fachhochschulen in Nordrhein-Westfalen“ veröffentlicht. Die Stadt Hamm erkannte hier eine große Chance, den Wissenschaftsstandort weiter auszubauen, wobei man auf Basis einstimmiger Ratsbeschlüsse vom 14. Juni (Hamm)<sup>1</sup> und 16. Juni 2008 (Lippstadt)<sup>2</sup> auf eine gemeinsame Bewerbung der Städte Hamm und Lippstadt setzte: „Hamm und Lippstadt wollen den Weg einer neuen Fachhochschule gemeinsam gehen, da es gleichgelagerte Herausforderungen und Problemlagen zum Studienbedarf in beiden Städten gibt. An beiden Standorten ist ein international agierendes Unternehmen tätig, das jeweils der größte Arbeitgeber ist (in Hamm nach dem Bergbau). Darüber hinaus hat dieses Unternehmen in beiden Städten einen hohen Bedarf an Ingenieuren und fördert das Projekt in erheblichem Umfang. [...] Unsere Städte und die Unternehmen sind [...] bereit, ihren Anteil an dem Ausbau der regionalen Hochschullandschaft durch Neugründung einer Fachhochschule zu übernehmen, da damit die große Chance einhergeht, den Innovationsstandort östliches Westfalen für die Wirtschaft und unsere Bürger nachhaltig zu sichern und weiterzuentwickeln“, schrieben Hamms Oberbürgermeister Thomas Hunsteger-Petermann und Lippstadts Bürgermeister Christof Sommer in der gemeinsamen Bewerbung der beiden Städte.<sup>3</sup>

### Stadt-Info

**Name der Stadt:**

Hamm

**Zahl der Einwohner:**

178.000

**Zahl der Studierenden:**

rund 600

**Anzahl der Hochschulen:**

2

**Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:**

- SRH Hochschule für Logistik und Wirtschaft (2005)
- Hochschule Hamm-Lippstadt (2009)

**Website mit zentralen Informationen:**

- [www.hamm.de](http://www.hamm.de)
- [www.fh-hamm.srh.de](http://www.fh-hamm.srh.de)
- [www.hshl.de](http://www.hshl.de)
- [www.wf-hamm.de](http://www.wf-hamm.de)

**Ansprechpartner in der Kommune:**

Wirtschaftsförderungsgesellschaft Hamm mbH

Die interkommunale Zusammenarbeit, verbunden mit einer intensiven Einbindung der Wirtschaft, konnte überzeugen: Per Kabinettsbeschluss des Landes Nordrhein-Westfalen vom 28. November 2008 waren die Weichen zur Gründung der Hochschule Hamm-Lippstadt gestellt.

Ein besonderer Erfolgsfaktor der Bewerbung war die intensive Ansprache der heimischen Unternehmen durch die Wirtschaftsförderungen in Hamm und Lippstadt. Über 70 Unternehmen unterschiedlichster Größe und Branchenzugehörigkeit erklärten durch einen *letter of intent* einerseits die aus ihrer Sicht beschriebene Notwendigkeit einer Hochschule im geplanten Regionenzuschnitt und andererseits ihre Bereitschaft, die Hochschule durch Praktika, duale Studiengänge etc. zu unterstützen.

Die Hochschule Hamm-Lippstadt wurde mit Inkrafttreten des Fachhochschulerrichtungsgesetzes am 1. Mai 2009 gegründet. Sie nahm bereits am 21. September 2009 den Studienbetrieb an beiden Standorten auf. Standort in Hamm ist das Gelände des ehemaligen Bundeswehrkrankenhauses, wo in den nächsten Jahren ein kompletter Neubau realisiert wird. Im Laufe der Jahre wird es an der neuen Hochschule insgesamt zehn Studiengänge mit rund 2.500 Studierenden an den beiden Standorten Hamm und Lippstadt geben.

War der Wettbewerb der Landesregierung NRW mit der Zielsetzung verbunden, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken – was durch die Etablierung von dualen Studiengängen dokumentiert wird –, so birgt die Ansiedlung einer weiteren Hochschule in Hamm auch die Chance, die Austauschprozesse zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu intensivieren. Sie kann durchaus als Impuls für die Wirtschaft in diese Richtung bewertet werden. Im Rahmen des Entwicklungsprozesses erhalten zum einen bestehende Netzwerke einen veränderten Wirkungszusammenhang, zum anderen wird die Implementierung neuer Netzwerke vorangetrieben.

### **Der Innovationsstandort – Wissenschaft und Wirtschaft vernetzt**

Das Netzwerk Der Innovationsstandort wurde 2007 mit dem Ziel aufgebaut, dynamische Unternehmen, die sich durch Lehre und Forschung unterstützen lassen wollen, und wissenschaftliche Institutionen noch passgenauer zusammenzubringen.

Gemeinsam initiiert durch die Wirtschaftsförderung Dortmund, die Technologie-ZentrumDortmund GmbH, die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Hamm mbH, die Technische Universität Dortmund, die Fachhochschule Dortmund, die Handwerkskammer Dortmund sowie die Industrie- und Handelskammer zu Dortmund, ist in der Dortmund, Hamm und den Kreis Unna umfassenden Region eine Plattform entstanden, auf der Wissenschaft und Wirtschaft zusammengebracht werden.

Sie fungiert als Lotsin, die Kontakte herstellt, Projektpartner vermittelt und den Erfahrungsaustausch fördert. Konkrete Arbeitsschwerpunkte sind die Kommunikation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, Aufbau von Netzwerken, Personentransfer, Förderprojekte sowie die Weiterbildung. In jedem Jahr wird ein großes öffentliches Forum veranstaltet, auf dem Wissenschaft und Wirtschaft gemeinsam neue, sehr konkrete Kooperationsprojekte auf den Weg bringen. Diese Open-Space-Veranstaltung fand 2010 in Hamm statt und wurde federführend von



Wissenschaft als Lokomotive für die Stadtentwicklung.

der Wirtschaftsförderung Hamm organisiert. Besonders erfreulich ist, dass rund 100 Unternehmensvertreter an der Veranstaltung teilnahmen und gezielt in den Austausch mit den Hochschulen traten.

Das Netzwerk, das 2010 in einen eingetragenen Verein überführt wurde, trägt dazu bei, insbesondere auch kleine und mittelständische Unternehmen für das Thema Wissenschaft zu sensibilisieren und eine Innovationskultur in der Region zu etablieren.

### **Die Akademische Gesellschaft Hamm – eine Initiative zur Förderung von Studium und Studierenden**

Nicht nur die Wirtschaft, auch die Stadtgesellschaft wurde frühzeitig in die Entwicklung Hamms als Hochschulstandort eingebunden. Oberbürgermeister Thomas Hunsteger-Petermann lud im Frühjahr 2008 zur Gründung eines Vereins zur Förderung von Studium und Studierenden in das städtische Kurhaus ein. Kurz nach dem Ratsbeschluss zur Bewerbung Hamms um eine neue Hochschule fanden sich am 17. Juni 2008 etwa 100 Bürger zur Gründung der Akademischen Gesellschaft Hamm e. V. (agh) zusammen.

Die agh hat sich zum Ziel gesetzt, den Strukturwandel in Hamm aktiv zu unterstützen und die damit verbundenen Chancen für die Stadt zu nutzen. Dabei steht im Mittelpunkt, dass sich die Studierenden in Hamm wohlfühlen und eine hohe Zufriedenheit und Identifikation mit dem Studienort entwickeln sollen. Heute entfaltet der Verein – in dem sich Hochschulen, Unternehmen, die Stadt und die Bürgerschaft engagieren – eine Vielzahl von Aktivitäten, die von einer Begrüßungstasche für Erstsemester über einen Wettbewerb zu studentischem Leben in Hamm bis hin zu Stipendien reichen. Außerdem wird in einer Arbeitsgruppe intensiv am Thema Hochschulsport gearbeitet.

Zielt ein Großteil der Aktivitäten direkt auf die Studierenden, so sieht die agh ihre Aufgabe auch darin, ein verbessertes Selbstbewusstsein als Hochschulstandort zu entwickeln und Impulse für das wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben in Hamm zu liefern.

Aber nicht nur die Akademische Gesellschaft ist damit beschäftigt, Wissenschaft zu den Menschen zu bringen: Auf Initiative der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Hamm legte im Sommer 2010 im Hammer Stadthafen erstmals die „MS Wissenschaft“ an. Zusätzlich präsentierte sich das MaxiLab des Hammer Maxiparks und die Hochschule Hamm-Lippstadt lud Kinder und Jugendliche zum Experimentieren in ihren Science Truck ein. An Bord des Schiffes veranstaltete die Volkshochschule Hamm eine Kinderuni. Die Resonanz war riesig: Gezählt wurden etwa 2.400 Besucher, was das große Interesse auch der Hammer Stadtgesellschaft am Thema Wissenschaft dokumentiert.

Vielfach wird die Frage formuliert, was in Hamm getan werden muss, um als Hochschulstandort für Studierende attraktiv zu sein, wobei insbesondere an das Potenzial der Schulen am Standort gedacht wird. So wurde im Sommer 2010 die Anregung der Zukunftswerkstatt – ein Forum der Volksbank Hamm eG, auf dem Ideen zur weiteren Standortentwicklung generiert werden – aufgegriffen und Absolventen der Sekundarstufe II befragt. Das Projekt wurde mit kommunalen Partnern wie der Wirtschaftsförderung, dem Regionalen Bildungsbüro sowie dem Ordnungs- und Wahlamt, Abteilung Statistik und Wahlen, durchgeführt.

## Weiterentwicklung der Netzwerke als Herausforderung

Die weiterhin positive Entwicklung des jungen Hochschulstandortes wird nicht nur davon abhängen, dass Studienplätze an exzellenten Hochschulen in einer für Studierende attraktiven Stadt angeboten werden, sondern auch davon, wie sich die Netzwerke in der Stadt weiterentwickeln. Zwar gibt es heute viele Initiativen, die sich sehr gut ergänzen und keine Parallelarbeit betreiben. Gleichwohl fehlen noch Netzwerkknoten, an denen die Aktivitäten zusammenlaufen und Synergien erzielt werden können. Das bezieht sich nicht nur auf die Netzwerke unterschiedlichster Akteure im Kontext Hochschulstadt, sondern auch auf den „Konzern Stadt“: Darin arbeitet eine Vielzahl von Einrichtungen am Thema Hochschule, von der Wirtschaftsförderung über das Stadtmarketing, das Regionale Bildungsbüro bis zur Volkshochschule – um nur einige Akteure zu nennen.

Für die weitere erfolgreiche Entwicklung als Wissenschaftsstadt ist die Etablierung eines Netzwerkknotens notwendig, der für alle Akteure als Ansprechpartner und Kooperationsplattform dient. Diese Funktion der Hochschulkoordination wird künftig die Wirtschaftsförderung übernehmen.

Wissenschaft  
zum Anfassen:  
die „MS Wis-  
senschaft“ in  
Hamm.



## Behutsame Annäherung an ein neues Image

*Robert Vornholt, Lokalchef des „Westfälischen Anzeigers“, freut sich über frischen Wind in der alten Bergbaustadt*

**H**amm eine Wissenschaftsstadt? Man sollte bei der Suche nach der Antwort ehrlich sein: Dafür muss noch viel passieren. Die Menschen in Deutschland haben sicherlich immer noch etwas anderes vor Augen, wenn sie an uns denken. Aber richtig ist auch: Wir sind auf einem guten Weg. Die beiden Hochschulen sorgen für frischen Wind und verändern Stück für Stück das Image. Junge Leute kommen nach Hamm, bringen neue Ideen und frischen Schwung mit. Sie benötigen Wohnungen und nutzen die kulturellen Angebote. Sie tun der Stadt offensichtlich gut und fördern den Strukturwandel quasi von innen – u. a. auch, weil die Hochschulen sehr zentral gelegen sind. So entwickelt sich ganz langsam eine neue soziale Infrastruktur.

Fasziniert können wir beobachten, dass sich Wissenschaft und Wirtschaft behutsam einander annähern. Das ist in einer Region, die sich lange Zeit fast ausschließlich über Industrie definiert hat, ein äußerst komplizierter Prozess. Ein Beispiel,

wie die Kooperation funktionieren kann, ist der Bachelorstudiengang Biomedizinische Technologie, den die Hochschule Hamm-Lippstadt seit dem Wintersemester 2010/2011 anbietet. Das ist etwa für medizintechnische Unternehmen und Krankenhäuser ein ebenso spannendes Thema wie für die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen von Unternehmen. Die Vernetzung muss fraglos optimiert werden, aber es gibt in Hamm einige Ansätze wie diesen Studiengang, die zur Profilierung beitragen.

### *Vertrauen und Interesse*

Nach wie vor verbesserungswürdig ist sicherlich auch die Verankerung der Hochschulen in der Gesellschaft. Aber nochmal ganz ehrlich: Ist das nicht an fast jedem jüngeren Standort so? So etwas geht nicht hopplahopp. Man muss gegenseitiges Vertrauen und Interesse füreinander entwickeln. Das lässt sich nicht verordnen. Allerdings wissen wir, dass die Bewohner Hamms stolz darauf sind, Hochschulstandort zu sein – gerade angesichts der

Konkurrenz etablierter Universitätsstädte in der Umgebung.

Wollen wir in diesem Wettbewerb noch besser werden, müssen wir uns vorrangig um zwei Dinge kümmern. Zum Ersten gilt es, die vorhandenen Potenziale besser zu nutzen, etwa durch die Einbindung des Oberlandesgerichts Hamm. Es ist immerhin das größte in Deutschland. Zum Zweiten muss die Wissenschaft versuchen, deutlich eher anzusetzen und den jungen Menschen früher aufzuzeigen, welche Möglichkeiten es für sie gibt. Die Idee der Bürgeruniversität zeigt da ebenso wie die Versuche, Schüler zu begeistern, die richtigen Wege auf. Sie können durchaus dahin führen, dass sich Hamm eines Tages tatsächlich guten Gewissens als Wissenschaftsstadt bezeichnen darf.

# 6

Margret Franz

## Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Stadt schließen neue Allianzen

Jena

Wissenschaft hatte und hat für Jena eine ganz besondere Bedeutung: Sie ist Jenas Garant für Erfolg, Lebensqualität und Zukunft. In Jena wurde längst vollzogen, was die Politik „Strukturwandel“ nennt: der Paradigmenwechsel von einer Industriegesellschaft zu einer Wissens- und Forschungsgesellschaft, in der sich auch das Verhältnis zu Kunst und Kultur verändert.

Mit dem Titelgewinn „Stadt der Wissenschaft 2008“ ergab sich für Jena eine hervorragende Möglichkeit, die Welt der Wissenschaft für zwölf Monate in den Mittelpunkt des Stadtgeschehens zu stellen. Durch eine strategische Neuausrichtung der Netzwerke zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Stadtverwaltung sowie durch



Leuchtendes Beispiel: Jenas beeindruckender Auftakt zum Jahr als „Stadt der Wissenschaft 2008“.

speziell entwickelte Veranstaltungsformate gelang es, nicht nur die variantenreichen Wechselbeziehungen zwischen Wissenschaft und Kunst auf neue Art und Weise zu reflektieren und erlebbar zu machen, sondern tragfähige Strukturen für die zukünftige Stadtentwicklung zu schaffen.

### Allianz für Wissen und Wachsen: Jena leuchtet

Am 2. Februar 2008 begeisterte die offizielle Auftaktveranstaltung „Jena leuchtet“ 25.000 Besucher. Gewählt war das Motto unter dem Aspekt, dass die Jenaer Wissenschaft und Wirtschaft in den Bereichen Lasertechnik, Solarenergie und optische Technologien weltweit einen hervorragenden Ruf genießen. Farbenprächtige Illuminationen, künstlerische Projektionen, experimentelle Klangperformances und fließend projizierte Farbkompositionen wurden für diesen Abend von Lichtkünstlern und Designern arrangiert und ließen die Häuser der Forschungs- und Wissenschaftslandschaft Jenas erstrahlen.

Zu den illuminierten Erlebnisstationen gehörten das Hauptgebäude der Friedrich-Schiller-Universität, die Thüringer Universitäts- und Landesbibliothek, das Phyletische Museum sowie der Ernst-Abbe-Campus. Über dieser Lichtroute erstrahlte ein pulsierendes und in alle Himmelsrichtungen leuchtendes Lasernetz und verwies bildlich auf das hervorragende Netzwerk aus Forschung und Wirtschaft, die Allianz für Wissen und Wachsen. Diese Allianz bringt Jena auch nach dem „Jahr der Wissenschaft“ zum Leuchten, weil das Wissenschaftsmarketing mit der Wirtschaftsförderung 2009 unter dem Dach von JenaWirtschaft, der neu gegründeten Wirtschaftsförderungsgesellschaft, zusammengeführt wurde.

### Vivat Scientia: Der Europäische Wissensspeicher und das Studentenparadies Jena

Aus Anlass des Jahrestreffens der Coimbra Group 2008 in Jena entstand in einer Kooperation von Stadt und Friedrich-Schiller-Universität das Kunst- und Ausstellungsprojekt „Der Europäische Wissensspeicher“. Das Projekt trug das Treffen von 200 Vertretern aus 38 europäischen Traditionsuniversitäten (Heidelberg, Barcelona, Bologna, Cambridge, Coimbra, Dublin, Graz, Oxford etc.) in den öffentlichen Raum der Stadt.

Die Open-Air-Ausstellung „Galerie der Genies“ stellte namhafte Gelehrte aus ganz Europa vor, die für bahnbrechende Entdeckungen stehen. Jede der 38 Mitgliedsuniversitäten der Coimbra Group wählte dafür einen Vertreter aus. Die zweite Station beinhaltete das Teilprojekt „Wir bauen Europa!“. Eine interaktive Ausstellung im

### Stadt-Info

**Name der Stadt:**

Jena

**Zahl der Einwohner:**

104.000

**Zahl der Studierenden:**

26.000

**Anzahl der Hochschulen:**

2

**Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:**

- Friedrich-Schiller-Universität (1558)
- Fachhochschule Jena (1991)

**Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:**

- Fraunhofer-Institut für Angewandte Optik und Feinmechanik (IOF)
- BioCentiv GmbH – BioInstrumente-Zentrum
- Helmholtz-Institut Jena
- Institut für Photonische Technologien e.V. (IPHT)
- Leibniz-Institut für Altersforschung – Fritze-Lipmann-Institut e.V. (FLI)
- Leibniz-Institut für Naturstoff-Forschung und Infektionsbiologie e.V. – Hans-Knöll-Institut (HKI)
- Max-Planck-Institut für Biogeochemie
- Max-Planck-Institut für Chemische Ökologie
- Max-Planck-Institut für Ökonomik
- Friedrich-Loeffler-Institut
- INNOVENT e.V. Technologieentwicklung Jena
- Günter-Köhler-Institut für Fügetechnik und Werkstoffprüfung GmbH

**Website mit zentralen Informationen:**

- [www.jena.de](http://www.jena.de)
- [www.jenawirtschaft.de](http://www.jenawirtschaft.de)
- [www.studentenparadies-jena.de](http://www.studentenparadies-jena.de)

**Budget:**

Projektbezogen durch JenaWirtschaft; Unterstützung durch dezentrale Einrichtungen, etwa Kultureigenbetrieb JenaKultur

**Ansprechpartner in der Kommune:**

- JenaWirtschaft
- JenaKultur

Stadtspeicher Jena reflektierte die Besonderheit der seit 1985 bestehenden Gemeinschaft der europäischen Traditionsuniversitäten. Der letzte Teil und Höhepunkt des Projektes war die feierliche Übergabe des Glaskonferenztisches. Er symbolisierte mit seiner runden und segmenthaften Form die Wissenschaft in Europa und präsentierte auf jedem seiner 38 Plätze einen wissenschaftlichen Meilenstein der Coimbra-Mitglieder. Dieses Projekt trug dazu bei, Jena als europäischen Forschungs- und Studienstandort zu profilieren und vor allem ausländische Studierende für Jena zu interessieren. Unter der Überschrift „Studentenparadies Jena“ initiierten Universität und Fachhochschule eine gemeinsame Marketingkampagne, der sich Stadt und Studentenwerk anschlossen, um mit dem Schwung des Wissenschaftsjahres junge Menschen aus ganz Deutschland und dem Ausland für die Stadt Jena zu begeistern.

### **Jenaer Gesprächsforen – Wissenschaft und Kultur auf neuen Wegen**

Die Jenaer Gesprächsforen Blau, Paradies, Provinz und Herz waren Redeformate, die sich einem (wissenschaftlichen) Thema anders als herkömmliche Vortragskonzepte annäherten. Experten aus unterschiedlichsten Bereichen – Wissenschaft, Politik, Religion, Medizin etc. – diskutierten jeweils eines der vier Motive Blau, Paradies, Provinz und Herz aus ihrer jeweiligen Sichtweise. Dieses kleine Format war bewusst für einen kleinen, persönlichen Rahmen ausgelegt. Die wechselnden Veranstaltungsorte (Volksbad, Glashaus im Paradies, Rathausdiele, Romantikerhaus) schufen eine intime Atmosphäre und bildeten einen Kontrast zur normalen wissenschaftlichen Hörsaalatmosphäre.

Diese Foren trugen auf eine neue Art und Weise dazu bei, öffentlich zu machen, zu welchen Ergebnissen die heutigen Wissenschaftler in Jena kommen und gaben so Einblicke in die vergangene wie gegenwärtige Jenaer Forschungslandschaft. Es ist vorgesehen, dieses Format fortzusetzen. Denn durch den Einstieg über Alltagsthemen kann der Dialog zwischen Wissenschaft und Kultur völlig neue Interessenten gewinnen.

### **Hologramm-Fassade des Stadtspeichers – Zukunft braucht Herkunft**

Das älteste Haus am Markt in Jena, der Stadtspeicher, wurde am 3. Oktober 2008 neu eröffnet. Seit diesem Zeitpunkt steht das Haus als Informations- und Kommunikationsportal zu Geschichte, Gegenwart und Zukunft der Stadt Jena zur Verfügung. Entworfen wurde die Hologramm-Fassade des Stadtspeichers von dem Künstler und Architekten Ruairi O'Brien. Durch die Lichtbrechung werden dynamische Farbeffekte erzielt, welche selbst bei diffusem Licht Einblicke in das Gebäude möglich machen und so zum Hereinkommen einladen. Im Inneren des Hauses begeben sich die Besucher auf eine einmalige Zeitreise zwischen historisch erhaltenen Elementen und moderner Architektur. Was aber darüber hinaus noch viel wesentlicher ist: Dieses Gebäude spiegelt wie kein anderes die Herkunft Jenas aus der Erfolgsgeschichte von Optik- und Glasindustrie wider und weist symbolisch den Weg in eine von Lichttechnologien getragene Zukunft der Stadt.

## Die Unterwelt der Wissenschaft – neugierig bleiben

Besucher der „Stadt der Wissenschaft 2008“ hatten die Gelegenheit, die „Keller der Wissenschaft“ an den Jenaer Forschungseinrichtungen kennenzulernen. An über 40 Stationen wurden sonst für die Öffentlichkeit verschlossene Türen geöffnet. Auch hier erwies sich die Verbindung von Wissenschaft und Alltagsthemen als Publikumsrenner. Erläutert wurde u. a., woher Mediziner ihre Medikamente beziehen, warum Chamäleons in Jena gefilmt werden, wie eine Großküche versorgt wird und welche Logistik hinter bzw. unter dem Wissenschaftsbetrieb verborgen ist. Dabei wurden reale Forschungsorte mit künstlerischen Szenarien verbunden. Wissenschaft, Kunst und die „Unterwelt“ gingen für diesen Abend eine eigene Symbiose ein und ließen die Arbeitsbedingungen in Laboratorien, Instituten, Bibliotheken und dem Klinikum sichtbar werden. Eine hochkarätig besetzte öffentliche Podiumsdiskussion über „Tabuzonen der menschlichen Neugier“ setzte sich mit den ethischen Grenzen des Wissenschaftsdrangs auseinander. Diese Veranstaltung sprach besonders Familien mit Kindern an, denn hinter die Geheimnisse der Wissenschaft zu kommen, ist außerordentlich spannend. Um noch mehr Kinder und Jugendliche zu erreichen, hat sich die Stadt Jena am Wettbewerb um den Titel „Stadt der jungen Forscher“ beworben und kam auf Anhieb ins Finale. Diese Bewerbung hatte den Effekt, dass das Netzwerk Wissenschaft und Schule noch enger geknüpft und zukünftige Ziele und Maßnahmen für eine rechtzeitige Einbindung der Schüler in wissenschaftliche Forschung vereinbart wurden.



Spektakulärer Abschluss eines farbenfrohen Wissenschaftsjahres: LUCE – der Ton der Farben.

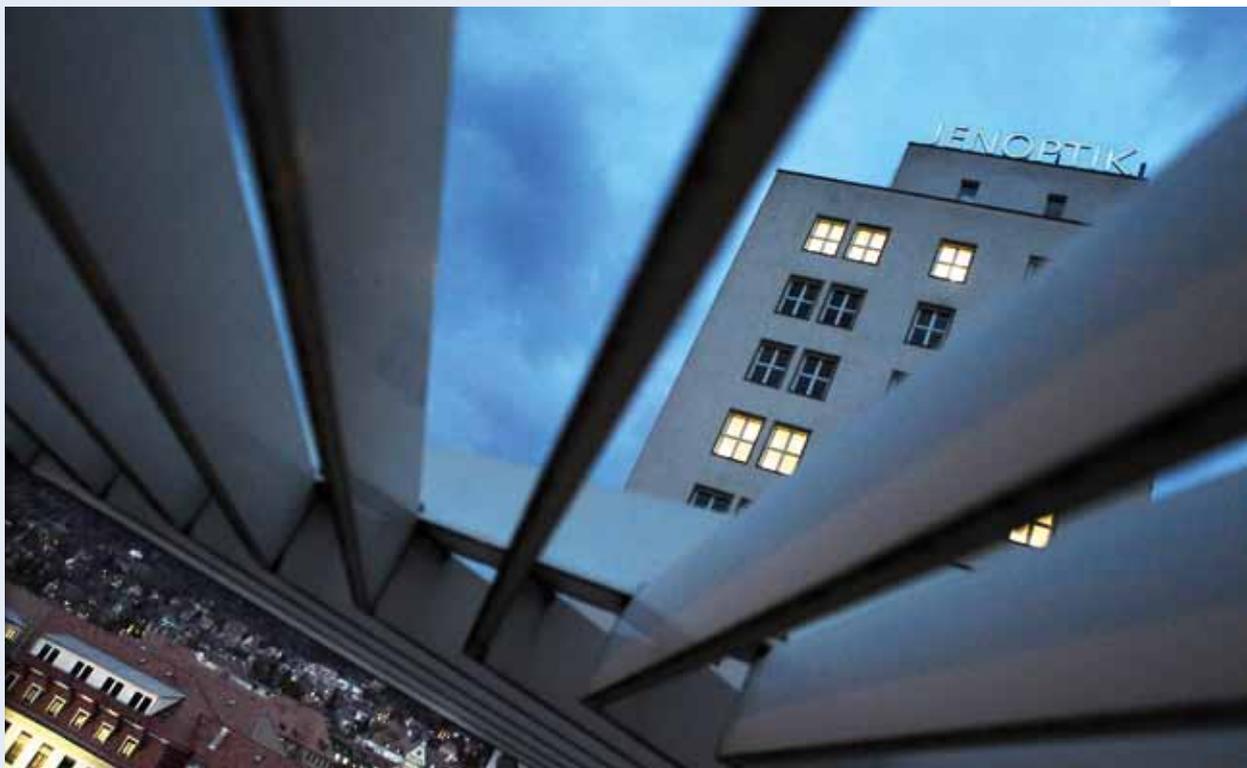
## LUCE – der Ton der Farben: Innovation durch Musik und Kunst

Mit einem Lichtkunstwerk fand das Jenaer „Jahr der Wissenschaft“ seinen künstlerischen Abschluss. Skrjabins „Prometheus-Sinfonie“ sowie Strawinskys „Feuervogel“ erfuhren durch eine eindrucksvolle Licht-Raum-Installation der renommierten Stuttgarter Künstlerin rosalia eine neue ästhetische Umsetzung. Bei diesem Kulturprojekt spielten nicht nur Licht und Musik, Farbe und Klang auf faszinierende Weise zusammen, sondern – typisch für die Netzwerke in der Lichtstadt Jena – auch Wissenschaft und Kunst. Ausgehend von den Überlegungen des Komponisten Alexander Skrjabin, der zu Beginn des 20. Jahrhunderts ein Farbklavier entwickelte, griff rosalia die Idee einer Visualisierung der Musik auf. Dabei wurden neuartige Farbsensoren in Verbindung mit LED-Modulen eingesetzt, die von der Jenaer Firma MAZeT GmbH entwickelt und von der Jenoptik AG hergestellt worden waren. Diese ermöglichten ein Farbenspiel der 170 Leuchtkörper umfassenden Licht-Raum-Installation, das vorher so nicht zu erreichen war. Die Farbsensoren waren in der Lage, Farbeigenschaften von Körperfarben und aktiven Lichtquellen zu messen und qualitativ zu bewerten. Die Intensität der Farbe sowie die Helligkeit und Lichtfarbe waren dadurch in allen Leuchtbällen gleich und konstant.

Der Einsatz dieser Farberkennungstechnologie in einem Kunstprojekt verdeutlichte zum Abschluss des Wissenschaftsjahres, wie fruchtbar die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur in Jena ist. Die Entwicklung dieser Sensortechnologie wurde im Juni 2009 mit dem Sonderpreis der Stadt Jena im Wettbewerb um den IQ Innovationspreis der Wirtschaftsinitiative Mitteldeutschland ausgezeichnet.

Diese Beispiele zeigen nicht nur, dass durch intensive Allianzen und Netzwerke eine besonders nachhaltige und öffentlichkeitswirksame Erlebbarkeit von Wissenschaft erreicht werden kann, sondern verdeutlichen sehr eindrucksvoll, wie nützlich diese Erfahrungen aus dem „Jahr der Wissenschaft“ sind, um zu neuen strategischen Weichenstellungen zu gelangen.

Wichtiger  
Partner für  
Wissenschaft  
und Region:  
Jenoptik.



## Akzente für die Zukunft setzen!

*Katrin Lauterbach, Sprecherin der Jenoptik AG, über Jenas Status als „Leuchtturm des Ostens“*

Jena tickt bereits sehr lange wissenschaftlich. Das hat viel mit der Tradition der Universitätsstadt (seit 1558), etwa als Optikstandort, zu tun. Jena ist heute hoch attraktiv sowohl für Studierende als auch – für uns besonders wichtig – für Fachkräfte. Man erkennt deutlich, dass es beim Bestreben, trotz namhafter Konkurrenz gute Leute in das thüringische Bildungs- und Wissenschaftszentrum zu bekommen, wichtig war, einen klaren Akzent zu setzen. Und Jena zeigt immer wieder eindrucksvoll, dass Wissenschaft nicht nur in Laboren stattfindet, sondern mit erlebbaren Schnittstellen zu den Unternehmen, zur Kultur, zum gesamten öffentlichen Leben begeistern kann – und das nicht nur im Wissenschaftsjahr. Übrigens: Als man in Jena begann, sich mit der Bewerbung um den Titel „Stadt der Wissenschaft 2008“ zu beschäftigen, war das Engagement der Jenoptik deshalb eine Selbstverständlichkeit.

### *Aha-Effekte erzeugen*

Bereits während der Vorbereitungsphase haben wir gemeinsam mit den vielen Partnern in der Arbeitsgruppe unsere Ide-

en und Visionen mit eingebracht. Die Frage ist ja immer, was für ein Unternehmen wie das unsrige das Ziel einer solchen Aktion sein kann. Soll es vielleicht darum gehen, Jena auf die Weltkarte der Wissenschaftsstandorte bringen? Nein, das funktioniert auf diesem Wege nicht. Da sollte man sich keinen Illusionen hingeben. Unsere Erfahrung zeigt, dass lediglich die Tatsache, dass man den Titel erringen konnte, auch überregional auf Interesse stößt. Die einzelnen Veranstaltungen aber strahlen später vorrangig auf die nähere Umgebung und die Region aus – und das finde ich auch gar nicht schlimm. Wenn man die Menschen begeistern, schöne Momente schaffen und Aha-Effekte erzeugen kann, dann beeinflusst all dies das Flair in der Stadt. Dieses kann dann strahlen.

Für die Jenoptik AG war deshalb auch der Weg das Ziel, und das darüber hinaus noch aus einem anderen Grund. Schon der Planungs- und der Bewerbungsprozess haben nämlich die Beteiligten und Interessierten an einen Tisch gebracht und sehr strukturiert und kooperativ miteinander arbeiten lassen. Jena ist ja mit

etwas mehr als 100.000 Einwohnern die bislang kleinste Stadt, die den Titel „Stadt der Wissenschaft“ erringen konnte. Daraus ergibt sich natürlich der Vorteil der kurzen Wege und direkten Drähte. Man hat nicht nur beruflich oder in der Universität häufig miteinander zu tun, sondern begegnet sich fast zwangsläufig auch in Kneipen oder bei kulturellen Veranstaltungen. Dass daraus aber eine zukunftsorientierte Struktur, ein Netzwerk entstanden ist, das war auch eines der wichtigen Ergebnisse des Wissenschaftsjahres 2008. Die Gemeinsamkeit und der Wille, sich als Leuchtturm Thüringens zu präsentieren und zu zeigen, dass man keine verschlafene Unistadt irgendwo im Osten ist, waren sehr wichtig für das Jahr und halten bis heute an.

# 7

Norbert Käthler

## Forschung, Lehre und Innovation

Karlsruhe

34.000 Studierende, 22 Forschungseinrichtungen, darunter acht Hochschulen, das Karlsruher Institut für Technologie (KIT) als größtes Forschungszentrum Deutschlands und größter Arbeitgeber der Stadt – die Fakten belegen: Karlsruhe ist eine Stadt für die Wissenschaft. Die zentrale Lage aller Hochschulen macht die Innenstadt nahezu als Campus wahrnehmbar und verleiht ihr ein einzigartiges Flair. Auffallend ist auch die hohe Konzentration wissenschaftlicher Qualität, die einer mittleren Großstadt internationale Klasse verleiht. Im Karlsruher Dozentenkader finden sich einige der bekanntesten Wissenschaftler Deutschlands, etwa Wolfgang Rihm an der Hochschule für Musik oder Peter Sloterdijk an der Hochschule für Gestaltung.

