



UNIVERCITY BOCHUM

UNIVERCITY-KOMPASS

UNIVERCITY-KOMPASS

I Bochum – die Hochschulstadt im Ruhrgebiet	S. 06
II UniverCity Bochum – Netzwerk, Marke, programmatischer Ansatz	S. 07
III Strategische Weiterentwicklung	S. 09
IV Aktuelle Projekte	S. 11
V Von der Wissenschaftsstadt zur Wissensstadt	S. 15
Dank	S. 19



**WIR BILDEN
BOCHUM UND
DIE ZUKUNFT.**

WWW.UNIVERCITY-BOCHUM.DE



UNIVERSITY
BOCHUM



I BOCHUM – DIE HOCHSCHULSTADT IM RUHRGEBIET

Bochum ist die Hochschulstadt im Ruhrgebiet. Hier gibt es acht