### Karlsruhe auf dem Weg zur Studentenstadt und Wissenschaftsstadt

Trotz dieser eindeutigen Datenlage wurde bis vor wenigen Jahren das wissenschaftliche Potenzial im öffentlichen Leben nur am Rande wahrnehmbar. Obwohl die Studierenden einen Anteil von zwölf Prozent der Bevölkerung ausmachen, wurde der Begriff Studentenstadt nur selten in Verbindung mit Karlsruhe genannt. Weder das wissenschaftliche Potenzial noch die reiche studentische Szene traten öffentlich nennenswert in Erscheinung. Und dies, obwohl zahlreiche Analysen Karlsruhes Zukunftspotenziale sehr stark gerade mit Forschungseinrichtungen, Hochschulen und innovativen Ausgründungen verknüpft sahen.



Studierende mit ihren neuen „Draislern“.

Inzwischen hat sich das Bild deutlich gewandelt. 2005 wurde das Masterplanprojekt Studentenstadt beschlossen. Die für das gleiche Jahr erfolgte Bewerbung zur „Stadt der Wissenschaft“ sowie eine große Zahl von Projekten zur Studenten- und Wissenschaftsstadt führten dazu, dass dieses Thema in der Kommunalpolitik mittlerweile einen unbestritten hohen Stellenwert einnimmt. Ein GPS-Tracking hat im Jahr 2009 eindrucksvoll belegt, dass in Karlsruhe zwar kein typisches Studentenviertel existiert. Stattdessen fungiert jedoch die gesamte Innenstadt als Studentenviertel. 100 Studierende wurden bei diesem Tracking eine Woche mit einem GPS-Travel-Rekorder ausgestattet. Parallel dazu führten sie Protokoll, wo sie sich aufgehalten haben und mit welchem Verkehrsmittel sie unterwegs waren. Das verblüffende Ergebnis: Die festgehaltenen GPS-Routen zeichneten den gesamten Innenstadtplan nach. Fast jede Straße wurde von den Studierenden begangen oder befahren, ein deutlicher Schwerpunkt war nicht zu erkennen. Insofern ist es nicht erstaunlich, wenn die Studierenden in der Stadt nicht sehr auffallen, denn sie sind einfach überall.

Diese Analyse zeigt aber nicht nur die Durchdringung der Stadt durch Studierende, sie widerlegt auch einige andere Vorurteile. So wurde festgestellt, dass ca. 75 Prozent aller Studierenden die Stadt durchaus intensiv nutzen. Nur 25 Prozent wurden als Zielpendler charakterisiert. Die Hauptfußgängerzone ist für das Mittagessen bedeutender als die Hochschulmensen, öffentliche Freizeit- und Sportangebote werden intensiv genutzt.

Aus den vielfältigen Erkenntnissen ließen sich konkrete Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Projektes Studentenstadt ableiten. Zentral war hierbei die Erweiterung des Projektes zur Studenten- und Wissenschaftsstadt. Mehr als 70 Prozent aller Studierenden nennen den Ruf der Hochschule als wichtigsten Grund für ein Studium in Karlsruhe. Bei sechs von acht Hochschulen ist das wissenschaftliche Niveau ausschlaggebend für die Studienortwahl. Andere Gründe wie die Lebensqualität in der Stadt oder die Nähe zum Herkunftsort spielen eine vergleichsweise geringe Rolle. Auf dieser Basis ist es logisch ableitbar und auch im Sinne der Studierenden, die Studentenstadt mit der Wissenschaftsstadt zu verbinden.

## Das Masterplanprojekt Studentenstadt als Motor für die Stadtentwicklung

Einen wesentlichen Meilenstein markierte die Aufnahme des Projektes Studentenstadt in den Masterplan der Stadt Karlsruhe. Hieraus resultierend hat die Stadt Karlsruhe, koordiniert vom Stadtmarketing, einen Lenkungsreis etabliert, der schwerpunktmäßig Projekte in folgenden vier Modulen initiiert und steuert: 1. Wohnen, 2. Studentische Kultur, 3. Hochschulen in der Stadt, 4. Potenziale, Alumni, Existenzgründer. In diesen Feldern wurden insgesamt fast 100 Projektideen

### Stadt-Info

**Name der Stadt:**

Karlsruhe

**Zahl der Einwohner:**

280.000

**Zahl der Studierenden:**

34.000

**Anzahl der Hochschulen:**

8

**Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:**

- KIT – Karlsruher Institut für Technologie (2009, zuvor Polytechnikum Karlsruhe, gegründet 1825)
- Hochschule Karlsruhe – Technik und Wirtschaft (als Baugewerkeschule 1878 gegründet)

**Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:**

- Bundesanstalt für Wasserbau
- Fraunhofer-Institute für
  - Chemische Technologie (ICT)
  - Optronik, Systemtechnik und Bildauswertung (IOSB)
  - System- und Innovationsforschung (ISI)
- Max-Rubner-Institut
- Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz (LUBW)
- ZKM Zentrum für Kunst und Medientechnologie
- Institut für Transurane

**Website mit zentralen Informationen:**

[www.stadtmarketing-karlsruhe.de](http://www.stadtmarketing-karlsruhe.de)

**Budget:**

1,5 Vollzeitstellen und diverse Projektbudgets

**Ansprechpartner in der Kommune:**

Stadtmarketing Karlsruhe GmbH,  
[www.stadtmarketing-karlsruhe.de](http://www.stadtmarketing-karlsruhe.de),  
 Telefon: (0721) 3523626

entwickelt, 6 davon befinden sich in der Umsetzungsphase, 13 weitere sollen in den nächsten Jahren angegangen werden. Die Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt, dass eine funktionierende Steuerungsgruppe aus Vertretern der Hochschulen, der Studentenvertretungen und der Stadt sehr wichtig für den Projekterfolg ist. Die Schwerpunktsetzungen der einzelnen Gruppierungen gestalten sich dabei inhaltlich durchaus unterschiedlich. So ist die Stadt vorwiegend an einer stärkeren Präsenz der Hochschulen in der Öffentlichkeit interessiert, die Hochschulen an der überregionalen Vermarktung des wissenschaftlichen Profils und die Studierenden an einer Verbesserung der studentischen Infrastruktur und der Lebensbedingungen. Trotz dieser Interessenlage hat sich ein konstruktiver Dialog entwickelt, bei dem Projekte für alle Aspekte entwickelt werden.

Die aktive Anwerbung Studierender für einen Erstwohnsitz in Karlsruhe erwies sich als weiterer wichtiger Motor für das Projekt Studentenstadt. Die einzigartige Kampagne zielte von Anfang an nicht nur auf eine Erhöhung der Zahl der Erstwohnsitze und damit der Einwohnerzahl, sondern auch auf eine stärkere Identifikation der Studienanfänger mit Karlsruhe. Insofern wurde bewusst nicht nur ein Gutscheinpaket entwickelt, sondern dessen Inhalte wurden auch gezielt mit der Stadt verbunden. Auffälligstes Merkmal ist eine Fahrradverlosung, bei der zwischen 2007 und 2010 insgesamt über 2.000 individuell gestaltete sogenannte rote Draisler an die Gewinner ausgegeben wurden. Das Fahrrad bot sich aus zwei Gründen an: Das Thema Fahrrad ist historisch in Karlsruhe verankert, denn Karl Drais, der Erfinder des Vorläufers unseres heutigen Fahrrades, ist hier geboren. Darüber hinaus ist das Fahrrad mit Abstand das beliebteste Verkehrsmittel unter Studierenden, in der Studentenumfrage ergab sich bei der Verkehrsmittelwahl ein Anteil von 35 Prozent. Die Inszenierung der Fahrradverlosung zu einem Event ist nun zum sichtbaren Zeichen der Studentenstadt geworden.

Ein weiteres Projekt im Rahmen der Studentenstadt ist das Kulturscheckheft, das Gutscheine im Wert von ca. 500 Euro für Museen, Theater und Freizeiteinrichtungen enthält. Dieses Projekt wurde auf Basis der Studentenumfrage weiter optimiert, denn die Nutzung und Bekanntheit der ca. 130 kulturellen Einrichtungen in Karlsruhe war unter Studierenden relativ gering ausgeprägt. Wichtig für den Erfolg des Kulturscheckheftes war vor allem die Aufnahme von Kinos und Freizeitbädern, um damit auch das Interesse bei denjenigen Studierenden zu wecken, die nicht per se kulturaffin sind. Die Auswirkungen dieser geänderten Konzeption werden derzeit analysiert.

## **Das KIT als Faktor für die überregionale Positionierung**

Bundesweite Aufmerksamkeit erlangte die Universität Karlsruhe durch den Gewinn der Exzellenzinitiative im Jahr 2006. Als eine von drei deutschen Hochschulen wurde sie als Eliteuni ausgezeichnet. Der bereits zuvor hervorragende Ruf, manifestiert durch die Hervorbringung von Nobelpreisträgern und exzellenten Forschungsleistungen, bekam eine zusätzliche Dimension. Zwei Jahre später wurde die Fusion mit dem Forschungszentrum Karlsruhe zum KIT vollzogen. Damit verbunden war eine deutlich stärkere mediale Aufmerksamkeit, die Zahl der überregionalen Presseartikel zum KIT verdoppelte sich. Interessant für die Stadtentwicklung war hierbei die inhaltliche Ausrichtung des KIT, das sich in Orientierung am MIT in Cambridge einerseits in den MINT-Fächern profiliert und hierbei weltweite Vernetzungen pflegt, andererseits das Thema der wissenschaftlichen Verantwortung, die Technikfolgenanalyse und hier die Schnittstellen zu den Geisteswissenschaften ins Zentrum stellt.

## Auf dem Weg zu weiterer Vernetzung der Hochschulen und der Stadt

Dieser Fokus entspricht den Schwerpunkten der Stadt, die sich einerseits mit innovativen Technologien profilieren will, andererseits Schwerpunkte in Kunst, Kultur und demokratischen Institutionen sieht. Hieraus leitet sich auch ab, dass das Wissenschaftsbüro der Stadt sich schwerpunktmäßig als Koordinator hochschulübergreifender Projekte sieht. Wenn auch ca. 60 Prozent aller Studierenden am KIT sind, so ergibt sich die Vielfalt der studentischen Szene nicht unwesentlich aus der Verknüpfung zwischen den acht Hochschulen von Karlsruhe. Gerade aus der Verknüpfung von Wissenschaften verschiedener Hochschulen, von fachbereichsübergreifenden interdisziplinären Projekten ergeben sich neue Impulse. Beispielhaft sei der Fachbereich Musikinformatik genannt, in dem die Hochschule für Musik gemeinsam mit der Hochschule Karlsruhe – Technik und Wirtschaft kooperiert. Oder ein Projekt des Stadtmarketings zur Gestaltung von Bauzäunen im öffentlichen Raum, bei dem u. a. der Fachbereich Architektur des KIT mit dem Fachbereich Produktdesign der Staatlichen Hochschule für Gestaltung Karlsruhe Gestaltungsvorschläge erarbeitet. Es hat sich gezeigt, dass die Kooperation von Hochschulen immer dann zu guten Ergebnissen führt, wenn jede der beteiligten Institutionen einen eigenständigen Zusatznutzen für das Projekt beisteuern kann, wenn das spezifische Know-how aller beteiligten Partner gebraucht wird.



„Draisler“-Ausgabe zum 225. Drais-Jubiläum.

In diesem Sinne ist es ein großes Ziel, im Jahr 2013 ein neuartiges und überregionales Wissenschaftsfestival für Karlsruhe zu etablieren, bei dem verschiedene Hochschulen ihren Beitrag zur Wissenschaftskommunikation leisten. Hierzu finden derzeit die Abstimmungen zwischen den wichtigsten wissenschaftlichen Institutionen statt. Aktuell gibt es mehr als 30 Formate, von der Langen Nacht der Mathematik über die Kinderuni bis zum Tag der offenen Tür, an denen Wissenschaft in Karlsruhe öffentlich wird. Nun sollen aber nicht nur viele dieser Formate unter dem Dach eines übergreifenden Festivals zusammengefasst werden, sondern es soll alle zwei Jahre ein wissenschaftliches Thema hochschulübergreifend öffentlich inszeniert werden. Ein erster Schritt hierzu war die Bewerbung zur „Stadt der jungen Forscher“, in der für das Thema Mobilität insgesamt mehr als 20 Schülerlabore und andere Akteure ein Programm zusammengestellt haben. Der Einzug ins Finale der letzten Drei hat Karlsruhe motiviert, sich für 2012 erneut zu bewerben. Ein anderes Beispiel für die Inszenierung der Wissenschaft stellt das FameLab Baden-Württemberg dar, bei dem im Frühjahr 2011 in Karlsruhe der landesweite Wettbewerb in wissenschaftlicher Kurzkommunikation stattfindet.

### **Fazit: die Wissenschaftsstadt als Individuallösung für Karlsruhe**

Insgesamt zeigt sich, dass für Karlsruhe ein sehr spezifischer Weg entwickelt wurde, um Hochschulen, Wissenschaft und Stadt zusammenzubringen, mit dem gemeinsamen Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes durch die Nutzung der wissenschaftlichen Potenziale zu steigern. Folgende fünf Besonderheiten lassen sich abschließend zusammenfassen: Erstens liegt eine große Zahl sehr verschiedener Einrichtungen im Stadtzentrum, wodurch optimale Voraussetzungen für die gegenseitige Vernetzung zwischen den Einrichtungen und mit der Stadt gegeben sind. Zweitens bieten viele Einrichtungen Studiengänge, die Forschung und Innovation verbinden und damit einen fließenden Übergang von den Hochschulen in Unternehmen und Unternehmensgründungen erlauben. Drittens gibt es zahlreiche Institutionen und Formate, die bereits sehr stark an der Schnittstelle zwischen Hochschulen und Stadt bzw. in der öffentlichen Wissenschaft wirken. Viertens fehlen in Karlsruhe bisher im überregionalen Vergleich symbolhafte starke Zeichen für die Wissenschaftsstadt. Insofern wird intensiv an einem Wissenschaftsfestival und weiteren Projekten mit Symbolwirkung gearbeitet. Fünftens wird Karlsruhe zwar nicht zu einer reinen Studentenstadt, doch versteht es die Stadt als Aufgabe, dem aufgrund des internationalen Maßstabes bei der Bewerbung um Studierende und Mitarbeiter wachsenden Anspruch gerecht zu werden. In Karlsruhe sollen nicht nur das KIT, sondern auch die Stadt als exzellent wahrgenommen werden.



## 8

*Dagmar Sachse, Inge Schröder*

# Sternenfunkeln über der Ostsee

Kiel

Vor 400 Jahren setzte Galileo Galilei erstmals ein Teleskop für astronomische Beobachtungen ein. Johannes Kepler beschrieb damals die Grundlagen für die moderne Astronomie. Dieser runde Geburtstag animierte die UN-Generalversammlung, 2009 zum „Internationalen Jahr der Astronomie“ auszurufen.

In diesem Jahr funkelte nicht nur der Sternenhimmel über der Landeshauptstadt im Norden. Mit 430 Veranstaltungen hat Kiel zusammen mit den Hochschulen und dem Kieler Forum Netzwerk Kultur & Wissenschaft in der Stadt ein lebendiges Wissenschaftsjahr unter dem Motto „Sterne über Kiel“ gestaltet, das auf vielfältige Weise die Faszination der Astronomie vermittelte. Damit konnte „Sterne über Kiel“ auch das Motto des Internationalen Wissenschaftsjahres „Das Weltall. Du lebst darin – entdecke es!“ mit Leben füllen.

## Wissenschaftsstandort Kiel

Kiel verfügt mit der 1665 gegründeten Christian-Albrechts-Universität über eine traditionsreiche Hochschule, ist aber in der Vergangenheit als maritim geprägter Wirtschaftsstandort mit Schiffbau und Schiffstechnik nicht primär als Universi-



Eine ganze Stadt gestaltet das internationale Jahr der Astronomie.

tätsstadt und Wissenschaftsstandort wahrgenommen worden. Diese Selbst- und Fremdwahrnehmung ist im Umbruch. Die zielgerichtete Profilbildung der Christian-Albrechts-Universität in den letzten Jahren zeigt mit zwei Exzellenzclustern und einer Graduiertenschule unübersehbare Erfolge. Auch die Fachhochschule Kiel, die Muthesius Kunsthochschule und vier Leibniz-Institute tragen erheblich dazu bei, dass Kiel heute ein starker Wissenschaftsstandort ist und allmählich nicht nur von der eigenen Bevölkerung, sondern auch von außen als solcher anerkannt wird. Projekte wie „Sterne über Kiel“ haben diesen Wandel spürbar unterstützt.

Ende 2005 erklärte die Ratsversammlung in Kiel die Stärkung der Wissenschaft und die verstärkte Zusammenarbeit mit den Hochschulen zum strategischen Handlungsziel. Dabei will die Stadt

- den Wissenschaftsstandort Kiel regional, national und international stärker vermarkten
- den regelmäßigen Austausch zwischen der Stadt und den Wissenschaftsinstitutionen intensivieren
- den Wissenstransfer zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft stärker fördern
- Hochschulen, Forschungsinstitute und die Stadt räumlich und inhaltlich enger zusammenbringen
- im Erscheinungsbild der Stadt erkennbar werden lassen, dass die Landeshauptstadt Kiel ein hervorragender Wissenschaftsstandort ist
- dazu beitragen, dass mehr Studierende, Lehrende und Forschende für die Hochschulen gewonnen werden und Kiel zu ihrem Lebensmittelpunkt machen
- die Wissenschaft stärker als bisher mitten in die Stadt bringen und sie für die Bevölkerung im wahrsten Sinne begreifbar machen

Seit 2007 besteht in Kiel ein Arbeitskreis Wissenschaftsmarketing, dem alle Hochschulen und Forschungsinstitute angehören. Er begleitet und unterstützt die einzelnen Schritte, die zu einer stärkeren Vermarktung des Wissenschaftsstandortes Kiel beitragen können. Derzeit wird dort ein gemeinsames Erscheinungsbild entwickelt, das immer dann genutzt werden soll, wenn die Stadt zusammen mit Wissenschaftseinrichtungen in Kiel Maßnahmen ergreift – etwa bei der Bewerbung um die Stadt der jungen Forscher, beim Wissenschaftsstadtplan, Ausstellungen, Vorträgen, Veranstaltungen. Es soll auch für das in der Entwicklung befindliche Wissenschaftsportale auf [kiel.de](http://kiel.de) genutzt werden. Dort soll sich der Wissenschaftsstandort in all seinen Facetten präsentieren. Neben der Vorstellung der einzelnen Wissenschaftsinstitutionen sollen die herausragenden Forschungsbereiche vorgestellt werden. Auch den bestehenden Netzwerken zwischen Wirtschaft und Wissenschaft wird das Portal Raum für die Darstellung geben.

## Stadt-Info

### Name der Stadt:

Landeshauptstadt Kiel

### Zahl der Einwohner:

235.000

### Zahl der Studierenden:

29.000

### Anzahl der Hochschulen:

3

### Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:

- Christian-Albrechts-Universität zu Kiel (1665)
- Fachhochschule Kiel (1969)

### Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:

- Institut für Weltwirtschaft
- IFM-GEOMAR Leibniz-Institut für Meereswissenschaften
- Deutsche Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
- IPN – Leibniz-Institut für die Pädagogik der Naturwissenschaften und Mathematik

### Website mit zentralen Informationen:

[wissenschaft.kiel.de](http://wissenschaft.kiel.de)

### Budget:

50.000 Euro (Ausstellungen, Wettbewerbe, Veranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit)

### Ansprechpartner in der Kommune:

Dezernat für Arbeit und Wirtschaft, Wissenschaftsreferentin

Die umfassende Präsentation Kiels als starker Wissenschaftsstandort und gleichzeitig als Stadt mit hoher Lebensqualität ist ein wichtiges Instrument, um Hochschulen, Forschungsinstitute und wissensintensive Unternehmen dabei zu unterstützen, Studierende und qualifizierte Mitarbeiter in die Stadt zu holen und hier zu halten.

### **Wissenschaftsjahr „Sterne über Kiel“**

Die Veranstaltungsreihe „Sterne über Kiel“ hat dazu beigetragen, dass Kiel als Wissenschaftsstandort stärker wahrgenommen wird. Durch die Einbindung von „Sterne über Kiel“ in ein internationales Wissenschaftsjahr erfuhr das umfangreiche Programm auch überregional große Aufmerksamkeit.

Der Oberbürgermeister sowie die Präsidenten der drei Hochschulen übernahmen die Schirmherrschaft der Veranstaltung. Das ist ein deutliches Zeichen dafür, dass die Zusammenarbeit der Stadt mit ihren Wissenschaftsinstitutionen intensiver wird. Die Abschlussveranstaltung, der Hochschulempfang der Landeshauptstadt im Dezember 2009, stand ebenfalls ganz im Zeichen der „Sterne über Kiel“. Der Oberbürgermeister würdigte nicht nur das Engagement aller Beteiligten, sondern bewertete die gelungene Veranstaltungsreihe als Ausdruck einer konstruktiven Zusammenarbeit, die eine starke Basis für zukünftige gemeinsame Projekte bietet.

Die Veranstaltungsreihe „Sterne über Kiel“ war bundesweit das umfassendste Programm zum „Internationalen Jahr der Astronomie“ und wurde deshalb auch in die Abschlussbroschüre „Das Internationale Jahr der Astronomie 2009 in Deutschland“ aufgenommen. Zwölf Monate lang boten die Sternwarte und der Medienturm der Fachhochschule Kiel sowie verschiedene Einrichtungen der Christian-Albrechts-Universität den Kielern jedes Alters in vielfältigen Veranstaltungen gut verständliche Wissenschaft.

Die kulturellen und wissenschaftlichen Programmangebote in den Bereichen Wissenschaft, Kultur, Technik, Natur, Kinder- und Jugendarbeit, Bildung sowie Unterhaltung eröffneten ganz unterschiedliche und überraschende Zugänge zur Astronomie. Bewusst wurde das Thema breit interpretiert, um Wissenschaft und Kultur zu verbinden, kreativen Ideen Raum zu geben und unerwartete Einblicke zu ermöglichen.

### **Veranstaltungsprogramm**

Astronomie ist vielfältig, spannend und lebensnah – die Himmelskörper Sonne, Mond und Sterne beeinflussen und begleiten uns ein Leben lang. So war es nicht schwer, 50 Veranstalter in Kiel zu finden, die zum vielfach eintrittsfreien Programm beitrugen. Dazu gehörten wissenschaftliche und kulturelle Einrichtungen wie Institute, Museen, Theater und Kulturzentren. Außerdem beteiligten sich mehrere Vereine, die sich mit Astronomie beschäftigen, wie der Plöner PlanetenPfad, die Gesellschaft für volkstümliche Astronomie, peregrinus interstellar, der Naturwissenschaftliche Verein oder das Astro-Team Kiel. Aber auch Bildungsträger, Büchereien und Wohlfahrtsverbände engagierten sich für die Veranstaltungsreihe, indem sie Veranstaltungen in ihren Einrichtungen ermöglichten. Zahlreiche Outdoor-Aktivitäten gehörten ebenfalls zum Veranstaltungsprogramm. So bot die Museumsbahn eine



Unendliche Weiten: Schülerinnen und Schüler begeistern sich für unseren Weltraum.

„Nachtfahrt zum Strand“, das Camp 24|sieben einen Segeltörn „Navigieren unter Sternen“, der Kieler Hochseilgarten eine Tour „Nachtklettern für Sternensucher“ und die Kieler Bäder GmbH einen Vortrag „Warum scheint die Sonne“ im Freibad. Darüber hinaus gestatteten die Sterne als verbindendes Element die Einbettung kreativer Veranstaltungsinhalte und -formate. Sterne über Kiel unterbreitete für jeden Geschmack ein himmlisches Angebot: Im Zoologischen Museum wurde erklärt, wie Himmelskörper die Tiere beeinflussen, das Schauspielhaus präsentierte eine Fotoausstellung über Stars und Sternchen, im Haus der Familie lauschte man Geschichten, Märchen und Liedern über die Sterne. Der Einkauf im Shoppingcenter bekam durch einen Blick in die Sterne im mobilen Planetarium einen zusätzlichen Glanzpunkt, „Peterchens Mondfahrt“ wurde in das Kinderprogramm der Kieler Woche aufgenommen und die Himmelskunde wurde auf den Weihnachtsmarkt verlegt. Diese kleine Auswahl soll verdeutlichen, wie durch die Kombination verschiedenster Ideen ein umfangreiches Programm entstehen konnte, das sich flächendeckend über das gesamte Stadtgebiet erstreckte.

Dass „Sterne über Kiel“ bei den Menschen himmlisch gut ankam, zeigen die Besucherzahlen der Veranstaltungsreihe: Die Vorträge, Filmvorführungen, Lesungen, und Beobachtungsabende zogen insgesamt rund 25.000 Gäste an. Hinzu kamen Tausende, die die fünf Großveranstaltungen des Themenjahres besuchten: die Spielserie zur Kieler Woche unter dem Motto „Peterchens Mondfahrt“ und die Ausstellungen „Augen im All“ und „Hol mir die Sterne vom Himmel“ im CITTI-PARK Kiel, die von der Wissenschaftszeitschrift „Welt der Wunder“ präsentierte interaktive Erlebniswelt „Eine Reise mit dem Raumschiff Erde“ im Kieler Hauptbahnhof sowie der verkaufsoffene Sonntag im CITTI-PARK Kiel unter dem Motto „Sterne über Kiel-Hassee“.

Die Kieler Nachrichten trugen als medialer Kooperationspartner durch ihre umfangreiche und verlässliche Berichterstattung sehr zum Erfolg der Veranstaltungsreihe bei. Neben der Veröffentlichung aller Termine im Veranstaltungskalender widmete sich die Redaktion in einer Vielzahl von Artikeln auch einzelnen Veranstaltungen. Zudem fanden sich über das gesamte Jahr verteilt immer wieder Beiträge in der Zeitung über das Universum (Die Venus strahlt am Firmament, Zusammenstoß mit Asteroiden und Meteoriten, Wie die schwarzen Löcher ins Universum kamen, Blick ins Geburtshaus der Sterne, Leben im Weltall: Utopie oder Realität? etc.). Diese entstanden in enger Kooperation mit der Universität.

Neben der Berichterstattung in den Medien erfolgte die Werbung für „Sterne über Kiel“ durch gedruckte Quartalsprogramme, die in hoher Stückzahl in der Stadt und im Kieler Umland verteilt wurden, sowie durch Plakate im gesamten Stadtgebiet. Die Kosten für die Öffentlichkeitsarbeit und die Koordination des Veranstaltungsprogramms wurden von der Landeshauptstadt Kiel, den drei Hochschulen und Sponsoren getragen. Die Finanzierung der einzelnen Programmpunkte erfolgte durch die Veranstalter selbst.

Die Reihe mit ihrem bunten, kreativen und sehr informativen Programmreigen war außerordentlich gut geeignet, um die Menschen in der Stadt für ein wissenschaftliches Thema zu interessieren. Die Vielzahl kostenfreier Veranstaltungen insbesondere für Kinder und Jugendliche bot die Möglichkeit, gezielt etwas für den wissenschaftlichen Nachwuchs zu tun.

Die gelungene Kooperation für die Veranstaltungsreihe „Sterne über Kiel“ ermutigte die Stadt und die Hochschulen, weitere Projekte zur Stärkung des Wissenschaftsstandortes zu initiieren.

So bewarb sich die Stadt in Kooperation mit Schulen, Hochschulen, Forschungsinstituten, Medienpartnern und Partnern aus der Wirtschaft erfolgreich im Wettbewerb „Stadt der jungen Forscher 2011“. Den Schwerpunkt der Bewerbung „Mit dem Forschungsschiff auf Expedition durch Kieler Schulen“ legte Kiel auf die Durchführung von Projekten zwischen Schule und Wissenschaft. Die Schulen in der Stadt und im engeren Kieler Umland konnten sich mit interessanten Projekten um eine finanzielle Förderung bewerben. Vom Herbst 2010 bis zum Frühjahr 2011 wurden die ausgewählten Projekte mit Unterstützung von Wissenschaftlern und Wirtschaftsunternehmen durchgeführt. Die Ergebnisse werden im Mai 2011 auf einem Wissenschaftsfestival in Kiel der Öffentlichkeit präsentiert.

Auch hier handelt es sich um einen Meilenstein für eine stärkere Präsentation der Stadt als Wissenschaftsstandort, insbesondere vor dem Hintergrund, dass auch der Bundeswettbewerb „Jugend forscht“ 2011 in Kiel zu Gast sein wird.

## Weiterentwicklung der Kooperation

Gleichzeitig förderte das Projekt die Kooperation der Kommune mit den Wissenschaftseinrichtungen. Diese enge Zusammenarbeit schafft die Voraussetzungen für eine zukunftsorientierte Stadtentwicklung. Deutschland entwickelt sich immer mehr zu einer Wissensgesellschaft. Produktion, Verarbeitung, Verteilung und Verwertung von Wissen bilden die Grundlage für Innovation, ökonomische Entwicklung und Wachstum. Forschung, Wissenschaft und deren Vernetzung mit der Wirtschaft gehören zu den zentralen Standortfaktoren der Zukunft im kommunalen, regionalen und internationalen Wettbewerb. Diese Zusammenarbeit gibt Impulse für die Stadt, für Unternehmen und Kultureinrichtungen. Kreative und innovative Potenziale der Stadt werden so gehoben. Das gemeinsame Projekt war ein wichtiger Schritt in diese Richtung.

Von Kiel auf die Meere der Welt: Meeres- und Klimaforschung prägen die Kieler Wissenschaft.



## Die Wissenschaft rückt in die Stadt

Konrad Bockemühl, Lokalchef der „Kieler Nachrichten“, über die Ambitionen der Landeshauptstadt

Stadt der jungen Forscher“ – als dritte deutsche Stadt darf sich Kiel 2011 mit diesem Titel schmücken. Als junge Forscher sind in diesem Fall Schüler angesprochen. Aber Kiel ist zunehmend auch eine Stadt der jungen Forscher an seinen Hochschulen – und gerade diese jungen Wissenschaftler stehen für eine gelebte Annäherung zwischen der Stadt und ihrer Universität, ihrer Kunst- und ihrer Fachhochschule. Vernetzung ist ein zentrales Stichwort und zugleich ein aktuelles Leitmotiv der 345 Jahre alten Christian-Albrechts-Universität (CAU). Und sie wird nicht nur zwischen den Disziplinen und den Hochschulen gelebt, sondern auch im Verhältnis zur Wirtschaft in der Stadt und zu ihren Bürgern. Ein eindrucksvolles Beispiel gab die Reihe „Sterne über Kiel“ im „Internationalen Jahr der Astronomie 2009“: Alle zogen an einem Strang, um ein hochwissenschaftliches Thema auf unterschiedlichsten, kreativen Wegen ganz nah zu den Bürgern zu tragen. Mit an Kopfzahlen messbarem Erfolg.

In der „Stadt der jungen Forscher“ treffen sich erneut alle Akteure der Wissenschaft, um den Nachwuchs in zahlreichen Schulprojekten fundiert zu begleiten. Auch die Kieler Wirtschaft spielt dabei ihre Rolle, nicht nur als Geldgeber,

sondern auch als Inspirator. Die Stadt musste zu diesem Anlass nicht erst eine Wissenschaftsreferentin installieren – sie hat sie bereits seit Jahren. Im Rathaus hat man in den letzten Jahren immer mehr erkannt, was für ein wichtiges Pfund die Hochschulen für den Standort sind.

Die Exzellenzinitiative des Bundes und der Länder mag da manches Schlüsselerlebnis beigesteuert haben. Nicht nur, dass die beiden Exzellenzcluster der ersten Runde – „Ozean der Zukunft“ und „Entzündung an Grenzflächen“ betitelt – vielen Nachwuchswissenschaftlern attraktive Einstiegs- und spannende Arbeitsbedingungen bescheren. Die Themen aus der Entzündungsmedizin und der Meeres- bzw. Klimaforschung sind immer wieder geeignet, Menschen auch in direkter Betroffenheit anzusprechen. Die „Kieler Nachrichten“ erfüllen dabei als örtliche Zeitung eine wichtige Mittlerfunktion und gewähren den Themen einen für einen Regionaltitel sicher überdurchschnittlich hohen Stellenwert. Aktuelle Bestätigung: Die CAU räumt in ihrem Zukunftskonzept für die Bewerbung als Elite-Universität einem schwimmenden Begegnungszentrum zwischen Uni und Bürgern mitten in der Stadt eine im doppelten Sinne zentrale Rolle ein.

### Vernetzung funktioniert

Die Aktualität der genannten Themenkreise und die Möglichkeiten, etwa bei internationalen Klimakonferenzen Experten vor Ort befragen zu können, erleichtern die Ambitionen, Berührungspunkte zwischen der Stadt und ihren Hochschulen abzubauen. Deutlich wird: Man will nicht außen vor bleiben. Dafür steht auch der Wissenschaftspark mit seinem Wissenschafts-(Gründer-)Zentrum. Die Fachhochschule Kiel mit ihrer anwendungsnah-maritim geprägten Orientierung pflegt im Ozean-Exzellenzcluster Berührungspunkte zur Uni und zum Leibniz-Institut für Meereswissenschaften/IFM-GEOMAR ebenso wie die Muthesius Kunsthochschule, die zu den Inhalten faszinierende Ausstellungskonzepte beisteuerte.

Die Vernetzung funktioniert. Und das Netz, das ist erklärter Wille der Spitzen aus Stadt, Hochschulen und Wirtschaft, wird spürbar dichter. Aber nicht auf Kosten der Transparenz. Dazu mag nicht zuletzt ein Wissenschaftsstadtplan beitragen, den die Stadt Kiel 2008 erstmals herausgegeben hat.

## 9

Waltraut Liebl-Kopitzki

# Nicht gesiegt und doch gewonnen

Konstanz

## Konstanz – die Stadt zum See

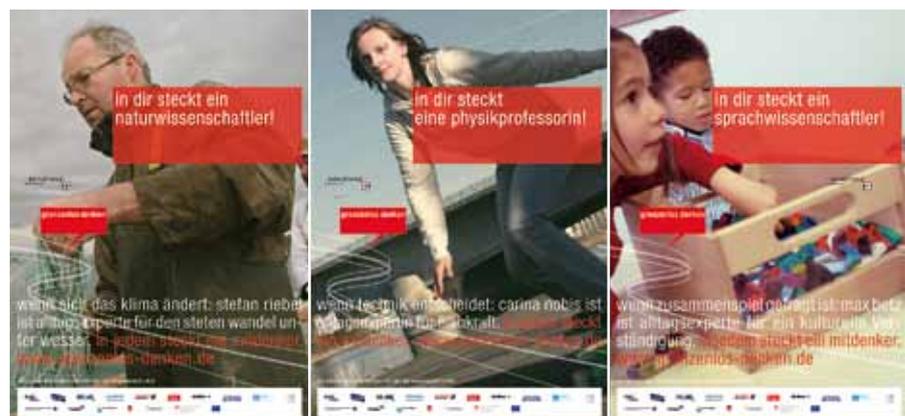
Mit über 80.000 Einwohnern ist Konstanz nicht nur die größte Stadt am Bodensee, sondern auch wirtschaftliches und kulturelles Oberzentrum der Region. Die hochwertigen Bildungseinrichtungen, das umfangreiche Kulturangebot mit überregionaler Ausstrahlung sowie die einmalige Lage und die Nähe zur Schweiz tragen zur hohen Lebensqualität bei. Die lokale Wirtschaftsstruktur ist durch die beiden Großbetriebe Nycomed und Siemens sowie eine Vielzahl kleiner und mittelständischer Unternehmen geprägt. Gerade in zukunftsorientierten Branchen wie Fotovoltaik, Bio- und Umwelttechnologie, Life-Science/Healthcare, Satellitennavigation oder Nanotechnik hat die Stadt mit zahlreichen Technologieunternehmen und Forschungsgruppen an der Exzellenzuniversität und der Hochschule Konstanz Technik, Wirtschaft und Gestaltung (HTWG) viel zu bieten.

Zusammenfassend ist Konstanz ein moderner und innovativer Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort, an dem der Transfer zwischen den verschiedenen Bereichen gut funktioniert, dies jedoch in der Außenwahrnehmung noch stärker zu positionieren ist. Denn angesichts der landschaftlichen Schönheit und der hiermit einhergehenden touristischen Attraktivität wird die Stadt oftmals als reine Freizeit- und Urlaubsregion wahrgenommen.

## Wissen: die zentrale Ressource der Zukunft

Dabei spielen die Themenfelder Bildung, Wissenschaft und Kultur bei der nachhaltigen Profilierung von Konstanz als Zentrum der westlichen Bodenseeregion eine entscheidende Rolle. Insbesondere Bildung und Wissenschaft haben eine Im-

Starkes Sixpack:  
Der Sommer der  
Wissenschaft lockt  
mit Forschung  
im Alltag.



pulsfunktion für die regionale Wirtschaft, generieren sie doch hoch qualifizierte Fachkräfte und beeinflussen somit maßgeblich die langfristige Prosperität von Stadt und Region.

Gerade in Zeiten von Hochtechnologie, demografischem Wandel und Fachkräftemangel ist der Dreiklang von Bildung, Wissenschaft und Wirtschaft eine der zentralen Grundlagen für eine zukunftsgerichtete Stadtentwicklung. Da zwischen den einzelnen Teilbereichen zahlreiche Beziehungen und Wechselwirkungen existieren, müssen sie intensiv zusammenarbeiten, was eine zielgerichtete Vernetzung und Kooperationsförderung unabdingbar macht.

Neben dieser Vernetzung kommt auch der zielgerichteten Vermarktung des Standorts Konstanz eine große Bedeutung zu. Denn angesichts der zunehmenden Konkurrenz der Städte und Regionen im Wettbewerb um Einwohner, aber auch um Unternehmen und qualifizierte Arbeitskräfte, wird es künftig verstärkt darauf ankommen, die eigene Stadt als attraktiven Wirtschafts-, Wissenschafts- und Lebensraum zu vermarkten und positiv im Bewusstsein der Menschen zu verankern.

## Das „Jahr der Wissenschaft 2009“

Entsprechend war das übergeordnete Ziel des „Jahres der Wissenschaft“ die Schaffung nachhaltiger Netzwerke und Kooperationen, auf deren Basis die Wissenschaftsregion Konstanz weiterentwickelt werden kann: Es sollte ein Image- und Strukturwandel angestoßen werden, der die Wissenschafts- und Bildungsregion profiliert und diese für Firmen und junge Talente attraktiv macht.



## Stadt-Info

**Name der Stadt:**  
Konstanz

**Zahl der Einwohner:**  
82.000

**Zahl der Studierenden:**  
13.000

**Anzahl der Hochschulen:**  
2

**Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:**

- Universität Konstanz (1966)
- HTWG Hochschule Konstanz Technik, Wirtschaft und Gestaltung (1906 als „Technikum Konstanz“ gegründet)

**Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:**

- International Solar Energy Research Center Konstanz e.V. (ISC Konstanz)
- Diverse Institute der HTWG

**Website mit zentralen Informationen:**  
[www.konstanz.de](http://www.konstanz.de)

**Budget:**

Stellenanteile im Amt für Schulen, Bildung und Wissenschaft und verschiedene regelmäßige Arbeitsgruppen zwecks Austausch und Abstimmung mit weiteren Partnern; finanzielle Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses sowie innovativer Hochschulprojekte (Förderpreise)

**Ansprechpartner in der Kommune:**

Stadt Konstanz  
Amt für Schulen, Bildung und Wissenschaft

Hervorgegangen war die Idee des „Jahres der Wissenschaft“ aus der Bewerbung um den Titel „Stadt der Wissenschaft 2009“ des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft. Mit zwei weiteren Mitbewerbern schaffte Konstanz zwar den Sprung ins Finale, verfehlte allerdings letztlich den Sieg. Um die vielen Konzepte und Ideen, die in Zusammenarbeit mit Unternehmen, Hochschulen, Vereinen und engagierten Bürgern erarbeitet worden waren, dennoch weiterzuverfolgen und die durch den Wettbewerb entstandene Dynamik nicht „verpuffen“ zu lassen, haben die Stadt Konstanz und ihre Partner das Jahr 2009 zum „Jahr der Wissenschaft“ erklärt. Unter dem Motto „grenzenlos denken“ sollten neue Vernetzungen zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, Kultureinrichtungen, Verwaltung und Bevölkerung entstehen und dabei sprachliche und kulturelle Barrieren gezielt überwunden werden. Darüber hinaus zielte das Wissenschaftsjahr darauf ab, die Kommunikation von Wissenschaft zu verbessern: Das Interesse und Verständnis für Wissenschaft zu wecken und auch die nächste Generation, also Kinder und Jugendliche, durch erlebbare Projekte für Naturwissenschaft und Technik zu begeistern, war Antrieb für das umfangreiche Programm. Zielgruppen waren neben der lokalen Bevölkerung insbesondere auch Unternehmen, Bildungseinrichtungen sowie Wissenschaftler und Studierende der Hochschulen – diesseits und jenseits der Grenze zur Schweiz und zu Österreich.

Die Marke „grenzenlos denken“ und der Programmrahmen blieben entsprechend der Bewerbung als „Stadt der Wissenschaft“ erhalten, wurden jedoch um weitere geeignete Projekte ergänzt. Der inhaltliche Fokus lag auf den drei Themenschwerpunkten Innovation, Bildung und Kultur, zu denen das gesamte Jahr über viele Projekte und Veranstaltungen stattfanden.

Im Bereich Innovation standen wirtschaftsrelevante Themen im Vordergrund, die den Wissensaustausch zwischen Unternehmen und Hochschulen gezielt förderten – und damit den Transfer von innovativen Denkansätzen.

Der Themenbereich Bildung konzentrierte sich auf die Zusammenarbeit mit Kindergärten und Schulen, mit denen neue Formate zur Vermittlung naturwissenschaftlich-technischer Themen erprobt werden konnten. Bei den Kindern und Jugendlichen wurden durch aktive Beteiligung Grundlagen für das Verständnis und Interesse an Wissenschaft und den damit verbundenen komplexen Fragestellungen vermittelt.

Kultur, verstanden als Grundlage für das gesellschaftliche Zusammenleben, ist Garant für Freiheit im Denken und zugleich Inspiration in der Wissenschaft. Das Experimentieren mit neuen Technologien im künstlerischen Bereich stellte neben der Auseinandersetzung mit ethischen Fragen die Herausforderung für den Kulturbereich dar.

Motor der Entwicklung war die Stadt Konstanz. Die Projektleitung und Gesamtkoordination des „Jahres der Wissenschaft“ übernahm das Amt für Schulen, Bildung und Wissenschaft. Eine Lenkungsgruppe unter dem Vorsitz von Oberbürgermeister Horst Frank versammelte Vertreter der Schweizer Nachbargemeinden Kreuzlingen und Tägerwilien sowie des Schweizer Kantons Thurgau, der Hochschulen, der wichtigsten Wirtschaftsunternehmen und weiterer wichtiger Partner und legte die Ziele sowie den Budgetrahmen des Wissenschaftsjahres fest.

Eine Projektgruppe mit den Arbeitsgruppenleitungen sowie dem städtischen Pressebüro und der Stadtmarketing Konstanz GmbH stimmte Meilensteine, Maßnahmenpläne und den Budgetplan ab, die wiederum von den Arbeitsgruppen operationalisiert wurden.

In den genannten Themenschwerpunkten übernahm jeweils eine Arbeitsgruppe die konkrete inhaltliche Arbeit und tauschte sich bei regelmäßigen Treffen aus. Die breit gefächerte Zusammensetzung gewährleistete eine angemessene Einbeziehung der verschiedenen Interessengruppen und stellte die zielführende Entwicklung und Umsetzung aller Aktivitäten sicher. Dabei entstanden eigenständige Programme der Partner (etwa die Veranstaltungsreihe „uni downtown“, Science4us oder Theaterprojekte), die von diesen in Eigenregie durchgeführt und über die Projektgruppe ins Wissenschaftsjahr eingebunden wurden.

Das Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit übernahmen das städtische Pressebüro und das Stadtmarketing gemeinsam mit einer beauftragten Agentur.

Insgesamt konnte im „Jahr der Wissenschaft“ mit rund 270 Veranstaltungen ein interessantes und umfangreiches Programm realisiert werden. Zu den Höhepunkten zählten die Veranstaltungen zum „Jahr der Astronomie“ im Frühjahr, die „Wunderbare Wasserwoche“ im Sommer und die „WissensSchaffer“, ein Projekt, das Schulklassen praktisch und anschaulich an Forschungsarbeit beteiligte. Auch neben diesen Highlights wurde viel geboten: Schüler präsentierten eigene Forschungsergebnisse, entdeckten auf der Bildungsfähre ihre beruflichen Talente, gingen auf GPS-gestützte Schnitzeljagd und stillten ihren Wissensdurst auf interaktiven Veranstaltungen, einem Summer Camp für Informatik und Tagen der offenen Tür der Partner-Hochschulen. Allein die Ausstellung „Mathematik zum Anfassen“ begeisterte in wenigen Wochen weit über 3.000 Besucher und auch sonst wurde im BildungsTURM während des gesamten Jahres ein anspruchsvolles Ausstellungsprogramm angeboten. Wissenschaftliche Forschungsthemen wurden auf sehr unterschiedliche Weise anschaulich und verständlich gemacht – ob im Science Express der Forschungsexpedition Deutschland, im Forschungslabor BIOTEchnikum, im nanoTruck des Bundesforschungsministeriums oder dem Solarbootrennen in Kooperation von HTWG und Schulen aus Konstanz und Kreuzlingen. Das Themenspektrum reichte in den unterschiedlichsten Programmformaten von Mobilitäts- und Umweltthemen über Architektur, Soziologie, Sport, Naturwissenschaften bis zu Themen aus der regionalen Wirtschaft, die insbesondere das Thema qualifizierten Nachwuchs adressierte. Denn auch der Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die regionale Wirtschaft war wesentlicher Bestandteil des Programms.

## Fazit

Zusammenfassend trug das „Jahr der Wissenschaft“ zu einer verbesserten Wahrnehmung von Konstanz als attraktivem Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort bei, der neben einer hohen Lebensqualität auch hervorragende berufliche und wirtschaftliche Perspektiven bietet. Der von allen Beteiligten gewünschte Imagewandel weg von einer Touristen- hin zu einer profilierten Wissenschafts- und Bildungsregion konnte angestoßen sowie Interesse für Wissenschaft in der gesamten Bevölkerung geweckt werden.



Das Spektrum der Wissenschaft in Konstanz ist bunt und vielfältig.



Grenzenlos denken: Motto des Wissenschaftsjahres in Konstanz.

Der Anspruch, Wirtschaft, Wissenschaft und Politik einander näherzubringen, kann im Rückblick also als durchweg gelungen bezeichnet werden.

Entsprechend waren sich zum Ende des Wissenschaftsjahres alle beteiligten Partner und Sponsoren einig: Das „Jahr der Wissenschaft“ sollte nur ein Anfang gewesen sein, seine Ziele gelten auch über das Jahr 2009 hinaus. Denn gerade im Transfer zwischen Wirtschaft und Wissenschaft liegen große Chancen für die zukünftige Stadtentwicklung – und dies insbesondere in einer Stadt wie Konstanz, die aufgrund ihrer naturräumlichen Gegebenheiten und der direkten Grenzlage nur über knappe Flächenressourcen verfügt. Dementsprechend liegt das Augenmerk der lokalen Wirtschaftspolitik neben der Bestandspflege weniger auf der Ansiedlung von flächenintensivem produzierendem Gewerbe, sondern vielmehr auf hoch technologisierten und innovativen Branchen. Gerade in diesen Bereichen ist eine möglichst enge und intensive Kooperation zwischen Forschungseinrichtungen, Hochschulen und Wirtschaft und Wissenschaft erforderlich, um neue Erkenntnisse zu generieren, sie zu nutzen und damit letztlich Wertschöpfung und Beschäftigung zu generieren. Als Partner der Hochschulen, Institutionen und Firmen hat die Stadt dabei die Aufgabe, den gegenseitigen Austausch und Wissenstransfer zu begleiten, zu moderieren und zwischen unterschiedlichen Interessenlagen zu vermitteln. Das Label „grenzenlos denken“ wird hierzu auch weiterhin als programmatische Klammer für wissenschaftsbezogene Veranstaltungen und Initiativen genutzt.

Zwar gab es auch schon vor 2009 viele Veranstaltungen und Projekte zu Bildungs-, Wissenschafts- und Kulturthemen, durch das „Jahr der Wissenschaft“ wurde dieses Angebot aber nicht nur gebündelt, sondern auch weiter ausgebaut. Die unter der Dachmarke „grenzenlos denken“ zusammengefassten Formate haben Wissenschaft erlebbar gemacht. Es hat sich gezeigt, dass eine Nachfrage nach Wissenschaftsthemen besteht, wenn diese in geeignete Formate eingebunden sind.

Für die Jahre nach 2010 hat die Lenkungsgruppe vier Leitprojekte identifiziert, an denen sich die Verzahnung zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Bewohnern der Region verdeutlichen lässt. „Remote Presence“ zielt auf die Einrichtung eines *blended museum* zum Thema Kommunikation ab, „Energy Island“ will eine Plattform für die Vermittlung von Wissen über erneuerbare Energie werden. Die Lange Nacht der Wissenschaft hat 2010 mit weiteren Partnern wie der Stiftung Nobelpreisträger-treffen Lindau und der Insel Mainau das Thema Energie beleuchtet und wird sich 2011 um das Thema Gesundheit drehen. Die „Wunderbare Wissenswoche 2011“ wendet sich mit einem aktiven Mitmachprogramm, das Interesse und Begeisterung an naturwissenschaftlich-technischen Themen wecken soll, an Bewohner und Besucher der Region.

Mit Angeboten, wie sie im „Jahr der Wissenschaft 2009“ vorhanden waren, kann es gelingen, bei Jung und Alt im Sinne des lebenslangen Lernens Interesse für Themen aus den verschiedenen Wissenschaftsgebieten zu gewinnen. Vor allem in Zeiten des wirtschaftlichen Strukturwandels kann dies von entscheidender Bedeutung sein.

science4us:  
Schülerpreis-  
trägerinnen in  
den Laboren  
von Nycomed.



## Das Ziel Wissenschaftsstadt rückt in Reichweite

Jürgen Schneider, Kommunikationsdirektor der Nycomed GmbH, über die Perspektiven am Bodensee

Nycomed ist mit rund 13.000 Mitarbeitern weltweit und einem Umsatz von rund 3,4 Milliarden Euro ein mittelgroßes Pharmaunternehmen. In Deutschland hat Nycomed vier Standorte und beschäftigt rund 2.800 Mitarbeiter, davon 1.100 in Konstanz, dem weltweit größten Standort. Konstanz hat für Nycomed u. a. eine herausragende Stellung als Forschungsstandort.

Talentierte Mitarbeiter sind die Grundlage für den Erfolg forschender Pharmaunternehmen. Deshalb engagiert sich Nycomed in vielfältiger Weise in Schulen und arbeitet eng mit der Universität Konstanz und weiteren akademischen Einrichtungen der Bodenseeregion zusammen. Einige Beispiele: Mit der Projektreihe science4us fördert Nycomed gezielt das naturwissenschaftliche Interesse von Schülern im Landkreis. Alle zwei Jahre richten wir den Schülerkongress an der Universität Konstanz aus, bei dem die Teilnehmer einen Tag lang ganz Wissenschaftler sind und sich in den Universitätslaboren umsehen können. Der science4us-Schülerpreis würdigt die Leistung der 20

besten Schüler. Jenen, die im Rahmen der Science Academy Baden-Württemberg einen der Plätze in der JuniorAkademie Adelsheim ergattern, zahlt Nycomed den Schülereigenanteil.

Während der Tage der Naturwissenschaften können Schüler im BioLab-Truck auf unserem Werksgelände mehr über Biotechnologie erfahren, molekularbiologische Experimente durchführen und Einblicke in die Forschungstätigkeit des Unternehmens gewinnen. Wir unterstützen darüber hinaus die Teilnehmer des Regionalwettbewerbs von „Jugend forscht“.

### Kooperation als Unternehmensziel

Nycomed ist auch mit der Universität Konstanz seit Jahren eng vernetzt. So finanziert Nycomed den Lehrstuhl für Bioinformatik und Doktorandenstellen in einem Graduiertenkolleg. Der rege Austausch zwischen Nycomed und der Universität Konstanz sowie anderen akademischen Einrichtungen ist von strategischer Bedeutung – die Zusammenarbeit mit Hochschulen gilt als erklärtes Unternehmensziel.

Aus Sicht von Nycomed sind Wirtschaft, Stadt und Wissenschaft in den vergangenen Jahren wesentlich enger zusammengerückt. Die Stadt Konstanz arbeitet intensiv daran, neben dem traditionellen Image als Topurlaubsziel in Deutschland zu einer Wahrnehmung als bedeutender Wissenschaftsstandort zu kommen. Hierzu trägt die Universität mit dem Prädikat Elite-Universität erheblich bei. Einen wesentlichen Beitrag leistet das von der Stadt geförderte Life-Science-Netzwerk Biolago mit regelmäßigen Veranstaltungen wie „Wissenschaft trifft Wirtschaft“. Eine Einbindung breiter Teile der Bevölkerung gelang im Jahr 2010 durch die vielfältigen Veranstaltungen im Rahmen des „Jahres der Wissenschaft“. Wenn Konstanz diesen Weg konsequent weitergeht, dann ist das Ziel, eine Stadt der Wissenschaft zu werden, absolut in Reichweite.

## 10

Iris Klaßen

# Eine Stadt kämpft für die Wissenschaft

Lübeck

Spätestens seit dem Sommer 2010 ist Wissenschaft bei den Menschen in Lübeck angekommen. Was ist passiert? Eine Hiobsbotschaft ereilte die Stadt: Der exzellente Medizinstudiengang der Uni sollte geschlossen werden. Dies hätte das Aus für die Universität zu Lübeck bedeutet. Binnen sechs Wochen organisierten Uni, die benachbarte Fachhochschule, Hochschulen aus Flensburg und Kiel, alle Studierenden, Wirtschaft aus Stadt und Region, Kommunalpolitik, Stiftungen, IHK und die Bürger einen einzigartigen Protest. 16.000 Menschen reisten zur Demonstration in die Landeshauptstadt Kiel, 130.000 Unterschriften wurden gesammelt. Bundesweit wurde wahrgenommen, wie erfolgreich sich eine Stadt für Wissenschaft einsetzen kann.

Noch vor der Sommerpause war die Schließung dank Hilfe des Bundes vom Tisch. Möglich machten den schnellen Protest das Ja der Bürger zum Wissenschaftsstand-



Deutliches Votum für Wissenschaft in der 211.000-Einwohner-Stadt Lübeck: 130.344 Unterschriften wurden der Landesregierung in Kiel überreicht.

ort Lübeck und ein starkes Netzwerk mit vielfältigen Partnern. Dieses Netzwerk hat sich seit 2007 beständig aus der ersten Bewerbung Lübecks als „Stadt der Wissenschaft 2009“ herausgebildet und zeigte sich in der schwierigen Situation als Rettungsanker. Schnell konnten darüber alle Multiplikatoren mobilisiert werden. Lübeck hat beispielhaft gezeigt, dass Kommunen wirksam für Wissenschaft eintreten können, auch wenn die Entscheidungen, die das Wissenschaftssystem betreffen, letztlich auf Landes- und Bundesebene getroffen werden. Es wurde deutlich, wie wichtig und wirksam institutions- und disziplinübergreifende Netzwerke sind, um Wissenschaft aus städtischer Sicht zu schützen und zu stützen. Die Menschen haben deutlich gesagt, dass sie in einer Wissenschaftsstadt leben wollen. Sie sehen im Wissenschaftsstandort Lübeck ihre eigene und die Zukunft der Stadt gesichert.

Beim Kampf um den Erhalt der Medizinischen Fakultät an der Universität zu Lübeck ist es 2010 gelungen, die Bedeutung von Wissenschaft allen Menschen verständlich zu vermitteln und Netzwerke zu aktivieren. Der Mut zur Profilbildung war erfolgreich. In der Diskussion um die Universität war die Konzentration auf die Themen Gesundheit und Arbeitsplätze zielführend und für alle nachvollziehbar. Die klare Botschaft und ein kreativer Marketingansatz haben die Menschen aufgeweckt. Es war offensichtlich, dass Wissenschaft wirtschaftlichen Erfolg und somit mehr Lebensqualität in Lübeck ermöglicht. Investoren und Unternehmen orientieren sich an Expertise, klugen Köpfen und einem lebenswerten Umfeld. Lübeck vereint mit dem Wissenschaftscampus und der dort vorhandenen Exzellenz all das und zählt zu den lebenswertesten Städten Deutschlands.

## Lübeck entwickelt sich zur starken Bildungs- und Forschungsregion im Norden

Nach dem erfolgreichen Einsatz für die Universität richtet die Hansestadt Lübeck ihren Blick auf die konsequente Weiterentwicklung der Wissenschaftsregion. Es geht nicht um Erhalt, sondern um Wachstum von Forschung und Lehre. Impulsgeber ist der fortschreitende Aufbau des Wissenschaftscampus. Nach der bundesweit einmaligen Entwicklung des Hochschulstadtteils zum pulsierenden Wohnquartier, Forschungs- und Lernort folgt der inhaltliche Zuschnitt des Wissenschaftscampus. Er bildet die wesentliche Grundlage für das Wachstum der Wissenschaftsregion Lübeck. Die Nähe zur Metropolregion Hamburg und die herausragenden wissenschaftlichen Disziplinen im Bereich der Lebenswissenschaften werden erfolgreich für den Aufbau neuer Forschungs- und Branchencluster genutzt. In Kooperation mit der Wirtschaft, etwa beim Branchencluster foodRegio, entstehen u. a. neue Studienangebote wie der Studiengang Food Processing an der Fachhochschule Lübeck. Durch die Disziplinen Biotechnologie, Medizin und Medizintechnik wird das Wirtschaftswachstum in der Region entscheidend mitbestimmt. Der Wissen-

### Stadt-Info

**Name der Stadt:**

Hansestadt Lübeck

**Zahl der Einwohner:**

211.000

**Zahl der Studierenden:**

9.000

**Anzahl der Hochschulen:**

4

**Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:**

- Universität zu Lübeck (1964)
- Fachhochschule Lübeck (1969)

**Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:**

- Fraunhofer-Einrichtung für Marine Biotechnologie
- Forschungszentrum Borstel
- Leibniz-Zentrum für Medizin und Biowissenschaften

**Website mit zentralen Informationen:**

- [www.wissen.luebeck.de](http://www.wissen.luebeck.de)
- [www.hanse-trifft-humboldt.de](http://www.hanse-trifft-humboldt.de)

**Budget:**

Zwei Stellen zzgl. Unterstützung diverser dezentraler Einrichtungen zu unterschiedlichen Anteilen (Marketing, Kulturbetrieb, Wirtschaftsförderung etc.)

**Ansprechpartner in der Kommune:**

Hansestadt Lübeck

Wissenschaftsmanagement

[wissenschaft@innovations-campus.de](mailto:wissenschaft@innovations-campus.de)

schaftsstandort Lübeck greift aktuelle Entwicklungen auf und konzentriert sich bewusst auf seine Stärken. Dazu zählt auch eine konsequente Internationalisierung. Die kommende gesellschaftliche Strukturwelle hat Gesundheit im Fokus und generiert damit Wachstum für Lübeck. Lebenswissenschaften werden über die nächsten Jahrzehnte die Wirtschaftsentwicklung national und international entscheidend bestimmen und alle Bereiche der Gesellschaft beeinflussen. Den Menschen in der Wissenschaftsregion Lübeck ist das bewusst. Über Einkommen, Beschäftigung und soziale Sicherheit nehmen sie alle am Wachstum des Wissenschaftsstandorts teil. Das wirkt sich positiv auf die Identifikation der Menschen mit Wissenschaft in ihrer Stadt aus.

### **Wissenschaft verbindet Stadt und Zukunft**

Die Hansestadt Lübeck gestaltet aktiv ihren Paradigmenwechsel zur wissenschaftsorientierten Stadt. Sie geht kompetent mit Wissen und Wissenschaft um und fühlt sich zuständig. Vor allem soll gewährleistet sein, dass Wissen nicht denen vorbehalten ist, die aus dem Bildungsbürgertum kommen. Die Vermittlungswege und -formate, mit denen gerade Kinder und Jugendliche erreicht und für Wissenschaft begeistert werden sollen, werden neu erarbeitet und bundesweite Modellprojekte aus anderen Städten importiert und ausprobiert. Die Beteiligung am Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ für die Jahre 2009 und 2012 war und ist eine Bildungsmaßnahme und kluge Investition für die Zukunft der Stadt.

### **Wettbewerbe als Impulsgeber**

Wie die Hansestadt Lübeck begreifen viele Städte Wissenschaft unbestritten als Standortfaktor. Wenn es aber darum geht, Wissenschaft konkret in die Stadtentwicklung zu integrieren, kommt es häufig zu Abstimmungs- und Verständnisproblemen. Politik, Wirtschaft und Wissenschaft sind sehr verschiedene Systeme mit jeweils unterschiedlichen Anforderungen. Die in den Systemen tätigen Menschen müssen lernen, über den Tellerrand hinauszublicken und je nach Thema mit neuen Partnern zusammenzuarbeiten. Das gelingt immer dann besonders gut, wenn die eigene Betroffenheit oder die Bedeutung eines Themas für die eigene Institution offensichtlich ist.

Wettbewerbe wie „Stadt der Wissenschaft“ sind in dieser Hinsicht geeignete Impulsgeber. Durch sie ist es möglich, sich auf das Verbindende zu konzentrieren und gemeinsame Ziele zu formulieren. Sie fordern Wissenschaftsstandorte sowie Institutionen und Einzelpersonen heraus, sich mit ihren Stärken zu positionieren und profilieren. Lübeck hat sich 2007 erstmals darangemacht, eine Vision für den Wissenschaftsstandort zu formulieren und die eigenen Stärken herauszustellen. Anlass war die Teilnahme am Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft 2009“. Man kam seinerzeit ins Finale, konnte den Sieg aber nicht erringen. Das hat zunächst geschmerzt. Man blickte aber nach vorn und beschritt weiter konsequent den Weg zur wissenschaftsorientierten Stadt. Herzstück des weiteren Vorgehens war die Entscheidung, das Wissenschaftsmanagement als zentrale Koordinierungsstelle einzurichten. Einen wesentlichen Meilenstein in der Entwicklung bildete die Auswertung vorliegender Entwicklungskonzepte für Stadt und Wirtschaft, die Wissenschaft als Erfolgsmuster anwenden wollten. Die maßgeblichen Handlungsfelder wurden in einem Entwicklungskonzept für die Wissenschaftsstadt Lübeck zusammengefasst

und als wichtige Orientierungshilfe für alle Beteiligten und Interessierten vorgelegt. Bei diesem Vorgehen wurde die Bedeutung der Nachhaltigkeit betont. Schlüssig wurde der eingerichtete Initiativkreis „Stadt der Wissenschaft“ in Initiativkreis Wissenschaft in Lübeck umbenannt und als dauerhaft agierendes Gremium eingesetzt. Seine Mitglieder sind Vertreter von Stiftungen, Wirtschaftsverbänden, Hochschulen, Forschungseinrichtungen und natürlich von Stadt und Politik. Für sie sind die Hochschulen nicht nur wichtige Wirtschaftsfaktoren. Vielmehr garantieren sie auch wichtige Impulse für die Lübecker Identität und Kulturlandschaft.

### Informationsdrehzscheibe für Wissenschaft in der Stadt

Der Initiativkreis Wissenschaft in Lübeck hat die Einrichtung eines Wissenschaftsmanagements für die Stadt ermöglicht. Die Stelle ist in der Stadt beim Bürgermeister angehängt und wird über verschiedene Partner finanziert. Sie berichtet maßgeblich dem Initiativkreis und ist ihm verpflichtet. Das Wissenschaftsmanagement denkt somit die Interessen aller Partner mit und hat den gemeinsamen Nenner im Blick.



Wissenschaft wird transparent: Jugendliche entwickeln Modelle zur Hirnforschung.

Über das Wissenschaftsmanagement wird der Pakt der Aktiven gegründet, die Freude daran haben, neue Wege für ihre Stadt zu gehen – über die Stadtgrenzen hinaus. Kooperationen mit benachbarten Regionen und internationale Städte- und Hochschulpartnerschaften werden angestrebt und ermöglichen neue Perspektiven.

Erklärtes Ziel ist es, Wissen und Wissenschaft noch stärker mit der Stadtentwicklung zu verzahnen. Das funktioniert über Projekte und eine in sich stimmige Projektlandschaft. In Lübeck ist eine Vielzahl vorbildlicher Aktivitäten zu beobachten. Man profitiert hier von der Identifikation der Hochschulen, Unternehmen und der Bevölkerung mit ihrer Stadt. Es liegt auf der Hand, dass Wissenschaftsmarketing und Stadtmarketing einander ergänzen und füreinander eintreten müssen. Noch wichtiger ist es, das gegenseitige Verständnis zwischen Hochschulen und Stadt zu fördern und Handlungsmöglichkeiten für den Wissenschaftsstandort aufzuzeigen. Projekte an der Schnittstelle zwischen Hochschule und Stadt sind dafür besonders geeignet. Auch das Bewusstmachen, wo außerhalb von Hochschule wissenschaftlich in der Stadt gearbeitet wird, trägt zur Profilierung des Wissenschaftsstandortes bei.

### **Identitätsstiftung durch den ersten Lübecker Forschungsbericht**

Es ist selten offensichtlich, aber die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Lübecker Stadtverwaltung und der dortigen Fachbereiche forschen. Viele Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Stadtentwicklung, Umwelt und Wirtschaftsentwicklung. Hier wird es künftig noch einen viel größeren Bedarf geben. Insbesondere im Hinblick auf die Herausforderungen, denen sich Städte stellen müssen. Wissenschaft ist elementarer Bestandteil von Stadtentwicklung und identitätsfördernd für den Wissenschaftsstandort.

Der erste Lübecker Forschungsbericht ermöglicht einen Einblick in die Wissensgesellschaft der Hansestadt sowie einen Ausblick auf die Forschungsschwerpunkte der Zukunft. Denn Städte sind Auftraggeber von Forschung. Sie befördern Forschungsprojekte und betreuen wissenschaftliche Arbeiten. In Lübeck ist eine engere Zusammenarbeit mit den Hochschulen geplant. Insbesondere sollen Wissenschaft und Forschung auch als städtische Aufgabe wahrgenommen werden und nicht mehr zufällig in Abhängigkeit von handelnden Personen passieren. Gefragt ist Management. Ein angedachtes Zentrum für Wissenschaftsvermittlung im Lübecker Wissenschaftscampus könnte hier ein wichtiger Partner werden und Transparenz schaffen. Der Bericht soll den verschiedenen Verantwortungsträgern in Verwaltung, Politik und Wirtschaft verdeutlichen, dass Forschung auch außerhalb von Hochschulen und Institutionen stattfindet und ihren Wert hat. Das führt zur Akzeptanz von Wissenschaft in der Stadt und zu einem systematischen Miteinander der Akteure in Stadt, Wirtschaft und Wissenschaft. Die viel besagte Win-win-Situation ist greifbar.

Stark gekämpft:  
Lübeck rettet  
seine Univer-  
sität.



## Kräftiger Schub für die Hansestadt

Michael Hollinde, Redakteur der „Lübecker Nachrichten“, über den „Glücksfall“ Niederlage

Es war der 28. Februar 2008. Mit viel Siegeswillen und hanseatischem Selbstbewusstsein im Gepäck war eine 25-köpfige Delegation von der Trave nach Jena zum Finale um den Titel „Stadt der Wissenschaft 2009“ aufgebrochen. Als dann die knappe Entscheidung zugunsten des Mitbewerbers Oldenburg fiel, zog stellvertretend Bürgermeister Bernd Saxe das Fazit, Fortuna habe entschieden und man habe grundlegend nichts falsch gemacht.

Stimmt vielleicht. Doch Fakt ist, dass es damals für die berühmte Nasenspitzenlänge Vorsprung nicht gereicht hat. Möglicherweise lag es daran, der Jury zu wenig über die Präsenz der Wissenschaft in der Stadt, in der Region erzählt zu haben. Sehr viel hatte man zu dem Zeitpunkt auch nicht vorzuweisen. In der Stadt wurde die Bewerbung um den Titel daher recht überraschend aufgenommen. Nicht umsonst konstatierte der Präsident der Fachhochschule, Stefan Bartels, Anfang 2008 selbstkritisch: Lübeck sei zwar bereits eine Stadt der Wissenschaft, sie werde aber nicht überall in der Stadt als solche wahrgenommen. Im Nachhinein stellt sich diese Niederlage indes als Glücksfall heraus – Defizite wurden analysiert, die Partner aus Stadt, Wirtschaft, Hochschulen, Stiftungen und Bürgervereinen haben sich weiter an ei-

nen Tisch gesetzt und die Netzwerke gepflegt. Als „i-Tüpfelchen“ wurde eigens eine Wissenschaftsmanagerin bei der Stadt eingestellt. Dass sich diese Maßnahmen und das Festhalten an der Vision der Wissenschaftsstadt ausgezahlt haben, zeigte sich spätestens im Frühsommer 2010. Denn die Pläne der Landesregierung, dem Studiengang Medizin an der Lübecker Universität den Geldhahn zuzudrehen und damit die gesamte Hochschule zur Disposition zu stellen, löste eine unglaubliche Welle der Solidarität aus. Die Protestfarbe Gelb der von Studierenden initiierten Kampagne „Lübeck kämpft für seine Uni“ färbte acht Wochen lang das Stadtbild – bis zur erlösenden Rettungsnachricht am 8. Juli.

### Widerstand eines Gallierdorfes

Selbst ältere Mitbürger sagen nun nach dem Abwehrkampf nicht mehr „Städtisches Krankenhaus Ost“, wenn sie die Uniklinik meinen. So ein intensiver, identitätsstiftender Schub kann wahrscheinlich nur von außen in der Phase einer Bedrohung – Marke Widerstand eines Gallierdorfes – angestoßen werden. Allerdings konnte auch nur sehr viel angeschoben werden, weil die Netzwerke bereits geschaffen waren und diese Strukturen funktionierten. Wissenschaft war in der öffentlichen Wahr-

nehmung nichts Abstraktes mehr, sondern bereits mit reichlich Leben gefüllt. Mittlerweile unterstützt sogar eine große Mehrheit der Lübecker Bürgerschaft den Vorstoß, die Ortsschilder um den Zusatz „Universitätsstadt“ zu ergänzen – um die Verbundenheit mit der Uni zu dokumentieren. Während die Tradition von Bürgervereinen und Wissensbürgern in Lübeck verankert ist, haben die Hochschulen eine junge Geschichte; Uni und Fachhochschule haben etwas mehr als vier Jahrzehnte auf dem Buckel, die Bundespolizei-Akademie 60 Jahre sowie die Musikhochschule 100 Jahre. Doch das Gewicht dieser vier Institutionen in der Gesellschaft wächst. Wissenschaft und gerade das Potenzial der Medizin, Biotechnologie und insgesamt der Lebenswissenschaften wird in der strukturschwachen Region inzwischen als hochpotenter Wirtschaftsfaktor anerkannt. Daher reagierten auch gerade hochrangige Wirtschaftsvertreter mit Empörung und Fassungslosigkeit auf die Uni-Schließungspläne der Landesregierung.

Lübeck hat das Tempo, eine Wissenschaftsstadt zu werden, auf jeden Fall sehr angezogen und formuliert erstmals selbstbewusst die Vision, sich zur starken Forschungsregion in Schleswig-Holstein zu entwickeln.

## 11

Klaus Puchta

# Ein alter Hafen verändert eine Stadt

Magdeburg

Magdeburg, direkt am Elbufer, nicht weit von der Otto-von-Guericke-Universität entfernt im VDTC, dem Virtual Development and Training Centre des Fraunhofer-Instituts für Fabrikbetrieb und -automatisierung IFF, planen junge Wissenschaftler eine neue Fabrikhalle und optimieren die Produktionsabläufe. Eigentlich nicht weiter ungewöhnlich. Das Besondere ist jedoch, dass sie nicht auf dem Papier, sondern in der Realität planen – in der virtuellen Realität. Hier im 360°-Laserprojektionssystem „Elbe Dom“, einem Mixed-Reality-Labor können auch ganze Städte neu beplant werden oder angehende Piloten im virtuellen Jumbojet trainieren.

Dieses virtuelle Entwicklungs- und Trainingszentrum ist ein Symbol für ein neues Magdeburg, denn der architektonische Blickfang war die erste Ansiedlung im Wissenschaftshafen in Magdeburg, einem neuen Stadtquartier für Innovationen und Forschung, für Leben und Freizeit. 2001 hatte die Fraunhofer-Gesellschaft beschlossen in Magdeburg ein Entwicklungs- und Trainingszentrum für virtuelle Technologien aufzubauen und damit das Fraunhofer-Institut IFF zu erweitern. Zu



Neues Leben im alten Hafen: Die Wissenschaft belebt ein Viertel neu.

diesem Zeitpunkt gab es bereits erste Ideen, aus dem alten Handelshafen an der Elbe einen Wissenschaftspark zu machen. Das Vorhaben der Fraunhofer-Gesellschaft kam zur richtigen Zeit, der passende Ort war schnell gefunden.

Magdeburg ist eine Stadt im Wandel. Der traditionelle Schwermaschinenbaustandort hat sich zu einem Dienstleistungs- und Handelszentrum und vor allem zu einem Wissenschaftsstandort entwickelt. 1991 wurde die Fachhochschule gegründet, zwei Jahre später ging aus drei Hochschulen die Otto-von-Guericke-Universität hervor. In Magdeburg ist in diesen Jahren eine ausgeprägte Wissenschaftslandschaft entstanden. Die Universität und die Hochschule sind weit über die Landesgrenzen hinaus attraktive Ausbildungsorte, die Magdeburger Institute der Fraunhofer-, Max-Planck-Gesellschaft sowie der Leibniz- und Helmholtz-Gemeinschaft gehören auf ihren Gebieten zu den führenden Einrichtungen weltweit. 18.000 junge Menschen studieren in Magdeburg. Die beiden Hochschulen und die Institute arbeiten fachübergreifend an Forschungsprojekten. Die Landeshauptstadt von Sachsen-Anhalt hat damit eine Entwicklung zur modern auf die Zukunft gerichteten Metropole vollzogen.

Für eine solche Entwicklung werden Flächen in der Stadt benötigt. Die Suche danach fiel genau in die Zeit der Rekonstruktion der Magdeburger Binnenhäfen. Der 1893 erbaute Handelshafen wurde dabei aus wirtschaftlichen Gründen aus dem großen Hafenbetrieb ausgegliedert und somit stand das Gelände mit seinen historischen Speichern und Krananlagen für eine neue Verwendung zur Verfügung. Das Areal liegt zentrumsnah und in direkter Nachbarschaft zum Campus der Universität. Sehr schnell waren sich alle Verantwortlichen in der Stadt und den Wissenschaftseinrichtungen einig: Wir entwickeln aus dem alten Handelshafen einen modernen Wissenschaftshafen.

Ab Ende der 1990er-Jahre entstanden in dieser exponierten Lage die Neubauten der Fraunhofer-Gesellschaft (1998) und Max-Planck-Gesellschaft (2002). Universität und Stadt investierten gemeinsam in ein Innovations- und Gründerzentrum „Experimentelle Fabrik“ (2001). Die Neubauten symbolisierten das Initial für die Entwicklung des Wissenschaftsparks und gaben dem Standort seine besondere (Aus-)Richtung. Ein erster städtebaulicher Workshop 2001 mit einer Planungswerkstatt ließ bereits erahnen, welche Entwicklungsmöglichkeiten und Chancen sich hier für Magdeburg auftun würden. Das ist die Zukunft Magdeburgs.

## Bewusstseinswandel notwendig

Ein solches Entwicklungsziel muss von den Hochschulen, wissenschaftlichen Instituten und der Stadt, aber insbesondere von den Bürgerinnen und Bürgern mitgetragen werden. Dazu ist der Prozess eines Bewusstseinswandels notwendig. Um

## Stadt-Info

### Name der Stadt:

Landeshauptstadt Magdeburg

### Zahl der Einwohner:

230.000

### Zahl der Studierenden:

18.000

### Anzahl der Hochschulen:

2

### Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:

- Otto-von-Guericke-Universität (1993)
- Hochschule Magdeburg-Stendal (FH) (1991)

### Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:

- Fraunhofer-Institut IFF
- Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung UfZ
- Leibniz-Institut für Neurobiologie
- Max-Planck-Institut für Dynamik komplexer technischer Systeme

### Website mit zentralen Informationen:

[www.magdeburg.de](http://www.magdeburg.de)

### Budget:

150.000 Euro/Jahr plus Projektmittel und Sponsoringmittel für Veranstaltungen

### Ansprechpartner in der Kommune:

Landeshauptstadt Magdeburg,  
Büro des Oberbürgermeisters,  
Team Wissenschaft



Brückenschlag: Tradition und Moderne.

diesen Prozess zu befördern und zu beschleunigen wurde der Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft genutzt.

Gemeinsam mit allen wissenschaftlichen Einrichtungen wurden die Bewerbungsidee und das Konzept für die Teilnahme am Wettbewerb entwickelt. Fragen wie: „Was zeichnet uns aus, wo liegen unsere Stärken, was unterscheidet uns auch von anderen Wissenschaftsstädten?“ galt es zu beantworten. Eine intensive Beschäftigung und Diskussion mit dem Thema Wissenschaft und Stadt begann. Die Bewerbung wurde auf eine breite Basis gestellt, die verschiedensten Zielgruppen mit ins Boot geholt, Netzwerke aufgebaut: Wissenschaftseinrichtungen, Stadt, Unternehmen, Kultur, Vereine und Verbände. Mit der Bewerbung wurden breite Bevölkerungsgruppen angesprochen und normalerweise seltener Brückenschläge zu Kirche und Sport (Beispiel „Europameisterschaft der Wissenschaftler“) vollzogen. Das große Engagement der gesamten Stadt war dabei klar erkennbar. Die Bedeutung von Wissenschaft für den notwendigen Strukturwandel in Magdeburg stand im Mittelpunkt.

### Selbstverständnis stärken

Schon mit Erreichen des Finales war klar, dass die Landeshauptstadt auch ohne den Titel „Stadt der Wissenschaft“ ihr ehrgeiziges Programm umsetzen wird. So hat sich Magdeburg nicht nur des Titels wegen beworben, sondern weil die Stadt überzeugt war, dass sich damit etwas bewegt und es die Stadt nach vorn bringt.

Das Magdeburger „Jahr der Wissenschaft“ 2006 hat die außergewöhnliche Historie Magdeburgs und seine innovativen Zukunftsaussichten aufgegriffen. Ziel war es, das Selbstverständnis der Stadt, ihrer Bürger und Unternehmer als Stadt der Wissenschaft zu stärken und darauf aufbauend die wissenschaftlichen Potenziale für die innovative Stadtentwicklung und den nachhaltigen Strukturwandel zu nutzen.

Das „Jahr der Wissenschaft“ war eine Initiative der ganzen Stadt. Es wurde unterstützt von allen wissenschaftlichen Einrichtungen, Institutionen aus allen gesellschaftlichen Bereichen, Wirtschaftsunternehmen und politischen Akteuren. Die zentrale Koordination und Organisation lag beim eigens eingerichteten Projektbüro.

Im „Jahr der Wissenschaft“ wurden insgesamt etwa 200 Veranstaltungen ausgerichtet. Dazu zählten auch einige Großveranstaltungen als Höhepunkte. Zu ihnen gehörten die Auftaktveranstaltung in der Magdeburger Johanniskirche mit 600 Gästen, die von TV-Star Wigald Boning moderiert wurde. Weiterer Höhepunkt war das WM-Qualifikationsturnier RoboCup Junior, zu dem Teams aus ganz Deutschland nach Magdeburg gekommen waren, um sich für die Weltmeisterschaft zu qualifizieren. Erstmals wurde zudem eine Lange Nacht der Wissenschaft initiiert, bei der Magdeburger Wissenschaftseinrichtungen ihre Labore und Räumlichkeiten bis in die Nacht hinein für die Besucher geöffnet hatten. Beim Fest der Wissenschaft im neuen Wissenschaftshafen wurde unterstrichen, welches Entwicklungspotenzial der ehemalige Handelshafen birgt, wie dieser sich bis jetzt entwickelt hat und in Zukunft entwickeln wird. Zusätzlicher Höhepunkt mit überregionaler Wirkung war der Europäische Kongress der Wissenschaftsstädte, bei dem Vertreter aus 50 Städten aus ganz Europa an drei Kongresstagen über die „Stadt der Zukunft“ debattierten. Mit einer „Magdeburger Erklärung“ haben sie sich zu Städten der Wissenschaft zusammengeschlossen.

Das „Jahr der Wissenschaft“ hat gezeigt, dass sich Wissenschaft nicht nur auf Institute und Forschungszentren beschränkt, sondern unseren Alltag in wichtigen Bereichen durchdringt. Der Wandel der Stadt konnte mit dem „Jahr der Wissenschaft“ für die Magdeburger Bürger deutlich gemacht werden.

## **Perspektive Wissenschaftshafen**

Der Wissenschaftshafen war eine der Triebfedern für diese Entwicklung. Kein anderes Gebiet in der Stadt steht so deutlich für den Strukturwandel. Seit der Eröffnung des neuen Fraunhofer-Instituts hat sich viel getan. Die Infrastruktur wurde komplett erneuert, Straßen und Wege angelegt. Ein alter Getreidesilo wurde zur sogenannten Denkfabrik umgebaut. Forschungseinrichtungen haben sich hier eingemietet. Das Galileo-Testfeld-Labor, eine Kooperation zwischen Universität und ansässigen Forschungseinrichtungen, hat seit Mitte 2010 hier ebenfalls seinen Sitz. Durch privatwirtschaftliches Engagement wurde das Elbe-Office, die Zentrale eines Energieversorgers, errichtet. Weitere private Investitionen werden folgen. Zum Fahrplanwechsel im Dezember 2010 wurde der Wissenschaftshafen an den öffentlichen Nahverkehr angebunden. Eine Buslinie führt jetzt dorthin. Mit den jungen Forschern am VDTC arbeiten momentan etwa 800 Menschen im Wissenschaftshafen. Weitere werden folgen.

Um neue Ideen für den Wissenschaftshafen zu entwickeln, hat sich Magdeburg als Leadpartner mit dem Projekt REDIS (Restructuring districts into science quarters) im EU-Förderprogramm URBACT erfolgreich beworben. Im Rahmen dieses Projektes konnte ein städtebaulicher Wettbewerb zum Wissenschaftshafen starten und den Entwicklungen dort einen neuen Schub geben. Schwerpunkt des Wettbewerbes war die geplante Umgestaltung von Teilflächen des Wissenschaftshafens und des Campus der Otto-von-Guericke-Universität in ein urbanes, modernes und zusammenhängendes Wissenschaftsquartier mit Anbindung an die Elbe. Das Siegerbüro wird in den kommenden Monaten den Rahmenplan für das Areal erarbeiten, der den Wissenschaftshafen zu einem städtebaulichen Glanzlicht aufwerten soll.

Der Wissenschaftshafen wird zunehmend auch als Ort für Veranstaltungen genutzt. So finden dort seit 2007 jährlich die zentralen Aktivitäten zur Langen Nacht der Wissenschaft statt. Das Areal ist mittlerweile als interessantes und attraktives Stadtgebiet mit hohem Potenzial im Bewusstsein der Bevölkerung verankert und zunehmend auch Ziel für Touristen.

## Stadt und Wissenschaft

Wesentlich für diesen Erfolg ist die Kooperation der Beteiligten. Dies ist in einem durchaus schwierigen Prozess in den letzten Jahren gelungen. Mit der Teilnahme am Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ und der Umsetzung des Wissenschaftsjahres haben sich in den vergangenen Jahren feste Strukturen der Zusammenarbeit zwischen der Stadt und den Wissenschaftseinrichtungen gebildet.

So wurde die Arbeitsgruppe Wissenschaft ins Leben gerufen, in der Vertreter der ortansässigen Forschungseinrichtungen, der Universität und der Hochschule unter Federführung der Stadt Magdeburg seit 2006 jedes Jahr die Lange Nacht der Wissenschaft sowie weitere Veranstaltungen und Initiativen im Jahresverlauf planen, koordinieren und durchführen. Seit Anfang des Jahres 2009 werden die Aufgaben vom neu gegründeten Team Wissenschaft, das direkt beim Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Magdeburg angesiedelt ist, wahrgenommen.

Wissenschaft ist damit zum Schwerpunkt in der städtischen Politik geworden. Im neuesten Strategiepapier der Landeshauptstadt Magdeburg wurde als zentraler Punkt festgeschrieben: „Die weitere Profilierung unserer Stadt als Wissenschaftsstadt wird akzeptiert und von allen Bereichen unterstützt. Die Forschungs- und Bildungslandschaft ist eine Grundvoraussetzung, um mehr kreative Leute in unsere Stadt zu holen bzw. unsere eigenen Nachwuchskräfte hier an den Standort zu binden.“

Am Ausgangspunkt dieser Entwicklung stand die Suche nach der Nutzung einer Hafenumfläche. Ein alter Hafen verändert eine Stadt.

Profiteure der  
Zusammen-  
arbeit mit  
Unternehmen:  
Studierende  
der Hochschule  
Magdeburg-  
Stendal.



## Wirtschaftsnahe Ausbildung an der Elbe

*Karl Gerhold, Vorstandssprecher der GETEC AG, lobt die enge Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Wirtschaft*

Der Energiedienstleister GETEC AG nimmt bei der Entwicklung effizienter und sauberer Energieerzeugungsanlagen im Wege des Contracting eine Vorreiterrolle in Deutschland ein. Das 1993 gegründete Magdeburger Unternehmen verfügt über jahrelange Erfahrung bei der Entwicklung komplexer technischer Anlagen. Möglich ist diese Marktführerschaft nur mit dem Know-how hoch qualifizierter Fachkräfte. Besonderes Augenmerk legen wir dabei auf den Nachwuchs: GETEC fördert die wirtschaftsnahe Ausbildung an den Hochschulen. So gibt es im Fachbereich Verfahrens- und Systemtechnik an der Otto-von-Guericke-Universität eine von GETEC initiierte Lehrveranstaltung zum Thema Contracting. Vertreter des Vorstandes halten die Vorlesungen. Das Kerngeschäft der GETEC AG ist das Contracting, das ein Paket umfassender Energiedienstleistungen – von der Ent-

wicklung von Energieerzeugungsanlagen über den Bau und die Finanzierung bis zum Betrieb der Anlage über viele Jahre – bezeichnet.

Die enge Zusammenarbeit mit den Hochschulen erstreckt sich aber nicht nur auf die Universität, sondern auch auf die Fachhochschule Magdeburg-Stendal, deren Studierende regelmäßig bei der GETEC AG Praktika absolvieren. Wir unterstützen die Studenten auch bei ihren Studien- und Diplomarbeiten. In Zusammenarbeit mit der IHK hat das Unternehmen zudem ein Stipendienprogramm entwickelt. Jedes Jahr werden zwei Studierende finanziell gefördert.

### *Standortfaktor Kooperation*

Magdeburg ist eine Wissenschaftsstadt: Die Elbstadt fördert die wirtschaftsnahe Forschung etwa im Max-Planck-Institut. Die Otto-von-Guericke-Universität ist eine Hochschule, die deutschlandweit ins-

besondere im technischen Bereich hohes Ansehen genießt. Die gute Vernetzung von Wissenschaft und Wirtschaft bedeutet für GETEC, dass intensiv und praxisnah ausgebildete Fachkräfte ihr Potenzial bei uns einsetzen. So entstehen technische Innovationen made in Magdeburg. Die hier entwickelten Lösungen tragen maßgeblich zur Weiterentwicklung hocheffizienter und umweltfreundlicher Energieversorgungslösungen bei. GETEC errichtet ihre Anlagen nicht nur in Deutschland, auch im europäischen Ausland ist das Magdeburger Unternehmen präsent. Die sich aus der intensiven Zusammenarbeit von Wirtschaft und Wissenschaft ergebenden Möglichkeiten sind ein erheblicher Standortfaktor für ein Unternehmen wie die GETEC AG, die in einer von Innovationen geprägten Branche aktiv ist.

## 12

Georg Krausch

Leidenschaftlich  
wissenschaftlich

Mainz

25. März 2010, Deutsche Bank Forum Berlin, Finale. „Stadt der Wissenschaft 2011 ist ... Mainz!“ Der Jubel der Mainzer Delegation, die sich in den Armen liegt und spontan den Fußball-Fangesang „Steht auf, wenn ihr Mainzer seid“ anstimmt, markiert einen weiteren Höhepunkt des Zusammenwachsens von Stadt und Wissenschaft. Von Mainz auf den Weg nach Berlin gemacht haben sich u. a. der Oberbürgermeister und die Hochschulpräsidenten, der für Wissenschaft zuständige Staatssekretär und der Präsident des 1. FSV Mainz 05, prominente Vertreterinnen des ZDF und des SWR, der Schott-Vorstandsvorsitzende und der Sprecher der Unternehmensleitung von Boehringer Ingelheim, der Citymanager der Stadt Mainz und der IHK-Geschäftsführer, Dezernenten der Stadtverwaltung, Museumsdirektoren und natürlich Professoren und Studierende. Allein die Zusammensetzung der 40-köpfigen Delegation zeigt: Die Identifikation mit Mainz als Wissenschaftsstandort zieht sich durch die unterschiedlichsten Bevölkerungsgruppen der Stadt.

In der Landeshauptstadt Mainz konzentrieren sich in erheblicher Dichte eine der zehn größten deutschen Universitäten – die Johannes Gutenberg-Universität Mainz –, zwei Fachhochschulen, zwei Max-Planck-Institute, ein Helmholtz-Institut, ein Leibniz-Institut, die Universitätsmedizin und eine Vielzahl international renommierter Forschungseinrichtungen sowie Unternehmen mit hoher Forschungs- und Entwicklungskompetenz. Mit annähernd 4.000 Wissenschaftlern bilden sie das Fundament der dynamischen Wissenschaftsstadt Mainz.

Diese Bandbreite von Hochschulen, wissenschaftlichen Einrichtungen und forschungsstarken Unternehmen verschafft der Wissenschaftsstadt Mainz ein breites Forschungs- und Technologie-Portfolio. Die Stadt Gutenbergs verfügt zudem mit ihrer Medienforschung und Medienpraxis an Universität und Fachhochschule in enger Kooperation mit ZDF, SWR und der Verlagsgruppe Rhein-Main sowie mit vielen weiteren Partnern über ein gut ausgeprägtes Profil in Medienwissenschaft und -praxis.

Wie nutzt die Landeshauptstadt das Innovationspotenzial, das aus der Forschungsleistung direkt vor Ort resultiert, für die wissensbasierte Stadtentwicklung?

Rückblende. 2002 richten der Oberbürgermeister der Stadt Mainz, Jens Beutel, und der damalige Präsident der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Jörg Michaelis, eine Arbeitsgruppe Stadt/Universität ein, die sich sukzessive zur Arbeitsgruppe Stadt/Wissenschaft erweitert. Das Ziel: die vielfältigen gemeinsamen Aktivitäten künftig stärker zu koordinieren, weiteren Partnern die Mitwirkung zu ermöglichen und zudem neue gemeinsame Formate zu entwickeln. Noch im gleichen Jahr öffnet der 1. Wissenschaftsmarkt in Kooperation mit der Landeshauptstadt Mainz seine Zeltlandschaft in der Innenstadt, 100 Wissenschaftler laden zwei Tage zu „Wissenschaft zum Anfassen und Mitmachen“ ein. Erstmals beteiligen sich ein Jahr später



**Neugier geweckt: Leidenschaftlich wissenschaftlich sind schon die Kleinsten.**

die Wissenschaftseinrichtungen an der Mainzer Museumsnacht. Die Bewährungsprobe folgt 2003 mit dem Wissenschaftssommer zum „Jahr der Chemie“: Konzeption und Durchführung eines dichten Programms aus Wissenschaftsmarkt, Langer Wissenschaftsnacht, Ausstellungen und Mitmachexperimenten für Schüler lassen insbesondere die Wissenschaftseinrichtungen enger zusammenrücken und verdichten das Netzwerk im Arbeitskreis, das bis heute funktioniert.

Viele attraktive Formate sind seitdem hinzugekommen – von der KinderUni über die Night of the Profs im Mainzer Staatstheater, von der Johannes Gutenberg-Stiftungsprofessur bis zu Langen Nächten der Wissenschaft, Musiknächten und Tropennächten in den Gewächshäusern des Botanischen Gartens, vom NaTLab für Schüler bis zur Vulkanschule oder der Grünen Schule. Denn gerade die vielfältigen außerschulischen Lehr- und Lernangeboten für Kinder und Jugendliche vom Vor-

## Stadt-Info

### Name der Stadt:

Landeshauptstadt Mainz

### Zahl der Einwohner:

200.000

### Zahl der Studierenden:

41.000

### Anzahl der Hochschulen:

3

### Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:

- Johannes Gutenberg-Universität Mainz (1477, Wiedegründung 1946)
- Fachhochschule Mainz (1971)

### Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:

- Max-Planck-Institut für Chemie
- Max-Planck-Institut für Polymerforschung
- Helmholtz-Institut Mainz
- Institut für Molekulare Biologie
- Akademie der Wissenschaften und der Literatur
- Institut für Europäische Geschichte Mainz
- Institut für Geschichtliche Landeskunde an der Universität Mainz e.V.
- Römisch-Germanisches Zentralmuseum (Institut der Leibniz-Gemeinschaft)
- Institut für Mikrotechnik Mainz
- Naturhistorisches Museum Mainz
- TRON – Translationale Onkologie an der Universitätsmedizin der Johannes Gutenberg-Universität Mainz gemeinnützige GmbH

### Website mit zentralen Informationen:

[www.mainz.de](http://www.mainz.de)

### Ansprechpartner in der Kommune:

Landeshauptstadt Mainz,  
Dezernat I – Öffentlichkeitsarbeit

schulalter bis zur Oberstufe quer durch alle Schularten haben in Mainz seit Mitte der 1990er-Jahre einen besonderen Stellenwert. 2011 legen gleich zwei Jubiläen – 30 Jahre Universität im Rathaus und zehn Jahre Wissenschaftsmarkt – eindrucksvoll Zeugnis ab von jahrzehntelang gewachsener Wissenschaftskommunikation in Kooperation mit städtischen Einrichtungen.

Trotz dieses Erfolgs: Mainz will mehr! 2008 entsteht mit der Mainzer Wissenschaftsallianz ein Verbund, der deutlich leistungsfähiger und deutlich sichtbarer ist, als jede einzelne Einrichtung es für sich sein kann. Die Allianz verfolgt vor allem drei Ziele:

1. Die Zusammenarbeit der verschiedenen Einrichtungen intensivieren und Synergien nutzen
2. Unternehmen noch stärker in das Netzwerk einbinden und den Verbund Wirtschaft/Wissenschaft weiter gezielt ausbauen – als „Nährboden“ für neue Ideen und innovative Produkte
3. Mainz mit seiner Vielfalt, Dichte und dem hervorragenden Niveau wissenschaftlicher Einrichtungen über die Region hinaus national und international sichtbar machen

Organisatorisch agiert der Initiativkreis auf zwei Ebenen: Einmal im Jahr tagen die Präsidenten und Vorstände der Allianzmitglieder in einem Lenkungskreis, um die strategische Ausrichtung zu diskutieren und festzulegen. Auf Arbeitsebene tagt ein Gremium, vornehmlich besetzt aus Marketing- und Kommunikationsexperten der jeweiligen Einrichtungen, in das sich der bisherige Arbeitskreis Stadt/Wissenschaft integrierte.



Die Wunderwelt der kleinen Dinge: Vieles will entdeckt werden.

Erster sichtbarer Kommunikationserfolg von Stadt und Wissenschaftsallianz in diesen neuen Strukturen: 2009 benennt das Bundesministerium für Bildung und Forschung im Rahmen des Wissenschaftsjahrs „Forschungsexpedition Deutschland“ die Stadt Mainz als einen von bundesweit zehn Treffpunkten der Wissenschaft. Unter dem Motto „Zeit-Reise“ laden daraufhin in einem koordinierten Prozess über 30 Einrichtungen, also alle Mitglieder der Mainzer Wissenschaftsallianz sowie Museen, Verbände und Vereine, das Bistum Mainz und Unternehmen von Februar bis Dezember 2009 zu mehr als 150 Sonderveranstaltungen ein – zu Vortragsreihen und Podiumsdiskussionen, zu Führungen und Ausstellungen bis hin zu Konzerten, Film- und Buchpräsentationen und nicht zuletzt Schülerwettbewerben. Die Resonanz in der Bevölkerung ist immens: 800 Besucher bei der Night of the Profs im Mainzer Staatstheater oder ein gut gefüllter Ratsaal bei der „Universität im Rathaus extra“ zeigen, dass der Themenschwerpunkt Geschichte in Mainz auf großes Interesse stößt. Besonders deutlich wird dies beim Mainzer Wissenschaftsmarkt, der 2009 ebenfalls ganz im Zeichen der „Zeit-Reise“ steht und – erstmals als Markt der Mainzer Wissenschaftsallianz gemeinsam organisiert – Zehntausende Interessierte anzieht.

Über die Kommunikation hinaus ist es weiteres wesentliches Ziel von Stadt und Wissenschaft, das in den Forschungsstätten generierte Wissen zum Nutzen der Stadt und der Bevölkerung in die „Wissenspraxis“ zu überführen – im Sinne einer nachhaltigen, wissensbasierten Stadtentwicklung. Den Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft 2011“ nehmen die Stadt – auf der Basis eines entsprechenden Beschlusses des Stadtrats –, die Mainzer Wissenschaftsallianz und das zuständige Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur als Impuls für ein tiefer gehendes Miteinander von Stadt und Wissenschaft mit der strategischen Ausrichtung, eine nachhaltige Veränderung der Lebensbedingungen aller Teile der Bevölkerung zu bewirken.

Hierzu legen Stadt und Allianz zunächst einmal notwendige Strukturen an und richten Vernetzungs- und Transferstellen für die Bereiche Bildung und Wirtschaft ein, die 2011 in konkreten Projekten und Studien Austausch ermöglichen und Expertise zur Verfügung stellen. Starke Träger einer neuen erfahrungs- und erlebbaren Wissenskultur sind zudem die Mainzer Museen, die in Ausstellungen und mit Inszenierungen selbst zum Schaufenster der Wissenschaft werden bzw. Schauplätze des Wissens in der Innenstadt begreifbar machen. Dabei haben Stadt und Wissenschaft stets ihr gemeinsames Ziel fest im Blick: Mainz soll noch stärker von den Forschungsleistungen vor Ort profitieren, als das bisher der Fall war.

### **Best Practice: Bundesweites Pilotprojekt „Vernetzungs- und Transferstelle Bildung“**

Die Bevölkerungsprognosen der letzten Jahre gehen von deutlichen strukturellen Verschiebungen in der Mainzer Einwohnerschaft aus. Die Landeshauptstadt folgt dabei bundesweiten Trends: Die Bevölkerung wird älter und heterogener. Dieser Wandel birgt vielfältige Herausforderungen für das Miteinander in unserer Gesellschaft und rückt damit in den Fokus unserer „Stadt der Wissenschaft“. Das Ziel: Im Sinne einer lernenden Gesellschaft will die Landeshauptstadt Mainz einer Bildungskluft entgegenwirken und allen Bürgern Zugang zu schulischer und beruflicher Qualifikation ermöglichen – mit folgenden Schwerpunkten:

- eine neue Koordination von schulischen Prozessen und außerschulischen Akteuren, um die Vielfalt der Programme und Projekte abzustimmen und transparent zu machen
- Untersuchung der Übergänge zwischen den Bildungseinrichtungen bzw. ihrem Zusammenwirken von Stadt und Schulen, um sie sozial gerecht und effektiv zu gestalten und zu verbessern
- Entwicklung neuer Schwerpunkte der frühen Förderung in Kindertagesstätten und Grundschulen
- unterrichtsbegleitende und -ergänzende Angebote zur Erleichterung schwieriger Phasen des Lernens in der Sekundarstufe I
- Implementierung von neu gestalteten Bildungsarten
- Nutzung der Möglichkeiten der neuen Lehrerbildung für eine starke Verschränkung von Theorie und Praxis

Um eine Vernetzung von Wissenschaft und kommunalen Akteuren nachhaltig zu unterstützen, wird im Rahmen des Wettbewerbs „Stadt der Wissenschaft“ am Zentrum für Bildungs- und Hochschulforschung der Johannes Gutenberg-Universität Mainz zunächst für drei Jahre eine Vernetzungs- und Transferstelle Bildung eingerichtet.

In einem Prozess werden in der „Stadt der Wissenschaft“ Knoten im Mainzer Netzwerk identifiziert, an denen eine Kooperation von Wissenschaft und Bildungspraxis Probleme lösen kann und zu ihrer Bearbeitung wissenschaftliche Expertise zur Verfügung steht. Die kommunale Bildungslandschaft wird somit nicht in Gänze betrachtet, dokumentiert und verändert, sondern praxisnah, schrittweise und ergebnisorientiert.

Die ersten Studien und Programme laufen, darunter die „Übergangsstudie Mainz“. Diese Studie der Johannes Gutenberg-Universität soll Aufschluss über sozialstrukturelle Bedingungen am Übergang von der Grundschule in die weiterführende Schule geben, hinterfragen, welchen Beitrag Schule und Elternhaus zur Ungleichheit der Bildungschancen leisten und auf welcher Grundlage die Schulwahlentscheidungen fallen. Ziel ist es, aus den Ergebnissen der Studie konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten. Die Ergebnisse sollen außerdem in die Lehrerweiterbildung am universitären Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung (ZWW) und in die Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der universitären Mentorenprojekte einfließen, um bildungsferne Schüler stärker anzusprechen.

Ort der Mainzer  
Wissenschaft:  
die Johannes  
Gutenberg-Uni-  
versität Mainz.



## Ziel ist eine nachhaltige und zukunftsorientierte Stadt

*Udo Ungeheuer, Vorsitzender des Vorstandes der Schott AG, über Mainz als „Stadt der Wissenschaft“*

**G**leich vorweg: Wir finden es klasse, dass Mainz den Titel „Stadt der Wissenschaft 2011“ gewonnen hat. Als internationaler Technologiekonzern, größtes Industrieunternehmen am Standort und Mitglied der Mainzer Wissenschaftsallianz tragen wir mit vielfältigen Aktivitäten zur „Stadt der Wissenschaft“ bei. Für dieses Engagement gibt es gute Gründe.

Mainz ist Hauptstandort der Schott AG. Hier befinden sich die Konzernzentrale und das Hauptwerk, das Headquarter unserer Tochter Schott Solar AG und das Otto-Schott-Forschungszentrum. Forschung und Technologieentwicklung haben für uns von jeher große Bedeutung. Die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung ist ebenso fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. In besonderem Maße nehmen wir diese Verantwortung an unserem Hauptstandort Mainz und mit Blick auf die Förderung und Motivation junger Menschen wahr.

Beispiel Wissenschaftsförderung: Bei der Entwicklung von Innovationen kooperieren wir mit der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Zu dieser fruchtbaren

Zusammenarbeit trägt auch die Finanzierung von Strukturmaßnahmen, Juniorprofessuren und Postdoc-Stellen durch die Carl-Zeiss-Stiftung als Eigentümerin der Schott AG bei. Beispiel Nachwuchsförderung: Seit 1970 unterstützen wir als regionales Patenunternehmen den bundesweiten Wettbewerb „Jugend forscht/Schüler experimentieren“.

Beispiel forschende Museen: Das Gutenberg-Museum als Weltmuseum der Druckkunst bewahrt und pflegt eine der bedeutendsten Erfindungen der Menschheitsgeschichte. Anlässlich des Jubiläumsjahres „Mainz Gutenberg 2000“ haben wir die Erweiterung und Sanierung des Gutenberg-Museums gerne unterstützt. Dies gilt auch für die Neugestaltung und energetische Sanierung des Museums für Antike Schifffahrt des Römisch-Germanischen Zentralmuseums Mainz (RGZM).

### *Perspektive Solarstadt*

Beispiel Stadtentwicklung: Hier bringen wir die technologische Kompetenz von Schott ein. So haben wir 2009 mit der Stadt und weiteren Partnern das 500-Dächer-Programm ins Leben gerufen. Ziel

dieser Initiative ist es, mit Solaranlagen auf mindestens 500 Mainzer Dächern klimafreundlichen Strom wirtschaftlich zu produzieren. Auch ein Joint Venture mit den Stadtwerken soll dazu beitragen, durch die Errichtung größerer Fotovoltaikanlagen auf Industriedächern Mainz zu einer „Solarstadt“ zu machen.

Unsere Aktivitäten für die „Stadt der Wissenschaft 2011“ konzentrieren sich auf zwei Schwerpunkte: die stärkere Vernetzung von Stadt, Wissenschaft und Wirtschaft sowie die Förderung junger Menschen. So haben wir einen Solar-Experimentierkoffer entwickelt, um Schülern das Potenzial der Fotovoltaik näherzubringen. Die „Stadt der Wissenschaft“ nehmen wir zum Anlass, Mainzer Schulen mit diesen Solarkoffern auszustatten.

Schott möchte einen Beitrag leisten, damit Mainz eine nachhaltige und zukunftsorientierte Stadt wird. Das Jahr 2011 bietet die große Chance, das vorhandene Potenzial durch die Zusammenarbeit der verschiedensten Institutionen auszubauen und weitere Entwicklungen anzustoßen.

## 13

Thomas Fischer

# Bayerische Metropole als Stadt des Wissens

München

Zunehmend prägen die wissens- und dienstleistungsbasierten Bereiche der Wirtschaft – von den Hightechindustrien bis zu den wissensintensiven Dienstleistungen – die Zukunft erfolgreicher Volkswirtschaften. Der Wegfall von Arbeitsplätzen in der standardisierten Fertigung und die Zunahme von Aktivitäten zur Produktion von wissensintensiven Gütern und Dienstleistungen sind Teil des ökonomisch-technologischen Strukturwandels, den alle Industrienationen und besonders die Städte und Ballungsräume durchmachen. Die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit von Städten und Regionen hängt von wissensintensiven und kreativitätsorientierten Branchen und einem Pool gut ausgebildeter Arbeitskräfte ab.

## Strategisches Konzept – Clusterfokussierung

Die Landeshauptstadt München ist sich der Bedeutung von Bildung, Qualifikation und Wissenschaft als Basis einer dauerhaften wirtschaftlichen Stadtentwicklung bewusst. Als wesentlicher Faktor einer soliden Bevölkerungs- und Stadtentwicklung muss das Thema Wissenschaftsstandort in der Stadtgesellschaft verankert sein. Für München geht es dabei nicht nur um Spitzenforschung und Exzellenzuniversitäten. Im Zentrum stehen neben Schulbildung, Ausbildung, Wissenschaft, Lehre und lebenslangem Lernen auch Themen wie Bildungsgerechtigkeit, Chancengleichheit und optimale Ausschöpfung des lokalen Bildungspotenzials.

Ein funktionierendes Wissens- und Informationsmanagement ist das Kriterium, an dem sich Organisationen, Städte und Regionen messen lassen müssen. Gerade die Verbindung von Wissenschaft und Wirtschaft über viele Branchen und Themen hinweg zeichnet München als „Stadt der Wissenschaft“ aus. Die Stadt muss alles tun, um den Prozess des Austausches und der Kooperation der Akteure der Wissensgesellschaft mitzugestalten. Marketing für den Wissenschaftsstandort und die Kommunikation der Bedeutung von Wissenschaft für die Stadtgesellschaft sind Begleitmaßnahmen, die mit dem Ziel der Branchenförderung vom Referat für Arbeit und Wirtschaft umgesetzt werden.

Ein Schlüsselfaktor für die Prosperität Münchens ist die oft zitierte „Münchner Mischung“, die den Standort robust und zugleich flexibel macht. Gemeint ist die Branchenstruktur mit vielen kleinen- und mittelständisch geprägten Unternehmen, zahlreichen Großbetrieben sowie mehreren international agierenden Konzernen. Entsprechend breit ist die Clusterförderung der Stadt aufgestellt. Vor dem Hintergrund beschränkter finanzieller Möglichkeiten ist es eine wesentliche kommunale Aufgabe, ein Umfeld zu schaffen, das für die Vielfalt der Unternehmen attraktiv ist. Die Stadt muss für sie sowie für Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen Gelegenheiten schaffen, sich auszutauschen und an gemeinsamen Projekten zu arbeiten. Dies unterstützt das Referat für Arbeit und Wirtschaft der Stadt durch die

Mitarbeit in Netzwerken und die Unterstützung einzelner Branchen durch Studien und Analysen.

## Institutionelle Verankerung

Nur wenn im Kindes- oder Jugendalter die Begeisterung für Geistes- oder Naturwissenschaften geweckt wurde, besteht später Interesse, sich mit diesen Themen beruflich zu befassen. Die Öffnung der Wissenschaft hin zu den Menschen durch Wissenschaftsveranstaltungen, Tage der offenen Tür, Museen und Science Centre ist eine der wichtigsten Herausforderungen für Städte. So unterstützt das Referat für Arbeit und Wirtschaft seit Jahren die Münchner Wissenschaftstage, eine der zentralen Public-Science-Veranstaltungen der Stadt. 2010 feierten sie mit dem Thema „Energie: Grundlage des Lebens – Motor des Lebens“ ihr zehnjähriges Jubiläum. An den Marktständen der Wissenschaft diskutierten Vertreter der Münchner Wissenschaftseinrichtungen mit der Bevölkerung.

Inzwischen ist in München ein Netzwerk von Wissenschaftskommunikatoren entstanden, das hilft, weitere Wissensereignisse in die Stadt zu holen. So fand in Zusammenarbeit mit dem Referat für Arbeit und Wirtschaft 2006 auf dem Marienhof der Wissenschaftssommer mit über 60.000 Besuchern statt. Die vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft unterstützte Veranstaltungsreihe verfolgt das Ziel, den Menschen die Vielfalt der Wissenschaft näherzubringen. Zeitgleich gab es rund um das Deutsche Museum mit dem zweiten European Science Open Forum den wohl bedeutendsten interdisziplinären europäischen Fachkongress.

2008 feierte die Landeshauptstadt ihren 850. Stadtgeburtstag mit einem großen Fest auf dem Altstadttring. Am Marstallplatz entstand gemeinsam mit dem Referat für Arbeit und Wirtschaft die Wissenschaftsmeile, auf der sich die Münchner Wissenschaftseinrichtungen präsentierten. Ergänzt wurde das Angebot durch Veranstaltungen, Sonderausstellungen und Science Trucks auf dem Marstallplatz.

Auch Wettbewerbe wie „Stadt des Wissens“, den der Stifterverband seit 2005 ausreibt, verdeutlichen die Bedeutung der Wissenschaft für Städte und Regionen. München hat sich 2005 um den Titel beworben. Obwohl die Bewerbung nicht erfolgreich war, fand sich durch die Vorbereitungen des Wettbewerbsbeitrages ein Netzwerk von Akteuren. Es hat sich unter Regie des Referates für Arbeit und Wirtschaft im Arbeitskreis Wissenschaft institutionalisiert, um den Wissenschaftsstandort München und die Wissenschaftskommunikation voranzutreiben.

Wissenschaftskommunikation ist mehr als die Information der Öffentlichkeit über wissenschaftliche Erkenntnisse. Kommuniziert werden muss auch der Beitrag der

## Stadt-Info

### Name der Stadt:

Landeshauptstadt München

### Zahl der Einwohner:

1.364.000

### Zahl der Studierenden:

91.000

### Anzahl der Hochschulen:

14 Universitäten und Hochschulen

### Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:

- Ludwig-Maximilians-Universität München (1472, seit 1826 in München)
- Technische Universität München (1868)

### Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:

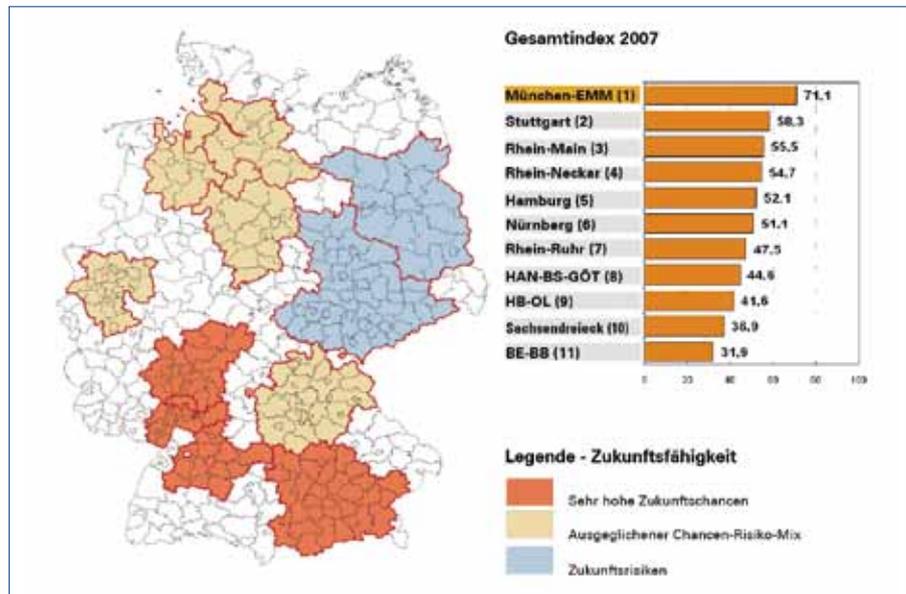
- Max-Planck-Gesellschaft mit Hauptverwaltung und zehn Instituten für die Grundlagenforschung im Raum München
- Fraunhofer-Gesellschaft mit Hauptverwaltung und sechs Instituten für die angewandte Forschung im Raum München

### Website mit zentralen Informationen:

[www.muenchen.de/Rathaus/raw/branchen/37765/index.html](http://www.muenchen.de/Rathaus/raw/branchen/37765/index.html)

### Ansprechpartner in der Kommune:

Landeshauptstadt München,  
Referat für Arbeit und Wirtschaft,  
Wirtschaftsförderung



Ranking der deutschen Metropolregionen im Prognos Zukunftsatlas 2007.

Wissenschaft für Wirtschaft und Gesellschaft. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft und die Europäische Metropolregion München (EMM) haben zusammen eine Studie in Auftrag gegeben, die den wirtschaftlichen Effekt der Wissenschaftseinrichtungen in der EMM quantitativ ermittelte. Direkt und indirekt hängen rund 40.000 Arbeitsplätze in der Stadt München von den örtlichen Wissenschaftseinrichtungen ab. Für Investitionen und Sachausgaben verfügen diese über ein Jahresbudget von 770 Millionen Euro. Zudem ist ein eindeutiger positiver Zusammenhang zwischen der Qualifikation der Menschen und ihrem bürgerschaftlichen Engagement nachzuweisen. Wissenschaftseinrichtungen stärken also auch in anderen Bereichen die Attraktivität einer Region.

## Technologieförderung

Innovations-, Forschungs- und Hochschulpolitik sind Bundes- und Länderaufgaben. Die Stadt München kann aber Rahmenbedingungen schaffen, die vor Ort Wissen, Innovation und Technologietransfer fördern, in denen Kooperationen entstehen und sich Innovationsnetzwerke entwickeln. Das Fundament bildet die Wissensvermittlung, beginnend in der Schule. Bereits hier setzt die Stadt München als größter kommunaler Schulträger in Deutschland an.

Somit ist eine Wirtschaftsförderungspolitik, die auf die Ansiedlung und Pflege von technologieintensiven Unternehmen und zukunftssträchtigen Branchen setzt, auch eine Politik für Hochqualifizierte. München realisiert dies, indem Flächen für Technologie- und Gewerbeparks ausgewiesen werden, um die Bildung von Branchenclustern zu fördern.

Auch wenn die EMM Deutschlands führende Wissens- und Technologieregion ist, sind weitere Anstrengungen nötig, um diese Position zu halten. Herausragend ist die Vielfalt der Akteure in technologieintensiven Branchen. Erst das durch Aktivitäten

der öffentlichen Hand unterstützte Zusammenwirken in regionalen Kooperationen macht die EMM zum innovativen und wirtschaftlich starken technologie- und wissensbasierten Standort – wie im Zukunftsatlas der Prognos AG zu sehen. Darin werden die Potenziale der Kreise und kreisfreien Städte Deutschlands bewertet. Die EMM wird hier stets als Topregion geführt.

Unbedingt nötig ist es für einen Wissenschaftsstandort, eine ausreichende produktive Basis am Standort zu erhalten. Nur die enge räumliche Verbindung von Forschung und Werkbank ermöglicht Kooperationen und anwendungsorientierten Technologietransfer. Das Zusammenspiel von Wissenschaft und Kreativität, angewandt auf konkrete Problemstellungen aus der Praxis, kennzeichnet einen Forschungs- und Technologiestandort und lässt Innovationen entstehen. Die zahlreichen Einrichtungen für den Technologietransfer und zur Unterstützung von Betriebsgründungen wirken sich – verbunden mit der Nähe zu in München etablierten Patenteinrichtungen – für forschungsintensive Cluster günstig aus. Kurze Wege und Flexibilität ermöglichen es Regionen, im globalen Standortwettbewerb zu bestehen.

2007 wurde das Münchner Technologiezentrum MTZ eröffnet, 2008 und 2009 erfolgten Erweiterungen. Hier finden Firmengründer flexibel und günstig Räume, Labore, Büros und Serviceleistungen. Zudem ist das Referat für Arbeit und Wirtschaft für die Landeshauptstadt München an Initiativen wie dem „Münchner Business Plan Wettbewerb“ zur Förderung unternehmerischer Konzepte und Ideen oder dem Projekt „Hochsprung“ zur Unterstützung von Hochschulausgründungen beteiligt.

Diese Maßnahmen und Aktivitäten sind bewusst breit gestreut und nicht auf einzelne Branchen fixiert. Hoch qualifizierte Arbeitskräfte profitieren von den vielseitigen und chancenreichen Arbeitsmärkten in Stadtregionen, die sich auf die Vielfalt von wissensintensiven und kreativen Betrieben zurückführen lassen. Branchenvielfalt macht einen Standort attraktiv. Je diversifizierter die Wirtschaftsstruktur, umso leichter ist es für Unternehmen, neue Geschäftspartner zu finden. Diversifikation erhöht die Attraktivität einer Stadt für hoch qualifizierte Personen und ihre ggf. ebenfalls erwerbstätigen Partner.

## Bezug zur Stadtentwicklung

Welcher organisatorische Rahmen ist dabei für die Stadt insgesamt nötig? Diese Frage erfordert eine zukunftsgerichtete Stadtentwicklungsplanung. In München gibt es mit der „Perspektive München“ einen flexiblen Rahmen für die Stadtentwicklungsplanung. Einzelne Themen werden durch Leitlinien abgedeckt, die für die wesentlichen strategischen Handlungsfelder der Stadtentwicklung beschlossen werden – etwa die Leitlinie Familienpolitik, die Leitlinie Bildung und die Leitlinie Gesundheit. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft hat 2008 dem Münchner Stadtrat einen Entwurf für eine Leitlinie „München – Stadt des Wissens“ vorgelegt. Konkrete Leitprojekte sollen zeigen, wie Vorgaben und Strategien in die Praxis umgesetzt werden können.

Seit 1992 vergibt das Referat für Arbeit und Wirtschaft jährlich an den drei großen Münchner Hochschulen den Hochschulpreis der Landeshauptstadt. Ausgezeichnet werden herausragende Abschlussarbeiten, die sich mit der wirtschaftlichen, strukturellen oder kulturellen Entwicklung der Stadt München befassen. Über die Wettbewerbsbeiträge finden aktuelle Forschungsergebnisse Eingang in die Arbeit

der Stadtverwaltung und die Stadtentwicklung. Die Verwaltung begleitet und betreut einige Abschlussarbeiten bereits während ihrer Entstehung.

## Integration in das Standortmarketing

Ein technologieintensiver Standort wie München kann kaum alle benötigten Fachkräfte aus der eigenen Region gewinnen, vor allem angesichts des demografischen Wandels. Die Rekrutierung von Talenten durch Zuwanderung ist daher eine der wichtigsten Aufgaben der Stadt. Entscheidend ist dabei die Attraktivität von Stadt und Region. Im nationalen und internationalen Wettbewerb um Menschen und Unternehmen steigt die Bedeutung der Metropolregionen. Wichtig ist darum, dass die Landeshauptstadt München mit den anderen Kommunen gemeinsam für die Region wirbt und die Wissensregion durch Initiativen und Kooperationen voranbringt.

Eine weitere Säule der Förderung ist das Marketing für den Standort München. Es muss die Fragen beantworten, welches Potenzial an Partnern vorhanden ist und welche Möglichkeiten für ein ansiedlungsinteressiertes Unternehmen bestehen. Untersuchungen zum Wissenschafts- und Kreativitätsplatz München stellen etwa ansässigen Wissenschaftseinrichtungen und Unternehmen mögliche Kooperationspartner und gemeinsame Themen vor.

### Patentstadt München

Die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Wirtschaft, der Weg von der Invention zur Innovation, also von der Idee bis zur Realisation, wird in der Regel mit Technologietransfer gleichgesetzt. Die damit zusammenhängenden Themen wie Ausbildung, Forschung und Patentsicherung bestimmen die Region München. So sind die Rechteverwertung und die Umsetzung von Erfindungen eine wesentliche Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg. Die Patentstadt München nimmt national und international eine zentrale Rolle ein. Mit dem Europäischen Patentamt, dem Deutschen Patent- und Markenamt, dem Max-Planck-Institut für Geistiges Eigentum, Wettbewerbs- und Steuerrecht, dem Munich Intellectual Property Law Center, dem Bundespatentgericht, der Patentanwaltskammer und etwa einem Drittel aller bundesdeutschen Patentanwälte konzentriert sich ein wesentlicher Teil des gewerblichen Rechtsschutzes in München.

### Lessons learned

Dem Trend zur Bevölkerungsabnahme und Überalterung kann kurzfristig regional nur durch Zuwanderung entgegengewirkt werden. Auch wenn München zu den wenigen deutschen Städten mit positivem Geburten- und Zuwanderungssaldo zählt, wird mittelfristig ein Fachkräfteengpass erwartet. Um als Lebensraum attraktiv zu bleiben, muss in einer Stadtregion die Mischung aus Lebensqualität, Arbeitsangebot, Kultur-, Bildungs- und Freizeiteinrichtungen stimmen – und dies über das gesamte Leben hinweg mit vorschulischer Bildung, Schule, Ausbildung, Beruf und Ruhestand.

Wissens- und technologieintensive Branchen sind die Motoren stadtreionaler Entwicklung und Garanten für Investitionen, Beschäftigung und zukunftsfähige Arbeitsplätze in der Wissensökonomie. Aber nicht allein ökonomische Aspekte des Wirtschaftsfaktors Wissen bestimmen die Lebensqualität, sondern auch Angebote und Einrichtungen wie Bibliotheken, Museen und der kulturelle Sektor. Der Titel Wissensstadt umfasst daher nicht nur den Wirtschaftsstandort München, sondern auch Infrastruktureinrichtungen und Angebote der Wissensvermittlung, die sich an die gesamte Stadtbevölkerung wenden.

Wissenschaft und Forschung prägen einen Standort, insbesondere in einer Hightech-Region wie München. Unternehmen, Wissenschaftseinrichtungen und die Bevölkerung identifizieren und definieren sich auch mit der Stadt und der Region über die Wissenschaft, Forschung, Lehre und Umsetzung der Innovationen. Zudem gibt es wesentliche externe Effekte im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bereich, die von den Wissenschaftseinrichtungen ausgehen, etwa Nachfragesteigerungen durch Löhne und Gehälter oder ein überdurchschnittliches ehrenamtliches Engagement durch Hochqualifizierte. Diese Effekte müssen deutlich gemacht werden, um die Akzeptanz und das Verständnis für Wissenschaft und Forschung in Stadt und Region zu steigern.

Zentrum  
exzellenter  
Wissenschaft:  
die Technische  
Universität  
München.



## Gesuchter Risikoträger mit Verantwortungsgefühl

*Beate Monastiridis-Dörr, Head of Marketing Consulting bei der Munich Re, über das Engagement ihres Unternehmens*

Vor mehr als 130 Jahren wurde die Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft gegründet. München entwickelte sich um die Jahrhundertwende zur größten bayerischen Handels-, Industrie- und Verkehrsstadt und gehörte wirtschaftlich zur Spitzengruppe des Deutschen Reiches. Die fortschreitende Industrialisierung, der wachsende Verkehr und das allgemeine Aufblühen von Handel und Gewerbe machten die Deckung immer größerer Risiken erforderlich. Mit der Gründung der Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft durch Carl Thieme kann generell der Aufstieg dieser Branche und die heutige Bedeutung des Finanzstandorts München gleichgesetzt werden.

Im Geschäftsjahr 2009 erzielte die Gruppe einen Gewinn in Höhe von 2,56 Milliarden Euro, die Beitragseinnahmen beliefen sich auf 41 Milliarden Euro. Sie ist in allen Versicherungssparten aktiv und mit 47.000 Mitarbeitern auf allen Kontinenten vertreten. Mit Beitragseinnahmen von rund 25 Milliarden Euro allein aus der Rückversicherung ist sie einer der weltweit führenden Rückversicherer.

Besonders wenn Lösungen für komplexe Risiken gefragt sind, ist Munich Re ein gesuchter Risikoträger. Die Erstversicherungsaktivitäten bündelt Munich Re vor allem in der ERGO Versicherungsgruppe, die mit über 17 Milliarden Euro Beitragseinnahmen und 40 Millionen Kunden in über 30 Ländern zu den Großen der Branche zählt. Im internationalen Gesundheitsgeschäft führt Munich Re ihre Leistungen in der Erst- und Rückversicherung unter dem Dach der Marke Munich Health zusammen. Die weltweiten Kapitalanlagen von Munich Re (182 Milliarden Euro) werden von der MEAG betreut, die ihre Kompetenz auch privaten und institutionellen Anlegern außerhalb der Gruppe anbietet.

### *Unterstützung seit 1922*

Aus Risiken Wert schaffen, das ist seit rund 130 Jahren unser Anspruch. Komplexe Risiken bewerten und tragen zu können, erfordert Know-how in vielen Disziplinen. An unserem Stammsitz in München und an über 50 Standorten rund um den Globus erfassen wir Risiken ganzheitlich

und arbeiten für unsere Kunden gezielt an Lösungen, die ihrer individuellen Risikosituation am besten gerecht werden.

Die globalen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts – die Erderwärmung, die globalisierten Finanzmärkte und der demografische Wandel – verlangen nach innovativen Lösungen und einer kontinuierlichen Weiterentwicklung von Wissenschaft und Forschung. Um heutige Aufgaben lösen zu können und für künftige gerüstet zu sein, setzt sich die Münchener Rückversicherungsgesellschaft weltweit für die Ausbildung und Bildung junger Menschen ein und fördert Lehre und Forschung an nationalen und internationalen Hochschulen. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst. Seit 1922 unterstützen wir deshalb die Ludwig-Maximilians-Universität München durch unser Engagement für die Münchener Universitätsgesellschaft, die universitäre Forschung und akademische Lehre fördert.

## 14

Matthias Schmidt

# Ein strategisches Netzwerk für die Wissenschaftsstadt

Münster

Die nachhaltige Positionierung und Profilierung einer Wissenschaftsstadt benötigt ein mit festen Strukturen versehenes Netzwerk. Dieser These folgend, initiierten die Westfälische Wilhelms-Universität Münster, die Fachhochschule Münster sowie die Stadt Münster gemeinsam 2007 das heute als Allianz für Wissenschaft Münster firmierende strategische Netzwerk, in welchem Wissenschaft, Wirtschaft und Stadt gemeinsam die Entwicklung Münsters als Wissenschafts- und Technologiestandort forciert vorantreiben. In derzeit drei thematischen Schwerpunkten werden gemeinsam Projekte entwickelt und realisiert, die unter der Marke Allianz für Wissenschaft lokal, regional, national, aber auch international auf unterschiedlichsten Wegen kommuniziert werden.

Der Gründung der Wissenschaftsallianz ist in Münster eine lange Geschichte der Netzwerke und gemeinsamen Projekte vorausgegangen, welche 1996 mit der Gründung der Technologie-Initiative Münster (tim) durch Hochschulen, Kammern und Stadt begann. Anlass war vor allem der bereits seit Jahren anhaltende Veränderungsprozess in der Wirtschaftsstruktur Münsters insbesondere im tertiären Sektor, welcher nach vielen Jahren des Wachstums mit Arbeitsplatzverlusten verbunden war. Ziel der Technologieinitiative, die in der Allianz aufging, war die Entwicklung Münsters zu einem international anerkannten Technologiestandort. Die erfolgreiche Positionierung der Stadt vor allem in der Nanobioanalytik, aber auch der Aufbau effizienter spezialisierter Netzwerke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft wie die Gesellschaft für Bioanalytik Münster sind Ergebnis einer erfolgreichen Vernetzungsstrategie im Rahmen dieser Kooperation.

## Strategieentwicklung und Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“

Mit einem einstimmigen Beschluss des Stadtrates erhielt die Weiterentwicklung Münsters als Wissenschaftsstadt 2004 ein strategisches Fundament, welches unter Einbeziehung der Stadtgesellschaft erarbeitet und von allen im Rat vertretenen Parteien mitgetragen wird. In einem breit angelegten bürgerschaftlichen Prozess wurde die Zukunftsperspektive Münsters erarbeitet. Ergebnis dieses integrierten Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozesses waren das Profil „Wissenschaft und Lebensart“ sowie die Leitorientierung „Wir werden einer der führenden Bildungs-, Wissenschafts-, Forschungs- und Entwicklungsstandorte in Europa!“. Als zentrale Voraussetzung für eine erfolgreiche wissensbasierte Stadt- und Regionalentwicklung besteht seitdem in der Stadt breiter Konsens darüber, dass Wissenschaft die zentrale Zukunftsressource Münsters ist. In dieser Situation sorgte der vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft ausgelobte Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ für zusätzliche Dynamik: Im Rahmen der Wettbewerbsverfahren 2005 und 2006 wurde die Kooperation zwischen den heute acht Hochschulen und der Stadt noch einmal deutlich ausgeweitet. Wichtiges neues Handlungsfeld wurde das gemein-



Wissenschaft westfälisch: Platz zum Studieren und Leben.

same Marketing für den Hochschulstandort. Dieser inhaltlichen Erweiterung der Zusammenarbeit folgte eine organisatorische Maßnahme bei der Stadtverwaltung: Bei Münster Marketing wurde 2005 das Wissenschaftsbüro als Netzwerkknoten der Wissenschaftsstadt eingerichtet. Gemeinsam mit der Wissenschaft wurden bestehende Veranstaltungsformate weiterentwickelt, aber auch neue Ideen für zusätzliche strategisch bedeutende Zielgruppen kreiert. Im Rahmen des Hochschultages werden heute neben Fakten zum Studium auch Münsters Qualitäten als Standort kommuniziert, der sich durch Wissenschaft und Lebensart auszeichnet. Mit dem „Elternalarm“ werden Erst- und Zweitsemester sowie ihre Familien enger an Münster gebunden. Die Kongressmesse CONNECTA International Münster zielt darauf ab, vermehrt internationale Studierende nach Münster zu holen und ihnen auch nach ihrem Studium eine Perspektive in Münster anzubieten. „ALTERnativ – Wissen erleben“, eine Veranstaltung für Neugierige ab 50, verdeutlicht, dass Wissenschaft ein Thema ist, welches für alle Generationen relevant und interessant ist. Viele Projekte der Wissenschaftskommunikation schließlich sorgen dafür, dass die Stadtgesellschaft mitgenommen wird in die Zukunft Münsters.

## Stadt-Info

### Name der Stadt:

Münster

### Zahl der Einwohner:

283.000

### Zahl der Studierenden:

46.000

### Anzahl der Hochschulen:

8

### Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:

- Westfälische Wilhelms-Universität Münster (1780)
- Fachhochschule Münster (1971)

### Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:

- Max-Planck-Institut für molekulare Biomedizin
- Fraunhofer-Institut für Molekularbiologie und Angewandte Ökologie
- Leibniz-Institut für Arterioskleroseforschung
- Center for Nanotechnology
- Nanobioanalytik-Zentrum Münster

### Website mit zentralen Informationen:

[www.allianz-fuer-wissenschaft.de](http://www.allianz-fuer-wissenschaft.de)

### Budget:

vorhanden, projektabhängig  
schwankend

### Ansprechpartner in der Kommune:

Wissenschaftsbüro bei Münster  
Marketing

## Gründung der Allianz für Wissenschaft

Wichtige Voraussetzungen für die nachhaltige Positionierung eines Standortes als Wissenschaftsstadt sind ein mit festen Strukturen versehenes Netzwerk und ein inhaltliches Profil. Vor diesem Hintergrund beauftragte der Rat der Stadt Münster als Ergebnis des Münsteraner Zukunftsgespräches „Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb“ im Juni 2007 Münster Marketing sowie die Wirtschaftsförderung Münster GmbH damit, mit der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und der Fachhochschule Münster Gespräche zur Gründung einer Konzentrierten Aktion Wissenschaftsstadt Münster zu führen, welche seit 2010 als „Allianz für Wissenschaft“ firmiert. Sehr schnell einigten sich die Partner – zusätzlich gestützt durch eine Kompetenzfelduntersuchung der Prognos AG – auf die Handlungsfelder Westfälischer Frieden, Nanobioanalytik sowie medizinische Prävention. In allen drei Bereichen verfügt der Standort über eine ausgewiesene Strahlkraft in Wissenschaft und Forschung; in den beiden medizinischen Feldern auch über großes wirtschaftliches Potenzial. Aufsetzend auf dieser inhaltlichen Basis wurde eine feste Gremienstruktur aufgebaut: Zu jedem der Handlungsfelder wurden Facharbeitskreise gegründet, in denen Vertreter von Wissenschaft, Wirtschaft und Stadt vertreten sind. Ihr Auftrag: Entwicklung von Projekten mit Strahlkraft. Die Aktivitäten in den drei Schwerpunkten werden in einem Steuerungskreis – in ihm sind alle Partner der Allianz vertreten – zu einer Gesamtstrategie gebündelt. Einmal im Jahr schließlich treffen sich die Spitzen von Universität, Fachhochschule und Stadt mit dem Steuerungskreis zur Festlegung der gemeinsamen strategischen Ziele für das nächste Jahr. Die Ergebnisse der Kooperation fließen ein in ein Kommunikationskonzept, in dessen Rahmen bereits die Wortmarke Allianz für Wissenschaft Münster entwickelt, ein entsprechender Internetauftritt sowie zahlreiche Aktivitäten der Wissenschafts-



Wissenschaft weltoffen: Wissenschaftspark Münster (CeNTech).

kommunikation realisiert worden sind. Zu diesem Baustein der Kooperation gehört auch ein regelmäßiges Treffen der Pressesprecher. Die Geschäftsführung für den Gesamtprozess obliegt dem Wissenschaftsbüro bei Münster Marketing gemeinsam mit Wirtschaftsförderung Münster GmbH und Technologieförderung Münster GmbH.

## Fallbeispiel Nanobioanalytik

Am Beispiel des Schwerpunktes Nanobioanalytik soll im Folgenden die Arbeitsweise in der Allianz veranschaulicht werden. Ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zur Wissenschaftsstadt war 2003 die Eröffnung des Center for Nanotechnology (CeNTech). Um das vielfältige Chancenpotenzial nanotechnologischer Forschung besser nutzen und umsetzen zu können, ist in Nachbarschaft zum Technologiehof eines der deutschlandweit ersten Zentren für Nanotechnologie entstanden. Das Land Nordrhein-Westfalen, die Westfälische Wilhelms-Universität Münster und die Stadt Münster investierten hier gemeinsam insgesamt mehr als 8 Millionen Euro in Labor- und Büroräume für Forscher aus Wissenschaft und Wirtschaft. Dem Erfolg dieser Einrichtung folgte seine Erweiterung: Am 8. Oktober 2010 war die Grundsteinlegung für das CeNTech II, das vom Land Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Konjunkturpaketes II ermöglicht wurde. Voraussichtlich im Herbst 2011 wird die Universität diese neuen Flächen beziehen. Darüber hinaus beschloss der Rat der Stadt Münster am 11. Februar 2009 die Errichtung eines Nanobioanalytik-Zentrums im Wissenschaftspark. Dem Votum vorausgegangen war eine Förderzusage des Landes Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Ziel-2-Wettbewerbes „NanoMikro+Werkstoffe.NRW“. Hierbei handelt es sich um eine Innovationsinfrastruktur, ausgerichtet auf die Ansiedlung, das Wachstum sowie die Förderung von kleinen und mittleren Unternehmen, die neue Geräte, Produkte oder Methoden für die Analyse biologischer und medizinischer Materialien entwickeln. Für die Firmen wird auf 3.000 Quadratmetern Nettogröße eine nanobioanalytik- und biomedizin-kompatible Infrastruktur mit Spezialgeräten für innovative Projektentwicklungen zur Verfügung gestellt. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor bei diesen großen Infrastrukturprojekten war das vertrauensvolle Zusammenspiel von Wissenschaft, Wirtschaft und Stadt in den Netzwerken, welche durch die Wissenschaftsallianz noch weiter gefestigt und ausgebaut wurden. Die Allianz für Wissenschaft hat wesentlich dazu beigetragen, die Wissenschaftsstadt Münster in der Wahrnehmung mit einem inhaltlichen Profil mit überregionaler Strahlkraft zu verbinden. Damit wurde eine wichtige Grundlage für Investitionen am Standort Münster geschaffen.

Diese Projekte werden auch kommunikativ transportiert: Mitten in der Innenstadt, in den Münster Arkaden, wurde im Sommer 2009 die Ausstellung „expedition materia“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung präsentiert. Tausende erlebten hautnah Anwendungsfelder der Nanotechnologie. Viele informierten sich in Vorträgen sowie bei einem Besuch im CeNTech darüber, dass die Wissenschaftsstadt Münster „groß in kleinen Teilen“ ist. Im Mai 2010 wurden am selben Ort die Ergebnisse des Architektenwettbewerbs für das neue Nanobioanalytik-Zentrum öffentlich ausgestellt. Jeder konnte sich hier darüber informieren, was für ein Gebäude demnächst in Münsters Wissenschaftspark errichtet wird. Begleitet wurden beide Ausstellungen mit einer stadtweiten Plakatkampagne. Diese Aktivitäten zielen darauf ab, die Stadtgesellschaft in die Entwicklung Münsters als Wissenschaftsstadt eng einzubinden. Aber auch die überregionale bzw. internationale Sichtbarkeit Münsters ist bei der Umsetzung des Kommunikationskonzeptes ein zentrales Anliegen: Im Juni 2010 kamen fast 300 Experten aus der ganzen Welt zur NanoBioEurope in

Münsters Messe- und Kongresszentrum Halle Münsterland, wobei auch die Eröffnung der internationalen Tagung durch den US-Botschafter Philip D. Murphy für große mediale Aufmerksamkeit sorgte. Münster konnte sich vor internationalem Publikum als exzellente Wissenschaftsstadt präsentieren.

### **Der Wettbewerb um die klugen Köpfe als Herausforderung**

Die wissensbasierte Stadtentwicklung scheint sich für Münster als richtige strategische Weichenstellung zu bestätigen. Nicht nur, dass für den Ausbau Münsters vor allem als Nanotechnologie-Standort in den letzten Monaten erhebliche Fördermittel akquiriert werden konnten: Im mit „Wissen ist Wirtschaftsmacht“ betitelten Ranking der deutschen Wirtschaftsstandorte eines großen deutschen Wirtschaftsmagazins konnte sich Münster gemessen an Wirtschaftsleistung, Arbeitsplätzen, Bevölkerung und Kaufkraft hinter Hamburg und München auf dem dritten Rang platzieren. Zentrale Botschaft der Veröffentlichung: Wissenschaftsstädte laufen den Metropolen zunehmend den Rang ab. Die weitere positive Entwicklung Münsters wird aber kein Selbstläufer sein. Vielmehr wird im Zeitalter der Wissensgesellschaft verstärkt durch den demografischen Wandel der Wettbewerb um die klugen Köpfe weiter zunehmen. Während in den letzten Jahren beim Stadtprofil „Wissenschaft und Lebensart“ das Element „Wissenschaft“ sehr stark im Fokus stand, wird der weitere Erfolg des Standortes auch sehr stark davon abhängen, ob es gelingt, ausgerichtet vor allem auch auf die Anforderungen der „Wissensarbeiter“ den Begriff der „Lebensart“ zu konkretisieren und zu kommunizieren. Denn neben dem attraktiven Arbeitsplatz gewinnen weiche Standortfaktoren wie breites Kulturspektrum, hochwertige Freizeitangebote, urbane Qualitäten, hohe Umweltqualität, Wohnungsangebot, Kinder- und Familienfreundlichkeit und auch Internationalität im Wettbewerb der Städte sehr an Bedeutung.

Wichtige Grundvoraussetzung für eine weiterhin erfolgreiche wissensbasierte Stadtentwicklung wird die Fortsetzung einer vertrauensvollen Zusammenarbeit in den Netzwerken der Wissenschaftsstadt Münster sein, in welcher alle Partner gleichberechtigt agieren, ihre eigene Sichtbarkeit nicht verlieren und für alle Beteiligten Kooperationsvorteile klar erkennbar sind. Solange diese Kriterien erfüllt sind, stehen die Chancen sehr gut dafür, dass die Dynamik in der Wissenschaftsstadt Münster anhalten wird.

Wissenschaft bringt Internationalität: internationales Sommerfest vor dem Universitätsschloss.



## Grundkapital der Stadtentwicklung

Karin Völker aus dem Redaktionsteam der „Westfälischen Nachrichten“ über den Wandel in Münster

Stadt der Beamten, Katholiken, Fahrräder und Studenten – hübsch, konservativ, provinziell. Das sind die Attribute, die die Außensicht auf Münster noch häufig prägen. Den Weg vom mittleren Behördenzentrum zur Wissenschafts- und Technologiemetropole legt Münster nicht gerade im Raketentempo zurück. Aber die Geschwindigkeit hat in jüngerer Vergangenheit zugenommen. Und zwar in dem Maße, in dem Münster als ehemaliger „Schreibtisch“ Westfalens, Sitz zahlreicher Behörden mit unzähligen Beamtenstellen, an Einfluss verliert.

### Wissenschaft ist akzeptiert

Die Erkenntnis, dass die Stadt aktiv Wissenschaft und Technologie fördern muss, um ein neues Profil sowie qualifizierte Arbeitsplätze zu gewinnen und damit attraktiver Standort zu bleiben, hat sich auch in Kreisen der Stadtgesellschaft durchgesetzt, denen die Wissenschaft lange als nicht hinreichend verlässliches Zukunftsversprechen galt. Die städtische Finanzspritze beim Bau des Zentrums für Nanotechnologie war vor rund zehn Jahren für manche Kommunalpolitiker ein schwer verdaulicher Brocken. Den jetzt anstehenden Bau des Nanobiozentrums im Wissenschaftspark, das die Stadt eben-

falls großzügig mitfinanziert, beäugt dagegen kaum jemand mehr argwöhnisch. Der Grund: In der Nanobiotechnologie sind über 1.000 hoch qualifizierte Arbeitsplätze entstanden. Je stärker ein Wissenschaftszweig in die Wirtschaft ausstrahlt, desto schneller wächst er – gespeist durch öffentliche Fördergelder und durch Investitionen aus der Wirtschaft. Dies gilt nicht nur für das Beispiel Nanotechnologie, sondern inzwischen auch für die Batteriefor-

schung. Alles andere, als auf die Symbiose zwischen Stadt und Hochschulen zu setzen, wäre aus Sicht beider eine Dummheit. Universität und Fachhochschule mit ihren zusammen knapp 50.000 Studenten sind ein nie versiegender Quell der Jugend für eine Stadt, die wie alle Kommunen über kurz oder lang den Bevölkerungsrückgang zu spüren bekommen wird. Die Hochschulen bringen Kaufkraft, auf die auch der Handel nur schwer verzichten könnte. Jedes Jahr zum Wintersemesterbeginn strömen an die 6.000 junge Leute nach Münster – gar nicht wenige bleiben auch nach dem Studium und finden Arbeit in der Stadt. In den vergangenen zehn Jahren hat Münster in der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen 23.000 neue Bürger hinzugewonnen. Ein hoffnungsvolles Zei-

chen, dass diese Hochschulabsolventen in der Stadt offenbar auch Arbeit gefunden haben.

Umgekehrt: Natürlich kommen die Studenten auch wegen des guten Rufs der Hochschulen. In erster Linie sind sie aber hier, weil Münster für junge Leute als attraktive Stadt gilt. Kein Zweifel, Münster ist im traditionellen Sinne schön. Als beehrter Studienort gilt es aber vor allem deswegen, weil Studenten hier seit Jahrzehnten das Stadtbild und eben auch die Atmosphäre, das Kultur- und Freizeitangebot prägen. So lebenswert, wie vor einigen Jahren beim internationalen Wettbewerb „Live-Com-Award“ festgestellt, wird Münster vor allem durch seine Hochschulen. Sie sind das Grundkapital für die Stadtentwicklung.

## 15

Rainer Lisowski

# Eine Stadt neu positionieren

Oldenburg

„Was bringt uns ein solcher Titel? Was haben die Bürger davon, wenn wir uns mit ‚Stadt der Wissenschaft 2009‘ schmücken können? Ist das nicht ein reines PR-Projekt?“ Mit solchen Fragen konfrontiert, startete die Stadt Oldenburg 2007 in das drei Jahre dauernde Projekt Übermorgenstadt, mit dem die Bewerbung um den vom Stifterverband ausgeschriebenen Titel „Stadt der Wissenschaft“ erfolgte. Dieser Artikel soll aufzeigen, was der Titelgewinn gebracht hat und wie er strategisch in die Entwicklung des Wissenschaftsstandortes passte.

## Strategische Leitlinien schaffen

Die Bewerbung um den Titel nahm ihren Beginn in der Vermutung, allein schon der Bewerbungsprozess könne sich positiv auf die Kommune auswirken. Heute bestätigen die empirischen Befunde der Studie von Clas Meyer und Stefanie Wesselmann (siehe Seite 12 ff.) diese Annahme. Im Frühjahr 2007 wurde die Bewerbung als Katalysator einer im Hintergrund wirkenden Strategie betrachtet.



Wissenschaft spielerisch erleben mit dem Projekt „Arhimedes auf dem Spielplatz“.

Eine solche war zuvor unter persönlicher Federführung des neu gewählten Oberbürgermeisters entwickelt worden. Darin sind die großen Entwicklungslinien für die Stadtentwicklung skizziert. Überschrieben ist das Konzept mit dem Anspruch, Oldenburg als einer „gemütlichen Großstadt“ zu „neuer Urbanität“ zu verhelfen. Entscheidende Elemente der Strategie sind etwa die Forcierung der internationalen Vernetzung oder das Bestreben, mehr moderne Architektur zu wagen (siehe Abbildung 1, Seite 121).

Mit der „neuen Urbanität“ existierte bereits eine erste inhaltliche Vorgabe für die Bewerbung um den Titel „Stadt der Wissenschaft“: alle Kernprojekte des Übermorgenstadt-Projektes so auszurichten, dass das gesamte Vorhaben die städtische Strategie unterstützt.

Was einfach klingt, war praktisch schwierig. Kurs zu halten schien die anspruchsvollste Aufgabe zu sein. Insbesondere, weil neben der strategischen Fokussierung ein weiteres prägendes Element die Teilhabe möglichst vieler Zielgruppen sein sollte. Prozesse mit hoher Eigendynamik drohen rasch zu inhaltlicher Beliebigkeit zu führen. Allein über 200 lokale und regionale Multiplikatoren waren zu den sogenannten Ideenschmieden eingeladen, die das Rückgrat der am Anfang stehenden Kreativphase bildeten. Zwei Gestaltungselemente machten die Ideenschmieden im Sommer 2007 zu etwas Besonderem: Sie fanden an ungewöhnlichen Orten statt. In einer Justizvollzugsanstalt, in einem ausgedienten Umspannwerk, mitten in einer Museumsausstellung etc. Die Teilnehmer wurden außerdem sehr bewusst ausgewählt. An jeder Ideenschmiede sollten Personen teilnehmen, die sich untereinander möglichst nicht kannten und aus allen gesellschaftlichen Bereichen kamen. Zudem sollte der Kreis etablierte Institutionen und Personen sowie „Neulinge“ umfassen.

Um eine zur Strategie passende Prozesssteuerung zu garantieren, wurden zwei „strategische Zentren“ geschaffen: zum einen die mit 20 kommunalen Topentscheidern aus allen gesellschaftlichen Bereichen besetzte Lenkungsgruppe, zum anderen ein Kernteam mit Vertretern der drei Hauptpartner Universität, Fachhochschule und Stadtverwaltung. Gemeinsam mit dem städtischen Projektbüro übten beide Gremien eine wichtige Aufgabe aus: den in munterem Treiben segelnden Verbund Dutzender Partner und Unterstützer durch Überzeugung und Hartnäckigkeit auf Kurs zu halten, ohne motivierte Partner zu verlieren.

Das ausgewählte Verfahren brachte drei entscheidende Vorteile: Alle entstehenden Projektideen waren von Beginn an interdisziplinär angelegt, immer mit Partnern aus der Wissenschaft und anderen Teilen der Gesellschaft. Zudem mobilisierte dieses Verfahren viele Institutionen, was sich nicht nur an der Zahl der Unterstützer für die Bewerbungskampagne niederschlug, sondern es auch vereinfachte, nach dem

## Stadt-Info

### Name der Stadt:

Oldenburg (Oldb.)

### Zahl der Einwohner:

161.000

### Zahl der Studierenden:

ca. 13.000

### Anzahl der Hochschulen:

3

### Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:

- Carl von Ossietzky Universität (1974)
- Jade Hochschule (1971)

### Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:

- NEXT ENERGY
- OFFIS – Oldenburger Forschungs- und Entwicklungsinstitut für Informatik

### Website mit zentralen Informationen:

- [www.oldenburg.de](http://www.oldenburg.de)
- [www.uebermorgenstadt.de](http://www.uebermorgenstadt.de)

### Budget:

1 Vollzeitstelle zzgl. diverse dezentrale Einrichtungen in unterschiedlichen Anteilen (Marketing, Kulturbetrieb etc.)

### Ansprechpartner in der Kommune:

Stadt Oldenburg  
Büro des Oberbürgermeisters  
Stabsstelle Wissenschaftliche  
Angelegenheiten  
[wissenschaft@stadt-oldenburg.de](mailto:wissenschaft@stadt-oldenburg.de)

Titelgewinn zügig eine Organisationsroutine aufzubauen. All das geschah, ohne den roten Faden zu verlieren.

## Raum für Kreativität

Das beschriebene Vorgehen erwies sich zudem als hochgradig kreativitätsfördernd. Durch die von Beginn an angestrebte Interdisziplinarität entstanden kreative Reibungspunkte, die zu neuen Ideen führten. Ein Beispiel: In einer Ideenschmiede schlug ein Theatervertreter vor, ein traditionelles Format neu zu beleben, etwa einen Jahrmarktklassiker. Ein evangelischer Pastor sinnierte dagegen, ob man nicht einen zwar kritischen, aber humorvollen Blick auf die Schattenseiten von Wissenschaft werfen sollte. Eine wilde Diskussion später war die „Wissenschaftsgeisterbahn“ geboren. Theaterdramaturgen und Wissenschaftler sollten im Dialog den Plot für ein kritisches, gruseliges, aber dennoch ironisches und unterhaltsames Wissenschaftstheater entwickeln – das nach einem gruseligen Ort verlangte: einem stillgelegten Bunkerkrankenhaus aus Zeiten des Kalten Krieges. Viel später sollte dieser Veranstaltungshöhepunkt stets zu 95 Prozent ausgebucht sein ...

Generell lag der Schwerpunkt der ausgearbeiteten Skizze bei gemeinsamen Projekten zwischen Wissenschaft und Kultur, Schule, Medien. Da die Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Wirtschaft bereits durch verschiedene, lebendige Netzwerke sichergestellt war, schienen diese Zielgruppen vordringlicher zu sein.

Was für ein Glücksgriff sowohl mit dem Begriff Übermorgenstadt als auch der für die Bewerbung entwickelten grafischen Linie gelungen war, stellte sich später heraus. Im Lauf der Jahre 2007 und 2008 wurden die visuellen Elemente der neu geschaffenen Stadt-der-Wissenschaft-Welt im Stadtbild immer deutlicher. Alle Verantwortlichen in der Verwaltung und der Tourismus und Marketing GmbH spürten die positive Grundstimmung und Aufgeschlossenheit der Bürger und der Gäste dem neuen Auftritt gegenüber. Entsprechend wurde 2009 eine gravierende Entscheidung für das Standortmarketing getroffen: Es sollte eine neue „Marke Oldenburg“ geschaffen werden. Noch im Wissenschaftsjahr wurde zwischen der Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH und dem Wissenschaftsbüro ein Markenbildungsprozess unter Moderation externer Agenturen angeschoben. Dabei sollten die visuellen Welten der Stadt-der-Wissenschaft-Kampagne das fünf Jahre alte städtische Corporate Design ersetzen. Eine reine Stilentscheidung? Mitnichten.

## Substanz und Stil

Die Journalistin Virginia Postrel von der „New York Times“ veröffentlichte vor ein paar Jahren eine höchst lesenswerte Publikation mit dem Titel „The Substance of Style“. Sie weist darin auf ein hochinteressantes Phänomen hin: Auch in Situationen, in denen Stil, Design und Kommunikation als absolut nachrangig gelten könnten, scheinen sie doch ein Grundbedürfnis von Menschen zu sein. Um nur ein Beispiel ihres Buches zu zitieren: Als die Herrschaft der Taliban in Afghanistan gestürzt wurde, war eine der ersten Reaktionen der Bürger, wieder Frisöre und Schönheitssalons aufzusuchen. Dies waren keine Einzelfälle, sondern ein Massenphänomen. Scheinbar, so Postrel, ist der Sinn für Schönheit und Ästhetik ein menschliches Grundbedürfnis, das erfüllt werden will.

Bei der Übermorgenstadt wurde entsprechend eine vollkommen neue Bildstrategie entwickelt. Nicht nur ein neues, frisches Logo, sondern außergewöhnliche Fotografien, neue Key-Visuals oder ausgefallene 3-D-Grafiken. Übrigens kommt ein Vertreter der Standortdiskussion zu einem ganz ähnlichen Schluss: Auch Richard Florida betont in seiner aktuellsten Publikation „Who’s Your City“ den Wert dessen, was er *beauty premium* nennt. Sein Argument: In den Basisangeboten für die Bürger ähneln sich die Städte bereits stark. Die Differenzierung geschehe zunehmend über Ästhetik und Schönheit – umso mehr bei der sogenannten *creative class*, die in den meisten wirtschaftlich-sozialen Lebenslagen abgesichert ist.

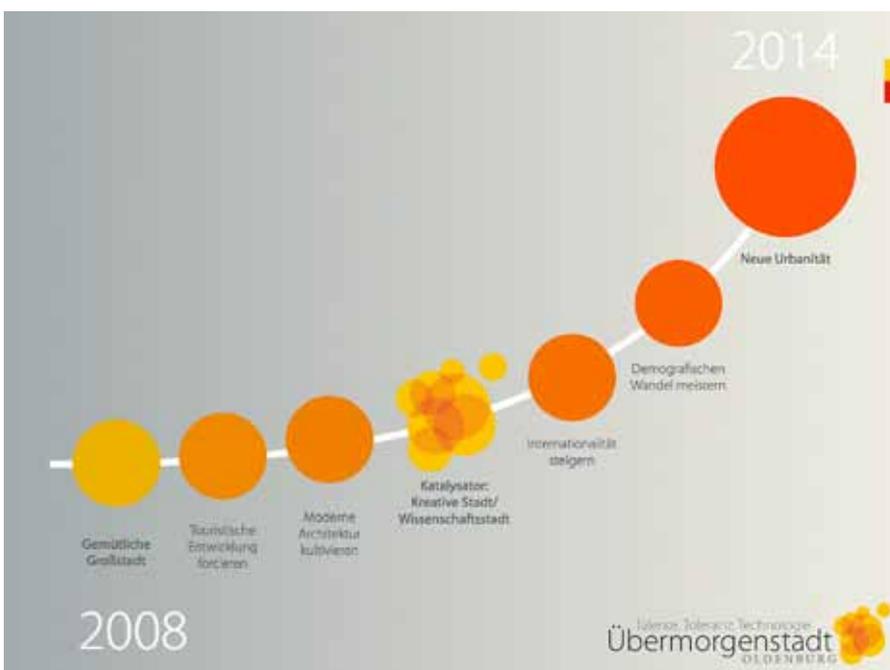
Es zahlte sich in jedem Fall aus, dass die Werbeagentur bei allen strategischen Beratungen anwesend war. Vielleicht konnte es so gelingen, den „Geist“ des Vorhabens grafisch perfekt abzubilden.

## Künftige Themen und Vorhaben

Was bleibt Oldenburg neben einer neu aufgestellten Marke und Hunderten von Events? Drei Beispiele sollen verdeutlichen, wie „Stadt der Wissenschaft“ die Stadt über das eine Jahr hinaus veränderte.

- Als eines der Kernelemente der Strategie zu neuer Urbanität wurde eingangs die Internationalisierung der Stadt genannt. In diesem Feld brachte das Übermorgenstadt-Projekt neue Impulse. Nur ein Beispiel: Gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung und dem China-Desk der Stadtverwaltung wurde etwa 2008 ein Förderantrag zum Marketing von Umwelttechnologien in China im Rahmen der Kampagne „Germany – Land of Ideas“ – erfolgreich abgegeben. Zweimal besuchten Wissenschaftsdelegationen daraufhin die chinesischen Städte Xi’an und

**Abbildung 1: Strategie der Stadtverwaltung: Auf dem Weg zu neuer Urbanität**





Kooperation der  
Hochschulen mit der  
Wirtschaft: das „Schlaue  
Haus“ Oldenburg.

Tianjin. Ergebnis: Heute arbeiten Oldenburger Wissenschaftler mit Kollegen aus Tianjin an einem Konzept für die Entwicklung eines Zero-Emission-Parks in der Elf-Millionen-Stadt.

- Das zentrale Fortsetzungsprojekt von „Stadt der Wissenschaft“ ist sicher der Bau des „Schlaue Hauses“. Mit Millionensummen aus der Wirtschaft und von der niedersächsischen Landesregierung gefördert, wird dieses Wissenschaftshaus als strukturelle Plattform den zielgerichteten Dialog mit wichtigen gesellschaftlichen Gruppen verstetigen. Das in direkter Sichtweite des Oldenburger Schlosses, mitten in der Innenstadt gelegene Haus wird die Repräsentanz der beiden in der Peripherie liegenden Hochschulen sein und deren Netzwerke in die Bürgerschaft stärken.
- Dauerhafte Akzente sollen mit einem stadtplanerischen Konzept für die Übermorgenstadt gesetzt werden. In vier konsekutiven Workshops im ersten Halbjahr 2011 soll eine Art „Weißbuch Wissenschaftsstandort“ entwickelt werden. Die Herausforderung lautet, Wissenschaft im Stadtbild erkennbar und erlebbar zu machen. Stichwort: neue Urbanität mit moderner, großstädtischerer Architektur. Drei Quartiere sind identifiziert, deren Entwicklung vorangetrieben werden soll. Hier geht es etwa um die Vernetzung peripherer Standorte zu einem Wissenschaftsquartier und einem „Weißen Campus“.

## Ohne Rückschläge zu ertragen, geht es nicht

Strategie zeichnet sich dadurch aus, dass sie spitz ist und nicht breit, oder wie Michael Porter sagen würde: „Strategy is to chose what NOT to do.“ Nach drei Jahren und ersten Erfolgen zum Trotz kann aber die Stimmung aufkommen, es müsse einmal wieder ein anderes Thema als Wissenschaft in den Fokus der Aufmerksamkeit rücken. Die Sichtbarkeit von Projekten wie „Stadt der Wissenschaft“ steht möglicherweise in negativ proportionalem Zusammenhang mit der politischen Unterstützung, weil sich an der immer größeren Oberfläche zunehmend politische Einzelinteressen niederschlagen. Vergangene Erfolge sind schnell vergessen und es ist beinahe unmöglich, in einem groß angelegten Kommunikationsprozess dauerhaft alle Teile der Bevölkerung und der organisierten Interessen mitzunehmen. Skeptische bis ablehnende Signale aus den Räten dürften sich in Zeiten fortgesetzt knapper Kassen zudem noch verstärken. Überall in der Bundesrepublik. Ein vermeintliches Elitethema wie Wissenschaft mag kommunalen Parteigremien schwer zu vermitteln sein.

## Fazit

Kommen wir abschließend zur Ausgangsfrage zurück, was eine Stadt von einem Titel wie „Stadt der Wissenschaft“ hat. Oldenburg wäre es ohne den Titel „Stadt der Wissenschaft“ vielleicht nie oder nur bedeutend langsamer gelungen, den Wandel zu „neuer Urbanität“ voranzutreiben. Die zahlreichen Veranstaltungen, die Neugestaltung der Marke und deren von Beginn an positives Image haben zu mehr Akzeptanz und Interesse am Thema Wissenschaft geführt. Die Ideenschmiedern mit der breit angelegten Beteiligung haben zum Teil ungewöhnliche Veranstaltungsformate hervorgebracht und es einfach gemacht, unterschiedlichste Gruppen einzubinden und neue Netzwerke zu knüpfen. Die Formulierung einer klaren Strategie hat all dem einen festen und verbindlichen Rahmen gegeben.

Projekte wie die Übermorgenstadt verändern die Struktur einer Stadt nicht von Grund auf. Aber sie sind ein unverzichtbarer Impuls für deren Weiterentwicklung.

## 16

Michael Lüdtké

# Wissenschaft im Rampenlicht

Rostock

Inzwischen stehen sie in der ganzen Stadt: die „Wissensbojen“ des Vereins [Rostock denkt 365°]. Mit der Aufstellung dieser himmelblauen, ausrangierten Fahrwassertonnen macht der Rostocker Wissenschaftsförderverein die Vielfalt der Forschungslandschaft der knapp 800 Jahre alten Hansestadt deutlich. Bereits seit 2008 übergibt er solche „Wissensbojen“ an Wissenschaftseinrichtungen und deren Unterstützer. Neun sind es bisher.

Neben den zwei Tonnen schweren und äußerst markanten „Se(e)hzeichen“ mit ihrem starken Bezug zur maritimen Tradition der Stadt will [Rostock denkt 365°] jedoch noch ganz andere Gewichte stemmen. Die einzige Metropole Mecklenburg-Vorpommerns – für gewöhnlich in Verbindung gebracht mit maritimer Wirtschaft, hanseatischer Kaufmannschaft und sommerlichem Tourismus – ist ein seit sechs Jahrhunderten anerkannter Standort in der weltweiten Wissenschaftsszene. Die Universität zählt zu den ältesten Deutschlands, wurde bereits 1419 gegründet. 5.000 Menschen sind in den zwei Hochschulen und den acht Forschungsinstituten der Stadt beschäftigt. Deren herausragende Forscher und Erfinder machen zu Hause hingegen selten Schlagzeilen. Wissenschaft ist nicht Stadtgespräch und findet auch nicht wahrnehmbar in der städtischen Öffentlichkeit statt.

Dies zu ändern, hat sich [Rostock denkt 365°] auf die Fahnen geschrieben. 2007 wurde der Verein von allen Wissenschaftseinrichtungen der Regiopole an der Ostsee gegründet. Vordringlichstes Ziel: eine Bewerbung zum Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft 2009“. Diese gelang, wenn auch der Sieg anderen überlassen werden musste.

## Vereinsname als Motto

Der Slogan und Name des Vereins stehen dafür, dass insbesondere die Wissenschaft für sich in Anspruch nimmt, vor jeglichem Handeln zuallererst zu denken. Übertragen auf das Standortmarketing, das [Rostock denkt 365°] stellvertretend für die Stadt übernommen hat, ist er auch als eigener Anspruch im Wettbewerb von Städten und Regionen zu verstehen: Wer seinen Mitbewerbern eine Schiffslänge voraus sein will, der muss vor allem in neues Wissen und kluge Gedanken investieren. Die „365“ symbolisiert dabei die Anzahl der Tage eines Jahres; steht aber vor allem dafür, weiterzudenken, über den 360 Grad umfassenden Tellerrand hinaus. Die Wissensbojen sind da Mittel zum Zweck. Sie sind den Rostockern und ihren Gästen deutliche Hinweisschilder geworden, die unübersehbar anzeigen: Hier befindet sich eine Wissenschaftseinrichtung. Und sie sind ein erster Schritt. Wer dank ihnen täglich daran erinnert wird, dass Rostock eine Stadt der Wissenschaften ist, fängt auch eines Tages an, sich dafür zu interessieren, was hinter den Fenstern der Institute geschieht und wer in den Laborgebäuden tätig ist.



Markantes Se(e)hzeichen: Wissensboje in Rostock.

## Schwerpunktbildung und Profilierung

Eines der schönsten Wissenschaftsgebäude der Stadt hat das Max-Planck-Institut für demografische Forschung Rostock (MPI-DF). 1995 mit zehn Mitarbeitern eröffnet, sind heute in einem 2003 errichteten H-förmigen Bau direkt am Ufer des Rostocker Heimatflusses Warnow knapp 90 Forscher beschäftigt. Hinzu kommen um die 60 Nachwuchswissenschaftler, die ein Doktoranden- oder Postdoktorandenstipendium haben. In den vergangenen 15 Jahren hat sich der in Deutschland noch immer recht neue Wissenschaftszweig Demografie in Rostock zu einem echten Schwerpunkt entwickelt. Gemeinsam mit der Universität hat das MPI-DF 2004 das Rostocker Zentrum zur Erforschung des Demografischen Wandels eingerichtet. Auch eine der 2007 geschaffenen vier Profillinien der Universität namens „Erfolgreich Altern“ hat die Auswirkungen der immer älter werdenden Gesellschaft westlicher Industriestaaten zum Schwerpunkt.

## Stadt-Info

**Name der Stadt:**

Rostock

**Zahl der Einwohner:**

200.000

**Zahl der Studierenden:**

15.500

**Anzahl der Hochschulen:**

2

**Namen und Gründungsdaten der beiden wichtigsten Hochschulen:**

- Universität Rostock (1419)
- Hochschule für Musik und Theater Rostock (1994)

**Namen der wichtigsten außeruniversitären Forschungseinrichtungen:**

- Max-Planck-Institut für demografische Forschung
- Fraunhofer-Institut für Graphische Datenverarbeitung
- Fraunhofer Anwendungszentrum Großstrukturen in der Produktionstechnik
- Leibniz-Institut für Katalyse
- Leibniz-Institut für Ostseeforschung Warnemünde
- Von Thünen-Institut – Bundesforschungsanstalt für Fischerei
- Leibniz-Institut für Nutztierbiologie Dummerstorf
- Leibniz-Institut für Atmosphärenphysik Kühlungsborn
- Fachbereich Seefahrt als Außenstelle der Hochschule Wismar

**Website mit zentralen Informationen:**

[www.rostock365.de](http://www.rostock365.de)

**Budget:**

15.000 Euro/Jahr

**Ansprechpartner in der Kommune:**

[Rostock denkt 365°] e.V.  
denken@rostock365.de

Ein Ergebnis dieser Entwicklung zum Cluster ist, dass die bisher in Rostock nicht vertretene Helmholtz-Gemeinschaft nun ebenfalls eine Außenstelle in der Stadt hat: Das Deutsche Zentrum für Neurodegenerative Erkrankungen, das sich auf sechs Standorte in Deutschland verteilt, forscht hier vor allem an Alzheimer und Parkinson und entwickelt Therapien.

Eine Erfolgsgeschichte sind die 20 Jahre seit der Wende auch für das Fraunhofer-Institut für Graphische Datenverarbeitung (IGD). Am 1. Januar 1992 wurde es, wie viele außeruniversitäre Forschungseinrichtungen der ehemaligen Akademie der Wissenschaften der DDR, neu gegründet – als Außenstelle des in Darmstadt beheimateten IGD und mit lediglich sieben Mitarbeitern. Heute sind es über 30. Vor allem die typische Anwendungsorientiertheit der Fraunhofer-Gesellschaft sorgt dafür, dass wissenschaftliche Ideen verstärkt in Unternehmen überführt werden oder gar gleich eigene Firmen von Fraunhofer-Wissenschaftlern gegründet werden. In Rostock. So hat sich auch dank des IGD die IT-Branche zu einem starken Wirtschaftszweig in Mecklenburg-Vorpommern entfaltet.

### Wissenschaft als Motor der Wirtschafts- und Stadtentwicklung

Dies alles macht deutlich: In der strukturschwachen Region nimmt die Wissenschaft eine Vorreiterrolle in der wirtschaftlichen Entwicklung ein. Doch um die umfassende Bedeutung der Wissenschaft für eine 200.000 Einwohner große Stadt wie Rostock zu erfassen, muss man sich nur einmal vorstellen, wie verlassen und vergeist vergleichbare Städte ohne Universität und Fachhochschule wirken. Aktuell 15.000 Studierende, davon 500 aus aller Welt an der mit über 40 Prozent Anteil bei Ausländern sehr beliebten Hochschule für Musik und Theater Rostock, sorgen



Wissenschaft  
explosiv: Rostock  
experimentiert.

für eine Buntheit und Dynamik, die in einer seit Jahrhunderten von Abwanderung geprägten Region für die nötige Energie sorgt. Und mit den Neubauten, Anbauten und Modernisierungen der Institute wandelt sich auch das Gesicht der Stadt.

Trotz dieser offensichtlichen positiven Fakten mangelt es an Unterstützung durch die Kommune. Stadt und Oberbürgermeister sind zwar Mitglieder des Vereins, obendrein ist die Senatorin für Jugend und Soziales, Gesundheit, Schule und Sport, Kultur seit 2010 stellvertretende Vereinsvorsitzende. Doch eine der ersten Forderungen der Vereinsgründung ist weiterhin unerfüllt: Zuständigkeiten zu schaffen oder einen Ansprechpartner vonseiten der Stadtverwaltung für Wissenschaft offiziell zu benennen. Ebenso bietet die 2009 neu gestaltete Homepage der Kommune keinerlei Informationen, die für Studieninteressierte oder Wissenschaftler aus dem Ausland von Nutzen sein könnten. Auch das Fördern der Vereinsziele durch das Einbinden in Planungen und Prozesse der Stadtverwaltung findet nicht statt, Informationen werden nicht ausgetauscht. Was für die Verwaltung zu konstatieren ist, gilt gleichermaßen für die im Bürgerschaft genannten Stadtparlament vertretenen Fraktionen: Wissenschaft ist kein Thema.

Da gelang es dem Verein mit seiner dünnen Personaldecke – ein Geschäftsführer, der an der Universität Rostock jedoch weitere Aufgaben erfüllen muss – offensichtlich nicht, mit seinen Vorstellungen und Ideen durchzudringen. Ebenso wenig gelang es, Sponsoren für die Ziele einzunehmen. Deren Geld fehlt zum einen, um die nötige Aufmerksamkeit durch Öffentlichkeitsarbeit zu erreichen, und zum anderen, um publikumswirksame Veranstaltungen zu organisieren.

## **Wissenschaft bildet Netzwerke**

Dass jedoch mit Elan und Engagement und dem Gefühl, Gutes für die Stadt zu tun, einiges bewegt werden kann, beweist die konstante Tätigkeit der sechs im Jahr 2008 geschaffenen Arbeitskreise des Vereins. Vor allem einer ist besonders aktiv: die sogenannte Strategische Partnerschaft Wissenschaft-Wirtschaft. Sie hat sich dem Ziel verschrieben, den Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse aus den Wissenschaftseinrichtungen zu verbessern und einer Kultur des Unternehmertums zu mehr Achtung zu verhelfen. Die durch die Industrie- und Handelskammer zu Rostock koordinierte Runde hat längst die Stadtgrenzen verlassen. Bei den monatlichen Treffen sind Transferbeauftragte, Gründerunterstützungsinitiativen und Unternehmer aus ganz Mecklenburg-Vorpommern vertreten.

Ebenso wurden die Bereiche Politik, Schule und Kultur mit der Wissenschaft vernetzt. Selbiges gilt auch für die Weltoffenheit, für die sich der Vereinsarbeitskreis Internationales einsetzt. Denn obwohl es so klar ist, muss es in Rostock stets wieder deutlich kommuniziert werden: Wissenschaft ist immer international und von jeher Teil einer globalisierten Welt. In Rostock sorgen nach den Jahren der Hanse nun vor allem Forscher aus aller Herren Länder für internationales Flair.

Ende 2010 hat der Verein obendrein ein Netzwerk der Schülerlabore und außerschulischen Lernorte geknüpft – wiederum für ganz Mecklenburg-Vorpommern. Ziel der gesamten Vereinsarbeit ist es, die Stadt und ein wenig auch Mecklenburg-Vorpommern nachhaltig in dem Sinne zu verändern, dass Wissenschaft als Impulsgeber für alle anderen Bereiche dauerhaft im Bewusstsein der Bürger verankert wird und die Partner beständig aneinander gebunden werden.



## Die Zukunft

Das Engagement von [Rostock denkt 365°] blieb nicht unbemerkt. 2009 erhielt der Verein für das beste Standortmarketingkonzept Deutschlands den ERFOLG-Preis, der jährlich vom Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e. V. vergeben wird. Damit wurde vor allem gewürdigt, dass [Rostock denkt 365°] nicht nur Öffentlichkeitsarbeit betreibt. Bereits mit Aufnahme seiner Tätigkeit war die Bewerbung um die „Stadt der Wissenschaft 2009“ nur ein Ziel unter vielen.

Die Mitglieder beschlossen bereits 2008, das unabhängig vom Ausgang der Wettbewerbsteilnahme ein Jahr voller Veranstaltungen durchgeführt wird. Ergebnis war das „Rostocker Wissenschaftsjahr 2009“, das mit 365 Einzelveranstaltungen rund 20.000 Besucher anlockte. Mit einem Etat übrigens, der 100.000 Euro betrug. Diese Arbeit setzt [Rostock denkt 365°] seither fort, natürlich nicht in so hoher Frequenz mit nahezu täglich einer Veranstaltung. Doch Formate wie Wissenschaftswoche, Sciene@Sail, Wissenschaftsfilmwoche, Yuri's Night, Innovationskongress, Technologieabend und Rostock's Eleven bilden weiterhin das Rückgrat in der Umsetzung des Ziels, mit unterhaltsam aufbereiteter Wissenschaft – Stichwort „Edutainment“ – Familien eine Alternative zu ihren Ausflugszielen zu bieten und den Bürgern Einblicke in die Arbeit ihrer Wissenschaftseinrichtungen zu verschaffen. Dazu gehört auch das mittelfristige Vorhaben, ein Science Centre an der Warnow zu errichten.

Verstärkt treten die norddeutschen Netzwerker im fünften Jahr ihres Bestehens auch als Unterstützer von Veranstaltungen von Wissenschaftlern und Wissenschaftseinrichtungen auf, die nicht sie selbst organisieren und veranstalten. Vor allem in der Öffentlichkeitsarbeit leistet der Verein hier wesentliche Unterstützung.

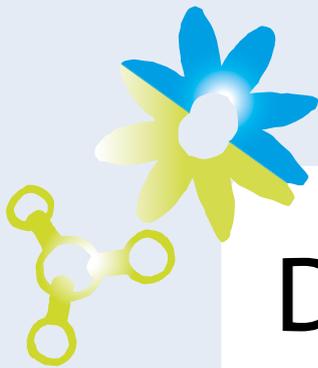
Nicht zuletzt kümmert er sich eigenständig um eine erhöhte Publizität von wissenschaftlichen Themen. Hierzu zählt vor allem die anstehende Herausgabe des traditionsreichen Magazins „Landestechnologieanzeiger“, das der Verein ab 2011 im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommerns gemeinsam mit Partnern gestalten wird. Auch die Zusammenarbeit mit dem nicht gewinnorientierten Wissenschaftsportal für Norddeutschland, scientia-magazin.de, zählt dazu.

Und auch weitere Wissensbojen werden in den kommenden Jahren aufgestellt. Denn die Vielfalt des Wissenschaftsstandortes hört in Rostock nicht bei der Zahl neun auf.

Bei den viermal im Jahr stattfindenden Technologieabenden verbindet [Rostock denkt 365°] Wissenschaft mit Wirtschaft: zum Beispiel hier bei einem Rundgang durch die Fertigungshalle des Rostocker Windkraftanlagenbauers Nordex.







# Der Abschluss

- Schluss mit der Isolationspolitik!
- Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb
- Ohne Wissenschaften und Wissensvermittlung findet die Zukunft ohne uns statt

# „Schluss mit der Isolationspolitik!“

Wie werden die Anstrengungen der Städte, sich als wissenschaftsfreundlich zu positionieren, in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

Welche Rolle spielen dabei die Medien? Diesen Fragen gingen Rainer Lisowski und Claus Spitzer-Ewersmann in einem Round-Table-Gespräch mit Pressevertretern nach.

*In den vergangenen Jahren haben sich viele deutsche Städte darum bemüht, vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft mit dem Titel „Stadt der Wissenschaft“ ausgezeichnet zu werden. Die wichtigste Aufgabe des Wettbewerbs bestand darin, Wissenschaftsthemen stärker in die Öffentlichkeit zu tragen. Hat er das geschafft?*

**Alexander Gerber:** Der Wettbewerb hat zur Clusterbildung motiviert, die nachweislich etwas bringt, wenn sie vernünftig angegangen wird. Trotzdem bleibt die Herausforderung, dass Sie am Ende vor einem Wald aus Leuchttürmen stehen. Nach zehn Jahren haben Sie dann eine Menge „Städte der Wissenschaft“. Und neben dem Wettbewerb gibt es losgelöst noch Stadtmarketingkampagnen. Berlin war nie „Stadt der Wissenschaft“, hat aber allein 200.000 Angestellte im Bereich Forschung und Lehre und ist euro-

paweit einer der größten Wissenschaftsstandorte. Gleichzeitig schaltet die Uni Rostock eine komplette Beilage in einer Berliner Tageszeitung.

*Zu den Leuchttürmen, mit denen die Städte gerade beim Wettbewerb in den letzten Jahren gearbeitet haben, gehörten spezielle Veranstaltungen. Vielleicht liegt das ein Stück an der Systematik des Ganzen: Häufig waren Stadtmarketingeinrichtungen mit dem Projektmanagement beauftragt; die denken nicht selten in Event-Kategorien. Ist das möglicherweise ein Grund, warum mancherorts die Lust auf „Stadt der Wissenschaft“ ebenso nachgelassen hat wie die Teilnahme am Wettbewerb? Weil es zu viele Events gibt?*

**Florian Hanauer:** Man muss das messen an dem, was man mit dem Titel „Stadt der Wissenschaft“ überhaupt erreichen kann. Er hat sicher das Klima verbessert, die Aufgeschlossenheit der Bevölkerung zu Forschung und Hochschulen befeuert. Genau dazu sind diese Events doch gedacht und damit haben sie ihre Aufgabe erfüllt. So ein Titel kann ja nicht dafür sorgen, dass plötzlich eine kleine Stadt mit Universität ein neues Oxford oder Cambridge wird oder als solches international wahrgenommen wird. Er kann aber dazu beitragen, sich innerhalb des regionalen Umkreises der Rolle als Wissenschaftsstadt bewusster zu werden. Insofern kann der Titel ein wenig die bundesweite Aufmerksamkeit auf die Stadt lenken.

„Ein echter Wachstumsmotor kann die Wissenschaft nur dann werden, wenn sie auch den Wissens- und Technologietransfer aus der Wissenschaft hinbekommt.“

Alexander Gerber

*Wirklich? Wann schaffen es die Themen, die im Lokalen eine wichtige Rolle spielen, auch bundesweit wahrgenommen zu werden? Beispiel Lübeck, wo 2010 um den Erhalt der Universität gekämpft wurde. Ein Thema in ganz Schleswig-Holstein. Fand das bei Ihnen in der „Zeit“ auch statt, Herr Sentker?*

**Andreas Sentker:** Das fand bei uns auch statt. Aber hinter dieser Frage steckt ja ein wenig die Annahme, Wissenschaft werde erst dann bedeutend, wenn sie überregional wahrgenommen werde. Das finde ich überhaupt nicht. Wissenschaft findet auf verschiedenen Ebenen statt. Ich versuche meinen Gesprächspartnern aus der Wissenschaft zu vermitteln, dass es viel, viel wichtiger ist, einen engen Draht zur Lokalredaktion zu pflegen, anstatt darauf zu setzen, einen Redakteur von der „Zeit“ oder vom „Spiegel“ zu Besuch zu haben. Denen sage ich, im Lokalen müsst ihr vernetzt sein. Und wenn eure Kooperationspartner auch in Harvard oder Oxford sitzen: Eure Forscher – die sind hier vor Ort. Und das hat eine ganz zentrale Bedeutung.

**Hanauer:** Gut, dann wird sich natürlich zeigen, ob das, was die Wissenschaftler vor Ort haben, ein national oder gar international bedeutendes Forschungsergebnis ist. Oder ob es vielleicht gar nicht so bedeutend ist, man es aber gern in den Medien platziert sehen möchte, um mal wieder präsent zu sein. Das ist bei uns in der „Welt“ auch ein Thema, ob etwas im Regionalteil erscheinen soll oder ob wir es



Alexander Gerber, Geschäftsführender Gesellschafter Innokomm  
Forschungszentrum Wissenschafts- und Innovationskommunikation GmbH



Andreas Sentker,  
Ressortleiter Wissen bei der  
Wochenzeitung „Die Zeit“ und  
Herausgeber „ZEIT Wissen“



Florian Hanauer,  
Mitglied der Hamburger Lokalredaktion  
der Tageszeitung „Die Welt“

auf der Wissenschaftsseite unterbringen. Für Letztere muss man schon zweifelsfrei nachweisen, dass es eine völlig neue Sache ist, die da erarbeitet wurde.

**Sentker:** Es gibt hier noch einen weiteren Aspekt. Ich erinnere mich an eine Kuratoriumssitzung an einem Institut für Biochemie. Zu Gast war die Ortsbürgermeisterin. Sie erzählte: Unsere Einwohner haben Angst vor den Wissenschaftlern. Warum? Weil die Forscher Grundstücke haben wollen, um Häuser zu bauen. Und unsere Bürger haben Angst, dass ihre Kinder sich die Grundstücke nicht mehr leisten können, wenn die Wissenschafts-City boomt. Genau an so einer Stelle geht es um die lokale Bedeutung. Wissenschaft muss lokal verankert sein – und das bedeutet eben nicht nur, einmal im Jahr einen Tag der offenen Tür zu veranstalten, sondern umgekehrt als Hochschule beim Tag der offenen Tür der Feuerwehr präsent zu sein. Also: Es ist nicht so, dass Wissenschaft erst dann entscheidend wird, wenn die überregionalen Medien sie wahrnehmen. Die lokalen Beziehungen sind von großer Bedeutung.

**Nochmal:** Hat der Titel „Stadt der Wissenschaft“ dazu geführt, dass die überregionalen Medien einmal genauer hingeschaut haben, was Jena, Dresden oder andere anzubieten haben?

**Sentker:** Ich glaube, wir müssen diesen Titel in seinen Funktionen ein wenig genauer auseinandernehmen. Fangen wir

mal mit der obersten Schicht an, dem Zuckerguss obendrauf. Das sind für mich tatsächlich die nach außen sichtbaren Events. Sie akzentuieren das konkrete Jahr, in dem der Titel verliehen wird. Aber wenn Sie diese Events evaluieren, stellen Sie fest, dass Sie meist die Menschen erreichen, die sich ohnehin für Wissenschaft interessieren. Die zweite Ebene ist die der überregionalen Sichtbarkeit. Da haben wir durchaus Überraschungen erlebt. Ich greife einfach mal eine heraus: Ich erinnere mich an die Bewerbung von Braunschweig. Uns, als Hamburger Redaktion mit einem relativ guten Blick auf die internationale Wissenschaftsszene, war überhaupt nicht klar, wie stark dieser Forschungsstandort ist.

**Hanauer:** Das stimmt. Es gibt Standorte, die immer wieder unter Wert wegkommen und in der öffentlichen Wahrnehmung nicht präsent sind. Auch mir wäre beim Stichwort Wissenschaftsstadt Braunschweig sicherlich nicht als Erstes eingefallen.

**Sentker:** Also, es gibt da Überraschungen. Die dritte Ebene, nennen wir sie mal den

Basislevel, ist die wichtigste. Das ist die Frage, was dieser Wettbewerb mit der Stadt selbst macht. Ist solch ein Wettbewerb stärker vom Stadtmarketing getrieben, sind die inneren Verknüpfungen meist nicht so stark, da man eher nach außen orientiert ist. Wenn die treibenden Kräfte die Stadt und die Forschung im engen Verbund sind, dann entsteht eine Vernetzung, die weit über das Jahr mit dem Titel hinausreicht. Dann wird man sich bewusst, dass Wissenschaft etwas zur Entwicklung der Stadt beitragen kann. Es gab Bewerbungen ostdeutscher Kommunen, die alle mit der Schwierigkeit zu kämpfen haben, dass sie nicht mit Wachstum umgehen müssen, sondern mit Schrumpfung. Die entdeckten plötzlich das Potenzial ihrer eigenen Wissenschaft. Wie gehen sie damit um? Was bedeutet das städtebaulich? Wie lässt sich die Wissenschaft für die Städte nutzbar machen? Umgekehrt hat die Wissenschaft durch den Wettbewerb entdeckt, über welche Möglichkeiten sie in der Stadt verfügt. Beispiel Lübeck: Plötzlich kann man eine Stadt mobilisieren, um eine Universität zu erhalten.

„Es gab ganz lange eine gewisse gegenseitige arrogante Nichtwahrnehmung von lokaler Wissenschaft und lokaler Politik.“

Andreas Sentker

**Gerber:** Ich finde allerdings, da muss man noch eine vierte Ebene einziehen. Neben der soziologischen muss die wirtschaftliche Betrachtung erfolgen, der Geschäftsfaktor Wissenschaft. Nehmen wir als Beispiel noch einmal Berlin. Wir haben hier 20.000 internationale Studierende. Das sind auch Fachkräfte, die ein Argument für die Ansiedlung von Unternehmen bilden. Die wirtschaftliche Bedeutung eines Wissenschaftsstandortes kann durch einen solchen Wettbewerb schon allein dadurch gestärkt werden, dass überhaupt einmal sichtbar wird, dass es diesen Standort gibt. Wenn der nicht sichtbar ist, werden Sie sich als Unternehmen nicht überlegen, nach Braunschweig zu gehen.

**Sentker:** Das gilt auch für den Faktor Demografie. Da, wo Wissenschaft ist und wo ein Hochschulstandort stark ist, sind junge Leute. Wo Sie junge Leute haben, haben Sie eine gute Struktur zur Ansiedlung von Unternehmen, die kluge Köpfe brauchen – ein entscheidender demografischer Faktor gegen die Überalterung von Städten.

**Gerber:** Aber ein echter Wachstumsmotor kann die Wissenschaft nur dann werden, wenn sie auch den Wissens- und Technologietransfer aus der Wissenschaft hinbekommt. Und damit sind wir bei den Medien: Welche Rolle spielen sie für den Transfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft? Das bringt uns zum Thema Innovationsjournalismus, den es in Deutschland meiner Auffassung nach

nicht gibt. Innovationsjournalismus heiße, komplexe Wissenschaftsthemen zu nehmen, sich deren Verwertbarkeit anzuschauen und dann in bestimmte Branchen zu tragen.

**Hanauer:** Einspruch! Das ist keine Aufgabe des Journalismus, tut mir leid. Das ist Sache der Stadt, der beteiligten wissenschaftlichen Institutionen und der Unternehmen. Ich sehe es aber nicht als Aufgabe von Tages- und Wochenzeitungen oder Magazinen an, Hilfestellung für die Wissenschaft zu leisten, die an den Lesern vorbeigeht. Wenn Sie sich dem Thema wirklich widmen wollten, dann hätten Sie ein sehr kleines, enges Feld. Die Artikel wären doch nur für sehr wenige Unternehmer interessant.

**Gerber:** Die Gefahr bei den Wissenschaftsformaten in den Tageszeitungen sehe ich darin, dass in der Bevölkerung der Eindruck entsteht, Wissenschaft hätte etwas Finales. Aber sie ist nie endgültig. Dieses Scheitern, dieses Hinterfragen, dieses Reflexive der Wissenschaft, das geht in den klassischen Medien unter. Das geht womöglich auch gar nicht anders, weil der Raum nicht da ist ...

**Hanauer:** ... das ist vielleicht auch nicht so schlimm. Im Übrigen wären wir als Tageszeitung vollkommen überfordert, wenn wir berichten sollten, wie ein Prozess sich entwickelt. Und dafür ist die Leserschaft – mit Verlaub gesagt – etwas zu klein. Das wird dann am Ende zu fein und zu spezifisch. Ich finde es wichtiger, dass die

Menschen überhaupt einmal anfangen, sich mit ihren Wissenschaftseinrichtungen zu identifizieren, dass sie feststellen: Oh, unsere Leute forschen an diesem und jenem Thema. Da ist es ja vielleicht doch ganz gut, dass wir eine Universität haben, hier in unserem Städtchen.

**Sentker:** Und sie werden mit Themen und Fragestellungen konfrontiert, die ihnen vielleicht neu sind, die sie aber dennoch betreffen. Nehmen wir das Beispiel Klimawandel. Ich glaube, es hat keine einzige Zeitung einen Bogen um diesen Streit in der Wissenschaft gemacht. Das ist ein klassisches Beispiel quer durch alle Blätter und Formate, dass man sehr genau schauen muss: Wie ist Wissenschaft organisiert? Also, was ist beispielsweise der IPCC? Was verbirgt sich hinter diesen komischen vier Buchstaben? Was haben die eigentlich für einen Auftrag? Was sammeln die für Daten? Und diese Auseinandersetzung – auch um wissenschaftliche Interessen – schauen sich Medien genau an. Wenn der IPCC-Vorsitzende Pachauri den Himalaja erforscht und ihm aus Versehen ein Zahlendreher passiert, der sagt, die Gletscher seien in ganz kurzer Zeit abgeschmolzen – ist das dann wirklich noch ein Versehen? Solche Fragen und kontroversen Diskussionen sind bis in die Regionalzeitungen sichtbar geworden. Und ich glaube, man kann den Prozess von Wissenschaft tatsächlich auch sehr gut sichtbar machen, indem man Wissenschaft personalisiert. Nicht nur im Sinne von „Forscher XY hat festgestellt, das Marmelade Schnaps enthält“, sondern indem man dicht an den Alltag von Forschung heranrückt.

**„Die Politiker müssen sich klar werden, was sie an einer Hochschule oder einer Universität haben – gerade heute, wo sich die Standorte immer ähnlicher werden, weil die Infrastrukturbedingungen sich mehr und mehr gleichen. Da bieten Forschungseinrichtungen und Hochschulen die Möglichkeit, zu differenzieren.“**

Florian Hanauer

*Die Strategien, wie einzelne Städte mit der Wissenschaft vor Ort umgehen, sind sehr unterschiedlich. Wir haben 16 nach ihren Strategien gefragt. Wir wollten wissen, mit welchen Mitteln sie versuchen, ihre wissenschaftlichen Einrichtungen zu unterstützen. Wie sehen Sie das aus journalistischer Sicht? Was können Städte tun? Welchen Beitrag, der Hochschulen und Forschungseinrichtungen nützt, können sie überhaupt leisten?*

„Auf jeden Fall muss Wissenschaft, wenn sie wieder stärker Teil der Gesellschaft werden soll, besser anschlussfähig sein. Besser begreifbar.“

Alexander Gerber

**Sentker:** Ich glaube, die Städte müssen dazu beitragen, dass die Wissenschaft raus aus dem Getto kommt. Sie haben lange Zeit – mit der Wissenschaft vereint – eine Isolationspolitik betrieben. Als sie gegründet wurden, waren die deutschen Hochschulen Zentrum der Gesellschaft und Zentrum der gesellschaftlichen Debatte. Heute sind sie ein Forschungscampus vor den Stadttoren. Und die Städte erleben den Pendelverkehr der Studenten zwischen den Kneipen in der Altstadt und dem Campus. Aber sie haben die Studenten tagsüber nicht in der Stadt und die Universität steht abends leer, statt das Bürgertum zu anregenden Debatten einzuladen.

**Gerber:** Wobei das mental und nicht geografisch ist.

**Sentker:** Das auf lange Sicht aufzubrechen ist ein erster Schritt. Zweitens: Wenn es darum geht, so etwas wie wirtschaftliches Potenzial zu fördern, dann muss die Stadt Foren und Formate erfinden, die die Spieler zusammenbringen – auf lange Sicht, nicht in Form von Events. Gefragt sind regelmäßige, wie auch immer inszenierte und genannte Treffen zwischen forschungsaffinen Unternehmen und Forschern, die in Universitäten sitzen. Nicht nochmal das, was ohnehin schon funktioniert. Und dann stellt man vielleicht fest: Aha, ich habe dieses Problem, was hast du für eine Lösung? Dann geht es außerdem noch um den Standortfaktor Universität, die ja nicht nur ein positiver, sondern durchaus auch ein belastender Faktor sein kann. Da kommen vielleicht Themen in die Stadt, die umstritten sind, Gentechnik etwa, die Stammzellenforschung. Nano oder Kernphysik. Es gilt, ganz intensiv genau diesen Dialog mit der lokalen Bevölkerung zu führen und Wissenschaft und Gesellschaft zusammenzuhalten. Damit es nicht „die da draußen“ sind, die Frankensteins vor den Stadttoren, sondern Menschen. Menschen, die bestimmte Forschungsfragen verfolgen.

**Gerber:** Auf jeden Fall muss Wissenschaft, wenn sie wieder stärker Teil der Gesellschaft werden soll, was ich befürworten würde, besser anschlussfähig sein. Besser

begreifbar. Das heißt nicht nur, Ergebnisse zu vermelden. Was Wissenschaft authentisch macht, ist ihr Prozess, ist die Kontroverse. Ich sage es nochmal: Das muss abgebildet werden, gerade in den Medien.

*Bei unserer Umfrage unter den Wissenschaftsreferenten ist ein Thema deutlich geworden, das wir zuvor nicht auf der Agenda hatten: das Verhältnis zu den Stadträten. Uns hat sich der Eindruck vermittelt, dass die Verwaltungen verstanden haben, dass sie etwas tun müssen. Aber die kommunale Politik hinkt erheblich hinterher. Machen die Unterstützer der Wissenschaftskommunikation – als solche sehen sich viele Wissenschaftsreferenten – selbst etwas falsch bei der Kommunikation ihrer Aufgabe?*

**Sentker:** Ich glaube, es gab ganz lange eine gewisse gegenseitige arrogante Nichtwahrnehmung von lokaler Wissenschaft und lokaler Politik. Die Forscher und auch die Universitätspräsidenten und -kanzler haben immer in ihrem eigenen Kosmos gelebt. Der Stadtrat war dazu da, ein Grundstück zu genehmigen oder den Bauplan, die Abwasserleitung oder was die Uni sonst gerade brauchte. Aber dass man mit eigenen Themen in die lokale Politik hineinwirken, regelmäßig die Beziehungen dorthin pflegen und sich gegenseitig auch von seinen Problemen berichten muss – das ist lange nicht verstanden worden. Man hat den anderen immer als Erfüllungsgehilfen gesehen. Umgekehrt übrigens genauso. Diese gegenseitige Nichtwahrnehmung – ich glaube, dass die Wissenschaftsreferenten nur dann etwas bewegen können, wenn sie genau diesen Prozess in Gang bringen.

*Auf wen kommt es dabei eigentlich an? Wenn noch kein gegenseitiges Interesse da ist, wer kann dann den Stein ins Rollen bringen?*

**Gerber:** Das Interesse muss man entwickeln.

**Sentker:** Genau. Man muss manchmal ganz pragmatisch bei dem anfangen, der am offensten ist. Ich habe vor Kurzem einen Schulleiter getroffen. Der erzählte voller Stolz, es sei ihm nach jahrelangem Bemühen endlich gelungen, einen Vertreter der kommunalen Politik an seine Schule zu holen. Und zwar nicht nur für eine Viertelstunde, sondern für einen Tag. Der hat ihn mal einen Tag als Schulleiter begleitet. Realitätsschock. Das wäre die richtige Fortbildung für Politiker. Und umgekehrt: Wenn es um ein wissenschaftliches Thema geht, warum soll nicht ein Wissenschaftler oder der Uni-Präsident als Gast ins städtische Parlament oder in den Stadtrat, um seine Sache zu vertreten?

**Hanauer:** Das hängt natürlich auch ein bisschen an den Wissenschaftlern selbst. Wenn Sie jetzt einen Universitätspräsidenten oder eine Universitätspräsidentin haben, die sich auch noch als Befehlsempfänger der Landesregierung und des Stadtrats versteht, dann wird da auch nicht viel herauskommen. Sie muss sich selbst auch als Gegenpol verstehen, muss sagen: Ich trete für meine Sache ein, ich bin mir bewusst, was wir hier für einen Standort haben. Und ich weiß, dass man mit diesen Politikern verhandeln, streiten, feilschen muss – aber ich bin bereit, mich auf die einzulassen. Und die Politiker müssen letzten Endes auch diesen Kontakt suchen. Man muss auf beiden Seiten bereit sein, miteinander zu reden. Das passiert ja häufig gar nicht.

*Ist es Ihrer Beobachtung nach also immer noch so, dass jeder sich selbst im Weg steht? Die politische Seite also unter sich bleibt und die Wissenschaft genauso. Oder hat es da einen Prozess gegeben, dass sich die Dinge verändern?*

**Gerber:** Irgendwo muss ja die Motivation herkommen. Warum macht man das?

## „Ich finde es wichtig, dass die Menschen überhaupt einmal anfangen, sich mit ihren Wissenschaftseinrichtungen zu identifizieren.“

Florian Hanauer

Nicht aus Altruismus, das kann nur die falsche Motivation sein. In dem Moment, wo einem Stadtrat, einem Parlament auch die wirtschaftliche Dimension von Wissenschaft bewusst wird, ist es eine schlichte Notwendigkeit: Ich brauche mehr Forscher, ich brauche mehr Ressourcen, Einrichtung, Ausstattung, um dann in den umliegenden Gewerbegebieten auch eine höhere Ansiedlungsquote zu bekommen. Das ist jetzt vielleicht sehr marktwirtschaftlich, was ich sage, aber es ist das beste Argument, das Sie für die Politik haben können, die sich bekanntlich an den Steuereinnahmen der Kommunen messen muss.

*Aber schlägt die politische Logik im Zweifelsfall nicht jede wirtschaftliche Logik? Die politische Logik ist knallhart: Es kommt darauf an, wer etwas sagt, nicht was er sagt. Und wenn es noch so schlau ist, was der politisch andere sagt: Wenn es aus der politisch falschen Richtung kommt, spielen auch nützliche Erwägungen keine Rolle.*

**Hanauer:** Das offenbart in der Tat echte Probleme des politischen Systems gegenüber der Wissenschaft. Die Politiker müssen sich klar werden, was sie an einer Hochschule oder einer Universität haben. Gerade heute, wo die Standorte sich immer ähnlicher werden, weil die Infrastrukturbedingungen sich mehr und mehr gleichen. Da bieten Forschungseinrichtungen und Hochschulen die Möglichkeit, zu differenzieren. Hamburg zum Beispiel gilt als Hafen- und Handelsstadt, ist aber keine Wissenschaftsstadt. Die hanseatischen Kaufleute hatten nie viel mit ihrer Universität am Hut. Es fehlte die Wertschätzung, die sie verdient hätte. Das bricht jetzt auf. Es gab eine lange Diskussion um einen Uni-Neubau im Hafen. Da hat sich in der Stadt herumgesprochen, wie groß die Universität ist, wie groß die anderen Hochschulen in der

Stadt sind und wie groß deren Bedeutung für die Zukunftsaussichten dieses Standortes sind. Man kann in den nächsten 100 Jahren nicht nur mit Hafen und Handel durchkommen. Das haben die Politiker nun verstanden und da hat sich in den letzten Jahren ein Einstellungswandel vollzogen. Ob das Lippenbekenntnisse bleiben, muss man sehen. Da müssen wir Journalisten wachsam sein.

**Sentker:** Das hört sich gut an. Aber in der Regel werden Wissenschaftsjournalisten als eine ganz besondere, exklusive Spezies betrachtet. Wir hatten lange Zeit in der Bundesrepublik gar keinen Wissenschaftsjournalismus, anders als in angelsächsischen Ländern, wo es eine ganz lange Tradition gibt. Beginnend mit den großen Umweltthemen konnten wir dann wieder ein Aufkommen des Wissenschaftsjournalismus erleben. Aber: Bisher gelten Wissenschaftsjournalisten den Institutionen immer als Verbündete. Die meinen, alle sitzen in einem Boot und rudern auch noch in die gleiche Richtung. Das ist das große Missverständnis, was die Rolle von Medien angeht.

**Gerber:** Aber die Sichtweisen wandeln sich. Wir haben in der Wissenschaftspressekonferenz genau diese Diskussion geführt: Was sind wir, Wachhund oder Stofftier? Wie viel Investigation ist im Wissenschaftsjournalismus drin? Aktuell ist es wenig. Die Wissenschafts-PR ist stark und jetzt fangen die Forscher auch noch selbst an zu bloggen. Man könnte meinen: Wenn das so weitergeht, muss man die Frage stellen, worin der mediale Mehrwert überhaupt noch bestehen kann.

**Sentker:** Meiner Ansicht nach muss der seriöse Wissenschaftsjournalist an die Wissenschaft mit genau denselben Mitteln herangehen wie der Politikjournalist an Parteien oder Politiker und wie der Wirtschaftsjournalist an die Unternehmen: aus kritischer Distanz heraus.

**Hanauer:** Richtig. Für die Medien ist immer wichtig, nach der Relevanz von Themen für die Leser zu fragen. Aber grundsätzlich gilt, dass dann, wenn sich am Standort in der Wissenschaft etwas tut, es auch etwas zu berichten geben wird. Die eben geschilderte Sichtweise zeigt, dass Störungen vorliegen, und vielleicht auch, dass es den Einrichtungen vor Ort nicht gelungen ist, zu ihren Medien durchzudringen. Da ist ein Kommunikationsproblem auf beiden Seiten. Wie vorhin schon vermutet: Wahrscheinlich reden die nicht genug miteinander.

*Wie kann das sein bei elf Jahren PUSH-Memorandum?*

**Hanauer:** Das hängt doch immer wieder und immer wieder neu von einzelnen Personen ab. Dauerhafte Zusammenarbeit lässt sich nicht verordnen. Es wird an den Hochschulen stets Personen geben, die von sich aus nach außen drängen und besser kommunizieren, und solche, die sich eher für ihre Sache an sich interessieren, die eher von ihrer *scientific community* geschätzt werden möchten und nicht so sehr von der breiten Öffentlichkeit. Da ist dann eben niemand, der es nach außen trägt.

**Sentker:** Ich glaube, es ist eine Frage des Bewusstwerdens. Lassen Sie uns ein paar Dinge zusammenfassen, die sich sehr positiv entwickelt haben. Das positive Signal vonseiten der Medien lautet: Man kann mit Wissenschaft Einschaltquoten erzielen, und zwar richtig hohe Einschaltquoten. Bei der „Zeit“ ist das Ressort „Wissen“ das zweitmeist gelesene, nach der Politik mit der Seite eins. Für uns sind Titelthemen aus der Wissenschaft unter den bestverkauften. Sie brauchen aber einen Zuschnitt, der keine Spezialisten anspricht, Themen wie „Ernährung“ oder „Autorität“ oder „Was macht eigentlich Jungs aus, sind sie die drohenden Bildungsverlierer?“. Wenn Sie aus der Wissenschaft heraus ganz in den Lebensalltag der Leser gehen, dann erzielen Sie extrem hohe Auflagen. Das gilt für uns ebenso wie für die „Süddeutsche“, „FAZ“ oder andere.

**Hanauer:** Vielleicht müssen wir auch akzeptieren, dass es sogar für manchen Wissenschaftler nicht als positiv gilt, von der Öffentlichkeit geschätzt zu werden. Dann müssen die Pressestellen der Hochschulen gute Arbeit leisten.

**Sentker:** Die Bemerkung, die Sie gerade machten, Herr Hanauer, ist durchaus richtig und führt mich zu meinem zweiten Punkt. Es gab Vorbehalte von Wissenschaftlern gegenüber Auftritten in der Öffentlichkeit oder in den Medien. Vulgarisierung und Popularisierung wurde quasi gleichgesetzt und man sprach sich doch lieber in seinem Spezialidiom mit den Kollegen in Oxford oder Harvard ab. Auch das hat sich geändert. Nämlich in dem Maße, in dem von Forschungsinstitutionen gefordert wird, nicht nur Steuergelder für die Forschung zu erhalten, sondern auch der Öffentlichkeit zu belegen, was damit gemacht wird. Es ist also hilfreich, wenn in Förderrichtlinien festgeschrieben wird, dass Ergebnisse kommuniziert werden müssen. Zudem trägt der Generationenwechsel in der Wissenschaft zum Wandel bei. Jungen Wissenschaftlern gilt es nicht mehr als Reputationsverlust, ein Interview mit der „Zeit“ zu führen.

**Gerber:** Insgesamt sehe ich es ebenfalls so, dass sich nennenswert etwas entwickelt hat. Das lässt sich auch empirisch belegen. Auf der einen Seite ist eine Professionalisierung der wissenschaftlichen Einrichtungen feststellbar. Auf der anderen ist sogar der Trend zur Medialisierung der Wissenschaft erkennbar. Vom Forscher wird praktisch erwartet, sich öffentlich zu rechtfertigen, warum Forschung bestimmte Gelder erhält. Dies ist eine Entwicklung, die vielleicht auch nicht im Sinne des Erfinders ist. Zumal, wenn

wir über Standorte reden: Es geht letztlich um Identifikation. Man kann sich nicht mit „der“ Wissenschaft identifizieren, Sie können sich immer nur mit Personen identifizieren. Steigen die aber aus dem Elfenbeinturm auf Augenhöhe zu den Bürgern herunter – das mag man positiv oder negativ sehen – steigt dadurch die Identifikation, weil die kritische Distanz aufgehoben ist.

**Sentker:** Wenn wir bei den Medien sind, bleibt die Frage, wer die schwierige Aufgabe meistern kann, Wissenschaft in Alltagssprache zu übersetzen. Ich glaube nicht, dass es der Allrounder aus der Lokalredaktion ist. Der besucht morgens die Verabschiedung des Pfarrers, mittags die Einweihung des neuen Feuerwehrhauses und soll am Nachmittag zu einer Veranstaltung des Uniklinikums gehen. Der kann ja gar nicht in der Lage sein, einen Science-Aufsatz aus der Fachsprache ins Deutsche zu übersetzen.

**Hanauer:** Doch. Ich widerspreche. Genau der muss das machen, damit Sie am Ende auch bei Ihrer Leserschaft ankommen. Wenn Sie eine Regionalzeitung nehmen, dann können Sie nicht sagen: Wir haben jetzt hier einen Experten, der hat sich in alle Themen eingearbeitet, den schicken wir mal da hin, sondern dann würde ich gerade so einen Allrounder nehmen. Der wird nämlich die richtigen Fragen stellen, wenn er mit den Wissenschaftlern zusammensitzt. Und wenn die wirklich gewillt sind zu kommunizieren, dann werden sie ihm auch antworten. Davon profitieren doch alle, wenn die Leser sagen: Ist ja ein Ding, was sich hier bei uns vor der Haustür an der Uni tut.

**Sentker:** Absolut. Die Wissenschaft muss den Schritt dahin machen, dass sie sich

nicht nur in der Fachsprache verständigt, sondern dass sie ein Gegenüber für einen einigermaßen klugen, aufgeschlossenen, kritischen Journalisten bilden kann.

**Herr Gerber, Herr Hanauer und Herr Sentker – wir danken Ihnen herzlich für die angeregte Diskussion.**

**„Wissenschaft muss lokal verankert sein – und das bedeutet eben nicht nur, einmal im Jahr einen Tag der offenen Tür zu veranstalten.“**

Andreas Sentker

Bernadette Spinnen

# Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb

BCSD – Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V.

## „Wissen schafft Stadt“

Dieses Motto – ein Zitat von Manfred Kühn<sup>1</sup> – zielt viele Materialien von sogenannten Wissensstädten oder, besser gesagt, von Städten, die sich der Bedeutung ihrer Hochschulen und Wissensrichtungen bewusst sind und sie daher gezielt im Standortmarketing einsetzen.

Schon vor einigen Jahren beschäftigte sich Klaus R. Kunzmann unter dem Titel „Wissensstädte. Neue Aufgaben der Stadtpolitik“<sup>2</sup> mit der Frage nach den „konkreten Raumwirkungen und raumbedeutsamen Kausalitäten“<sup>3</sup> der sogenannten Wissensgesellschaft. Er analysierte dabei, welche Voraussetzungen Städte mitbringen und wie sie sich entwickeln müssen, um die „Herausforderungen des strukturellen Wandels, also den Übergang von der Industriegesellschaft zur Wissensgesellschaft“<sup>4</sup> besser bewältigen zu können als ihre Konkurrenten. Tatsächlich haben inzwischen viele Städte begriffen, dass die Hochschulen, die Studierenden und die hochschulnahen Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen ein Potenzial darstellen, das – wie früher die Industrieansiedlungen – nicht nur Image und Bekanntheit, sondern langfristig auch wirtschaftliche Prosperität erzeugen kann. Dies gilt gerade für mittlere Universitätsstädte. *Knowledge cities* haben in der Regel besser qualifizierte Fachkräfte vor Ort, sie leiden weniger unter industriellen Altlasten. Sie verfügen zudem über anspruchsvolle Stadtbewohner (teils transitorisch, teils sesshaft), die die Qualität ihres Lebensumfelds prägen und auf seine Verbesserung dringen. Schließlich verfügen solche Städte in der Regel bereits über ein internationales Image, das ihre universitären Botschafter Jahr für Jahr weiter in die Welt hinaustragen.<sup>5</sup>

Städte sind gut beraten, wenn sie ihre Hochschulen für ihre Entwicklung und ihr Stadt- und Standortmarketing nutzen. Dabei sollte klar sein, dass, wer sich „Wissenschaftsstadt“ nennt, auch über eine ausreichende Menge an Studierenden, Hochschulen, Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen verfügen sollte. Das Aktionsfeld „Wissen und Wissenschaft“ sollte dabei nicht nur die Kanzler und Rektoren der Hochschulen und das zuständige Wissenschaftsministerium beschäftigen, sondern gleichermaßen Planer, Stadtentwickler, Stadtpolitiker, Stadtmarketinggesellschaften und Wirtschaftsförderer.

## Wissen ist Wirtschaftsmacht

Mit diesem Satz ist das Politikstädteranking überschrieben, das die Zeitschrift „Capital“ 2009 vorgelegt hat. Darin hat Europas größtes privates Wirtschaftsforschungsinstitut die ökonomischen Aussichten der 60 wichtigsten Städte bis zum Jahr 2015 bewertet.

### Das Ergebnis der Studie

Eine Reihe mittelgroßer Hochschulstädte schiebt sich nach vorn und läuft traditionell wirtschaftsstarken Metropolen den Rang ab.<sup>6</sup>

Der Standortwettbewerb wird sich immer stärker beim Kampf um kluge Köpfe entscheiden. Bei Wirtschaftskrisen sind Hochschulstandorte zudem besser als Industriestandorte gegen deren Folgen gewappnet. Wo Hochschulen und hochschulnahe Einrichtungen der größten Arbeitgeber sind, sind die Jobs relativ stabil. Das Recruiting funktioniert besser als anderswo, wenn der Standort attraktiv genug ist, um die Hochschulabsolventen zum Bleiben zu bewegen.

Besonders groß sind die Wettbewerbsvorteile von Wissensstädten, wenn der Output von Hochschulen und Forschungseinrichtungen marktreif gemacht werden kann. Standorte, die früh einen Zukunftstrend erkennen und die in der Lage sind, wissenschaftliche Exzellenzen mit den wirtschaftlichen Potenzialen in Stadt und Region zu verbinden, liegen dabei ganz vorne – auch wenn es sich um kleine Städte handelt.

### Anknüpfungspunkte für Stadt- und Standortmarketing

Die Impulse für die Entwicklung von Wissensstandorten gehen von den Hochschulen und den Forschungseinrichtungen aus. Die Rolle der Städte besteht darin, diese wissenschaftliche Dynamik zu stützen, Netzwerke zu organisieren und Partner zusammenzubringen, zum Beispiel einzelne Forscher und Wirtschaftsunternehmen in der Region. Für die Finanzierung des Wissenstransfers sind zudem Unterstützer nötig, die Projekte antragsreif machen und sie entsprechenden Förderrichtlinien anpassen – eine klassische Rolle der örtlichen und regionalen Wirtschaftsförderungen. Und schließlich gilt es, mit diesen Pfründen innerhalb und außerhalb der Stadt zu wuchern – eine klassische Aufgabe für das Stadtmarketing.

Wo eine nachhaltige Arbeit an Inhalten und Produkten in stabilen Netzwerken und mit großer Ausdauer betrieben wird, ernten die Städte und Regionen gleichermaßen die Früchte. Die Wissensstädte sind Imagegewinner und Gewinner im Wettbewerb um Arbeitsplätze und wirtschaftliche Prosperität; die Forschungseinrichtungen gewinnen an Sichtbarkeit und Renommee einerseits und an strategischen Partnern und Durchsetzungskraft für ihre Forschung andererseits.

Von großer Bedeutung für die Stadtentwicklung ist der demografische Faktor. Klassische Hochschulstädte mit großen Universitäten haben hier ein großes Plus: Sie sind *forever young*, das heißt, Jahr für Jahr kommen junge Menschen in die Stadt. Dies ist angesichts der besorgniserregenden Altersentwicklung ein ganz besonderes Geschenk, das die Städte mit ihrer Anstrengung um möglichst große Attraktivität belohnen sollten.

## Ansätze für Stadt- und Standortmarketing

Es mag sein, dass die Konzentration auf Floridas sogenannte kreative Klasse der Stadtbewohner in Fragen urbaner Zukunftsplanung ein wenig übertrieben wird. Dennoch liefert sie entscheidende Hinweise für eine wissensbasierte Stadtentwicklung, die auch für das Stadt- und Standortmarketing relevant sind. Der Städtewettbewerb ist ein Wettbewerb um Menschen geworden. Um Menschen, die durch ihre Herkunftsgeschichten und ihre Ansprüche die Lebensqualität der Städte prägen. Dabei sind Städte, in denen Wissen und Bildung eine große Rolle spielen, natürlich klar im Vorteil, da sie Menschen anziehen, deren Lebensstil (laut Florida) mit seinem Anspruch auf Diversität des öffentlichen Lebens eine lebendige Stadtentwicklung fordert und unterstützt.<sup>7</sup>

Stadt- und Standortmarketing tun gut daran, nicht nur ihre Kommunikation, sondern vor allem ihren Einfluss auf die urbane Lebensqualität an den Ansprüchen dieser Zielgruppen zu orientieren. Dies kann auf sehr unterschiedliche Weise gelingen und sieht sicher in jeder Stadt anders aus – umfasst aber in jedem Fall eine Aufwertung der sogenannten weichen Standortfaktoren.

„Wissensarbeiter“ stellen hohe Ansprüche an die Qualität und die Authentizität des Stadtbilds. Sie erwarten zum Beispiel besondere Veranstaltungen und nicht austauschbare Events, einen belebten Stadtraum und keine Touristenkulisse. Sie erwarten eine lebendige innovative Kulturszene, dazu Möglichkeiten für nicht organisierten Sport, eine nachhaltig ökologisch ausgerichtete Stadtpolitik und verantwortungsbewusste, wertorientierte politische Entscheidungen.

## Von der Bedeutung attraktiver Städte für die Wissensgesellschaft

Der Einsatz für die Attraktivität der Städte, für ein möglichst historisch authentisches Stadtbild, für Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum, aber auch für Kinderbetreuung und differenzierte Bildungsangebote ist insbesondere für Wissensstädte eine Daueraufgabe.

In den meisten Städten ist die Bedeutung von Wissensansiedlungen für Stadtqualität und Image, Wettbewerbsfähigkeit und Wirtschaftskraft mittlerweile angekommen. Die Städte bieten dafür unterschiedliche Voraussetzungen. Es zeigt sich, dass auch kleinere Städte die Möglichkeit haben, mit gezielten Wissenschaftskooperationen eine Alleinstellung zu erreichen und dass durch Kooperationen auch der ländliche Raum als Wissensregion partizipieren kann. Hier sind intelligente und vor allem sachorientierte Modelle der Kooperation vonnöten. Das alte Konkurrenz- und Kirchturmdenken hilft dabei ebenso wenig weiter wie die Ausgabe von Moglepackungen: Eine 20.000 Einwohner starke Stadt im ländlichen Raum mit einem Fachhochschulabnehmer ist keine Hochschulstadt – auch dann nicht, wenn sie es auf ihr Ortsschild schreibt.

Die Aufgabe der städtischen Akteure ist es, zunächst im engen Kontakt mit den Wissenschaften und den Hochschulen durch Veranstaltungen und Projekte die notwendige Bewusstseinsveränderung für eine stärkere Interessensformierung zu initiieren. Dazu dienen die Langen Nächte der Wissenschaft sowie Projekte der Wissenschaftskommunikation, die den Menschen zeigen sollen, welche wissenschaftliche Qualität in ihrer Stadt ansässig ist und was sie selbst das angeht.

Parallel dazu müssen im Sinne eines professionellen Clustermanagements zentrale Themen wissenschaftlicher Alleinstellung möglichst mit wirtschaftlichem Potenzial verbunden und mit dem Stadtprofil kombiniert werden (Beispiel: Freiburg – Green City und wissenschaftliche Exzellenz im Solarstrom). Gelingt dies, so lassen sich Fördermittel akquirieren, stellt sich überregionale Sichtbarkeit ein und steigt die Attraktivität für Unternehmen und Fachkräfte.

Flankierend muss die Stadt, hier insbesondere das Stadtmarketing, mittels gezielter Zielgruppenansprache die Bedeutung der Wissenschaft für die Stadt mit geeigneten Kommunikationsformen immer wieder nach innen und nach außen vermitteln. Es sollte zudem gezielt die Kommunikation mit den Zielgruppen der Wissenschaftsstadt pflegen und dafür jeweils eigene Formate entwickeln. Solche Zielgruppen sind u. a. die Eltern, die jetzigen und die künftigen Studierenden, Wissenschaftler und potenzielle Kongressausrichter, die ausländischen Studierenden, die Gastwissenschaftler und die Alumni. Sie alle sind weltweit agierende Botschafter des Stadtimages.

Nicht zu Unrecht gehen inzwischen immer mehr Städte dazu über, die Kooperation mit den Hochschulen über eigene Wissenschaftsbüros in den Stadtmarketingorganisationen zu organisieren. Ein Trend, der sich nach den guten Erfahrungen dieser Organisationsform hoffentlich verstärkt und der belegt, dass die Städte es ernst meinen mit der Wissenschaft. Schließlich ist das Stadtmarketing überall dort gefragt, wo es darum geht, die Stadt für die sogenannten Wissensarbeiter attraktiv und einladend zu machen. Dazu gibt es vielfältige Möglichkeiten:

- Stadtmarketingorganisationen und Städte sollten den Kontakt zu Studierenden und Lehrenden an den Hochschulen und zu anderen Kreativberuflern pflegen und sie persönlich ansprechen.
- Sie sollten Veranstaltungen im öffentlichen Raum entwickeln, die ortsspezifisch sind und die sich von den üblichen Straßenfesten deutlich unterscheiden.
- Sie sollten innovative Gastronomiekonzepte und die Ansiedlung privater Initiativen in und um Kultur durch eine unbürokratische Genehmigungspraxis bewusst fördern.
- Sie sollten Veranstaltungen und Projekte entwickeln, die die Wissensarbeiter und Kreativen in der Stadtgesellschaft für ein größeres Publikum sichtbar machen und sie ins städtische Leben einbeziehen.

Die Themenstellung und die Profession der Autorin bedingen gleichermaßen einen parteiischen Blick auf das Verhältnis von Stadt und Wissenschaft, nämlich den der Stadt, die um die Wissenschaft wirbt, um mit ihr werben zu können.

Es sei an dieser Stelle aber nicht nur der Vollständigkeit halber darauf hingewiesen, dass ein erfolgreiches Stadt- und Standortmarketing mit den Stärken und Themen des Wissenschaftsstandorts nur im Konzert mit dessen Vertretern möglich ist. Wo das Werben um die Wissenschaft als Einmischung in ihre Angelegenheiten missverstanden wird, lässt sich vermutlich keine Strahlkraft über die Wissenschaftscommunity hinaus entwickeln. Nicht nur die Wissenschaft braucht also eine, wie Klaus Kunzmann es formuliert, „kommunale Zuneigung“, sondern auch die Kommune ihrerseits ist auf die Zuwendung und den Respekt der Wissenschaftsvertreter angewiesen. Das ist nicht anders als in jeder guten (Liebes-)Beziehung und diese kann hier wie dort in manchmal schwierigen Prozessen und auch durch Krisen wachsen.

Dass sich die Beziehungsarbeit am Ende tatsächlich auszeichnet, ist gewiss: Standorte, an denen Stadt und Wissenschaft gute Partner sind, werden im Wettbewerb um die klugen Köpfe die Gewinner sein.

# „Ohne Wissenschaften und Wissensvermittlung findet die Zukunft ohne uns statt“

Vorstandssprecher Benedikt Buhl über das Engagement der Oldenburgischen Landesbank AG



## Herzlich willkommen zum OLB-Forum

Wir wünschen Ihnen einen schönen Abend und viele interessante Eindrücke.

Den Dialog anstoßen will das OLB-Forum „Wissen und Zukunft“.

### Warum engagiert sich eine Regionalbank am Sitz des Unternehmens für Wissenschaft?

**Benedikt Buhl:** Die Oldenburgische Landesbank AG (OLB AG) ist die größte private Regionalbank Deutschlands und seit über 140 Jahren mit mehr als 175 Filialen in der Region Niedersachsen/Bremen vertreten. Regionale Identität und Verantwortung sind für die OLB gelebte Leitbilder – das prägt auch unser Engagement für die Wissenschaft. Insbesondere an unserem Stammsitz Oldenburg haben viele Entwicklungen aus dem Wissenschaftsbereich bewiesen, wie dynamisch ein Forschungs- und Wissenschaftsschwerpunkt auf die Wirtschaft wirken kann. Die hiesigen Universitäten und Fachhochschulen bieten zudem attraktive Ausbildungswege für junge Leute, die wiederum in

der einheimischen Wirtschaft benötigt werden. Uns ist natürlich daran gelegen, den Standort Oldenburg so attraktiv wie möglich mitzugestalten, um regional und überregional eine positive Außendarstellung zu erreichen. Neue Entwicklungen in der Wissenschaft in unserer Geschäftsregion bieten auch für die OLB AG immer neue Chancen.

### Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht der wissenschaftliche Bereich für die Entwicklung einer Stadt?

**Benedikt Buhl:** Wissenschaft und Forschung sind die Entwicklungsmotoren von Wirtschaft und Gesellschaft. Ohne Wissenschaften und Wissensvermittlung ist der Status quo gefährdet, da findet die Zukunft ohne uns statt. Es ist wichtig zu zeigen, was die Wissenschaft für die Ge-

sellschaft leistet. Eine Stadt kann diese Themen nutzen, um für ihre Bürgerinnen und Bürger einen Identifikationswert zu schaffen, und sich nachhaltig für die Bildung von Netzwerken zwischen Wissenschaft und Wirtschaft einsetzen. Darüber hinaus können in einer Stadt zahlreiche Forschungsschwerpunkte aufgebaut werden, die national und manchmal sogar international Bedeutung erlangen können. Damit wird nicht nur das Image einer Stadt positiv beeinflusst, sondern auch die Wirtschaftskraft gestärkt.

**Die Oldenburgische Landesbank AG war einer der großen Förderer von Oldenburgs Jahr als „Stadt der Wissenschaft“. Wie sah Ihre Unterstützung konkret aus?**

**Benedikt Buhl:** Das gesamte Projekt „Stadt der Wissenschaft“ wurde von uns

im Jahr 2009 finanziell begleitet. Vertreter unseres Hauses waren so oft wie möglich bei den Veranstaltungen vor Ort dabei. Unter dem Motto „Wissen gleich Zukunft“ haben wir das Projekt von Anfang an unterstützt. So haben wir bereits die Bewerbungskampagne mitgestaltet – nicht nur finanziell, sondern auch persönlich durch die Begleitung in der Lenkungsgruppe. Dort konnten wir unsere Ideen für eine erfolgreiche Kampagne einbringen und damit viele Impulse setzen. Im Rahmen des gesamten Projektes „Stadt der Wissenschaft“ haben wir unsere Oldenburger Veranstaltungen mit den zentralen Veranstaltungen verknüpft – dadurch konnte ein offenes Klima für die Auseinandersetzung mit dem Thema Wissenschaft erreicht werden. Beispielsweise hat eine Ausstellung über die fliegende Sternwarte SOFIA (Stratosphären Observatorium für Infrarotastronomie) in unserer Kundenhalle für sehr großes Interesse gesorgt.

*War es ein Problem, dass auch andere Banken aus der Region sich bei „Stadt der Wissenschaft“ engagierten – oder lag darin auch eine besondere Chance bzw. der spezielle Charme des Projektes?*

**Benedikt Buhl:** Projekte einer solchen Größenordnung können in der Regel nur gemeinsam mit weiteren Partnern zum Erfolg geführt werden. Insofern war es nur konsequent, hier auch weitere Oldenburger Unternehmen und andere Banken mit einzubeziehen. Alle Projekte haben von einer Vielzahl engagierter Partner aus Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft gelebt und aus dieser Vernetzung heraus einen ganz neuen Blick auf die Wissenschaft gewähren können. Dadurch haben alle Förderer gemeinsam dazu beigetragen, Oldenburg als „Stadt der Wissenschaft“ zu etablieren.

*Wie profitiert ein Unternehmen wie die OLB AG kurz- und auch langfristig von einem solchen Engagement?*

**Benedikt Buhl:** Durchaus sind einige kurzfristige Effekte zu beobachten, etwa während eines Projektszeitraumes in der er-

höhten Präsenz und Wahrnehmung des Logos sowie des Markenbildes. Das ist hilfreich, damit die Öffentlichkeit überhaupt erst Kenntnis von der Förderung und dem Engagement erlangt. Wesentlicher ist jedoch der langfristige Effekt, der durch dauerhaftes und kontinuierliches Engagement erreicht wird: Mit unserer Unterstützung tragen wir zu einer Steigerung der positiven Außendarstellung der Stadt Oldenburg bei. Uns hilft das positive Image wiederum bei der Rekrutierung von Mitarbeitern. Darüber hinaus ist es unser großes Anliegen, diese Region für unsere Mitarbeiter und Kunden aktiv mitzugestalten. Diese Verantwortung übernehmen wir gern.

*Die Oldenburgische Landesbank AG hat nicht nur eine Verantwortung gegenüber den Bürgern und Kunden am Stammsitz, sondern auch gegenüber jenen in der Region. Lässt sich auch dort mit dem Thema Wissenschaft punkten?*

**Benedikt Buhl:** Gerade abseits der großen Zentren nehmen wir eine hohe Nachfrage der Bevölkerung wahr. Das Interesse an wissenschaftlichen Fragestellungen ist groß und so wird unser Engagement

in besonderer Weise geschätzt und genutzt. Für uns ist es wichtig zu zeigen, was Wissenschaft für die Gesellschaft leisten kann.

*Was würden Sie anderen Unternehmen, die sich mit dem Gedanken tragen, im Bereich Wissenschaft Präsenz zu zeigen, raten?*

**Benedikt Buhl:** Jedes Unternehmen, das sich im Bereich Wissenschaft engagiert, sollte sich bewusst sein, dass positive Effekte für das eigene Haus meistens erst aus der kontinuierlichen Förderung heraus resultieren. Einmaleffekte sind selten bzw. nur von kurzer Dauer. Ein glaubhaftes Engagement zeigt sich in der langfristigen, nachhaltigen Förderung. So muss man einen langen Atem haben, der aber belohnt wird, weil zahlreiche neue Impulse gewonnen werden können. In der Zusammenarbeit mit Universitäten und Fachhochschulen ist zu berücksichtigen, dass die Instrumentarien der Wirtschaft nicht eins zu eins auf den Wissenschaftsbetrieb übertragen werden können. Beide Seiten sollten durch den Erfahrungsaustausch und in Netzwerken voneinander profitieren.

## Dialog anstoßen

Seit 1986 macht sich die Oldenburgische Landesbank AG um den Dialog zwischen der Bevölkerung und Impulsgebern aus Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft verdient. Im OLB-Forum „Wissen und Zukunft“ kommen ausgewiesene Experten in die Region, um über die Herausforderungen der Zukunft zu referieren. Die Gästeliste ist prominent besetzt: Marcel Reich-Ranicki, Lord Ralf Dahrendorf, Bischof Wolfgang Huber und Ex-Bundespräsident Roman Herzog stehen ebenso darauf wie bedeutende Vertreter aus Wissenschaft und Forschung. Die Vorträge greifen stets aktuelle Themen auf und stellen sie in einen gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang. Das OLB-Forum belegt eindrucksvoll, wie gut die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Wirtschaft funktionieren kann. „Der große Zuspruch, den wir zu unseren OLB-Foren erhalten, bestärkt uns in unserem Engagement, auch künftig vielen Menschen unseres norddeutschen Geschäftsgebietes den Austausch mit renommierten Persönlichkeiten zu ermöglichen“, betont Benedikt Buhl, Sprecher des Vorstandes der OLB AG.

# Literatur

... zu „Ein Begriff verändert Kommunen“ (Seite 12)

---

Gray, Colin Spencer: Explorations in Strategy, Westport 1996

Gray, Colin Spencer: Modern Strategy, Oxford 1999

Hohn, Stefanie; Meyer, Clas; Lisowski, Rainer: Wissenschaftsstädte im Vergleich. Ergebnisse der empirischen Untersuchung des Wettbewerbs „Stadt der Wissenschaft“. In: Neues Verwaltungsmanagement, Stuttgart 2010

Kunzmann, Klaus: Wissensstädte: Neue Aufgaben für die Stadtpolitik. In: Matthiesen, Ulf (Hrsg.): Stadtregion und Wissen. Analysen und Plädoyers für eine wissensbasierte Stadtpolitik, Wiesbaden 2004, S. 29-41

Matthiesen, Ulf; Mahnken, Gerhard: Das Wissen der Städte – zur Einleitung. In: Matthiesen, Ulf; Mahnken, Gerhard (Hrsg.): Das Wissen der Städte – Neue stadregionale Entwicklungsdynamiken im Kontext von Wissen, Milieus und Governance, Wiesbaden 2009, S. 13-29

Mintzberg, Henry: Strategy Safari, Wien 1999

Porter, Michael E.: Wettbewerb und Strategie, München 1999

... zu „Gemeinsam in die Zukunft einer Metropolregion“ (Seite 52)

---

Benneworth, Paul; Charles, David; Madanipour, Ali: Building Localized Interactions Between Universities and Cities Through University Spatial Development. In: European Planning Studies, 18:10, Oxford 2010, S. 1611-1629

Heidemann, Caren; Wermker, Klaus: Abfrage für die 74. „Konferenz der Dienststellen der Stadtentwicklungsplanung des Städtetages Nordrhein-Westfalen (NRW)“. Unveröffentlichtes Manuskript, 2009

Hohn, A.; Nußbruch, W. T.: Die Region als ein Handlungsfeld universitären Forschungstransfers. In: Dobischat, R.; Husemann, R. (Hrsg.): Berufliche Bildung in der Region. Zur Neubewertung einer bildungspolitischen Gestaltungsdimension, Berlin 1997

Kunzmann, Klaus R.: Wissensstädte: Neue Aufgaben für die Stadtpolitik. In: Matthiesen, Ulf (Hrsg.): Stadtregion und Wissen: Analysen und Plädoyers für eine wissensbasierte Stadtpolitik, Wiesbaden 2004, S. 29-41

Kunzmann, Klaus R.: The Strategic Dimensions of Knowledge Industries in Urban Development. In: DISP Netzwerk Stadt und Landschaft, H. 177, 2/2009, Zürich 2008, S. 40-47

Wissenschaftsatlas Metropole Ruhr, Stiftung Mercator/Universität Duisburg-Essen, Essen 2010

# Anmerkungen

## ... zu „Vom Bergbaustandort zur Hochschulstadt“ (Seite 58)

---

- 1 Vgl.: Stadt Hamm: Beschlussvorlage 2035/08 „Teilnahme der Stadt Hamm am Wettbewerb zum Ausbau der Fachhochschulen in Nordrhein-Westfalen“, 2008
- 2 Vgl.: Stadt Lippstadt: Beschlussvorlage 184/2008 „Teilnahme der Stadt Lippstadt am Wettbewerb zum Ausbau der Fachhochschulen in Nordrhein-Westfalen“, 2008
- 3 Vgl.: Brief von Oberbürgermeister Thomas Hunsteger-Petermann und Bürgermeister Christof Sommer an das Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Technologie NRW, Herrn Minister Prof. Dr. Andreas Pinkwart vom 14.08.2008

## ... zu „Mit Wissen erfolgreich im Standortwettbewerb“ (Seite 138)

---

- 1 Kühn, Manfred: Wissen schafft Stadt. In: Matthiesen, Ulf (Hrsg.): Stadtregion und Wissen. Analysen und Plädoyers für eine wissenschaftsbasierte Stadtpolitik. Stadtpolitik, Wiesbaden 2004, S. 251
- 2 Kunzmann, Klaus R.: Wissensstädte: Neue Aufgaben für die Stadtpolitik. In: Matthiesen, Ulf (Hrsg.): Stadtregion und Wissen. Analysen und Plädoyers für eine wissenschaftsbasierte Stadtpolitik, Wiesbaden 2004, S. 29-41
- 3 Ebd. S. 11
- 4 Ebd. S. 33
- 5 Ebd.
- 6 Capital 08/2009, S. 27
- 7 Franz, Peter: Innovative Milieus in ostdeutschen Stadtregionen: „Sticky Places“ der kreativen Klasse? In: Matthiesen, Ulf (Hrsg.): Stadtregion und Wissen: Analysen und Plädoyers für eine wissenschaftsbasierte Stadtpolitik, Wiesbaden 2004, S. 109-122

# Autoren

*Elke Ariëns*, Stadt Aachen, Hochschulbeauftragte

*Dana Duikers*, Stadt Aachen, Stabsstelle Stadtmarketing

*Thomas Fischer*, Landeshauptstadt München, Referat für Arbeit und Wirtschaft

*Dr. Margret Franz*, Stadt Jena, Werkleiterin Eigenbetrieb JenaKultur

*Andreas Gorgol*, Amt für Schulen, Bildung und Wissenschaft, Stadt Konstanz

*Jens Joost-Krüger*, WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Projektmanagement  
Kulturveranstaltungsförderung und Wissenschaftskommunikation

*Caren Heidemann*, Stadt Essen, Büro Stadtentwicklung, Projektmanagement,  
Schwerpunkt Wissenschaft und Hochschule

*Norbert Käthler*, Geschäftsführer Stadtmarketing Karlsruhe GmbH, Vorstand der  
Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V.

*Dr. Iris Klafßen*, Initiativkreis Wissenschaft in Lübeck/Wissenschaftsmanagerin  
der Hansestadt Lübeck

*Prof. Dr. Georg Krausch*, Sprecher der Mainzer Wissenschaftsallianz und Präsident  
der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

*Dr. Waltraut Liebl-Kopitzki*, Stadt Konstanz, Leiterin Amt für Schule, Bildung und  
Wissenschaft

*Dr. Rainer Lisowski*, Stadt Oldenburg, Stabsstelle Wissenschaftliche Angelegen-  
heiten, Vertretungsprofessor für Öffentliches Management an der Hochschule  
Osnabrück

*Oliver Locker-Grütjen*, Universität Duisburg-Essen, Leiter Science Support Centre  
(SSC)

*Michael Lüdtko*, Geschäftsführer [Rostock denkt 365°] e. V.

*Clas Meyer*, Hochschule Osnabrück, Projekt Standortentwicklung durch Wissens-  
netzwerke, Doktorand an der Graduate School of Politics der WWU Münster

*Dr. Britta Obszerninks*, Wirtschaftsförderung Hamm, stellvertretende Geschäfts-  
führerin und Leiterin der Abteilung Grundsatzfragen, Hochschulen, Arbeits-  
markt

*Dr. Klaus Puchta*, Landeshauptstadt Magdeburg, Leiter des Teams Wissenschaft  
im Büro des Oberbürgermeisters

*Dagmar Sachse*, Landeshauptstadt Kiel, Dezernat für Arbeit und Wirtschaft,  
Wissenschaftsreferentin

*Dr. Matthias Schmidt*, Koordinator im Wissenschaftsbüro bei Münster Marketing

*Dr. Inge Schröder*, Wissenschaftszentrum Kiel GmbH, Wissenschaftliche  
Geschäftsführerin

*Bernadette Spinnen*, 1. stellvertretende Bundesvorsitzende der Bundesvereinigung  
City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. (bcsd) und Leiterin Münster  
Marketing

*Claus Spitzer-Ewersmann*, geschäftsführender Gesellschafter Mediavanti OHG

*Silvia Wäller*, Braunschweig Stadtmarketing GmbH

*Prof. Dr. Stefanie Wesselmann*, Hochschule Osnabrück, Professorin für Öffent-  
liches Management

*Toni Wimmer*, Leiter des Dezernats für Presse, Öffentlichkeitsarbeit und Marke-  
ting der RWTH Aachen

# Impressum

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek.  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im  
Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.**

ISBN: 978-3-922275-43-5

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme der Abbildungen, der Funksendung, der Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben vorbehalten.

Verlag, Herausgeber und Autoren übernehmen keine Haftung für inhaltliche oder drucktechnische Fehler.

## © Edition Stifterverband

**Verwaltungsgesellschaft für Wissenschaftspflege mbH, Essen 2011**

Barkhovenallee 1

45239 Essen

Tel.: (02 01) 84 01-1 81

Fax: (02 01) 84 01-4 59

## Redaktion

Andrea Frank, Cornelia Herting, Simone Höfer, Rainer Lisowski, Clas Meyer, Matthias Schmidt, Claus Spitzer-Ewersmann, Stefanie Wesselmann

## Gestaltung

SeitenPlan GmbH Corporate Publishing, Dortmund

## Druck

Druckerei Schmidt, Lünen



## Fotos

ArchiMeDes/Foto: Wia (85), David Ausserhofer (6 re., 69), Behnisch Architekten/Schlaues Haus gGmbH (122), Werner Bentz/Stadtmarketing Karlsruhe GmbH (73), Simon Bierwald – 2010 (52), Hans Blosser für die NRZ – 2010 (55 ob.), Braunschweig Stadtmarketing GmbH/Sascha Gramann (40, 45), Deutscher Städtetag (6 li.), Die Welt (133 re.), Die ZEIT (48), Bastian Ehl/Hochschule Magdeburg-Stendal (99), Firma scape Landschaftsarchitekten/Düsseldorf (55 un.), Alexander Gerber/Innokomm (133 li.), Wolf-Dieter Gericke 2008/Lichtkunst: rosalia I/ Lichttechnik: MAZeT GmbH (JENCOLOR®) (67), Thomas Hartmann/Johannes-Gutenberg-Universität Mainz (101, 102), Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH (43), Haus der Wissenschaft/Maria Santos (51), Dirk Hourticolon (91), IFM-GEOMAR (81), IHK zu Rostock (129), Andreas Lander/Landeshauptstadt Magdeburg (94), Landeshauptstadt Kiel (79 re.), Landeshauptstadt Mainz (105), Landeshauptstadt München (108), Christine Landwehr/Münster Marketing (113), Marum/Zentrum für Marine Umweltwissenschaften (9), Mediendom der Fachhochschule Kiel (76, 79 li.), Medienzentrum der Universität Rostock (128), Monika Müller-Gmelin/Bildstelle Karlsruhe/Stadtmarketing Karlsruhe GmbH (70), MünsterView/Presseamt Münster (117), Ulf-Kersten Neelsen (93), Nycomed (87), Oldenburgische Landesbank (142), Pressestelle Landeshauptstadt Magdeburg (96), reicher haase architekten (38), Christian Richter/CeNTech GmbH (114), Lutz Roessler (88), Joachim E. Roettgers GRAFFITI (75), Rostock denkt 365° (126), RWTH Aachen (39), Albert Scharger/TU München (111), Jürgen Scheere (7), K. Scheubner/WID (63), Martin Schulz/Die ZEIT (133 Mi.), Stadt Aachen (37), Stadt Konstanz (82, 83, 86), Stadt Oldenburg (8, 118, 121), Universität Duisburg-Essen/Pressestelle (57), Werk3 (125), WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH (47), Wirtschaftsförderungsgesellschaft Hamm mbH (58, 61), Tino Zippel/Jena-Kultur (64)

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft  
Barkhovenallee 1 • 45239 Essen  
Postfach 16 44 60 • 45224 Essen  
Telefon (02 01) 84 01-0 • Telefax (02 01) 84 01-3 01  
[mail@stifterverband.de](mailto:mail@stifterverband.de)  
[www.stifterverband.de](http://www.stifterverband.de)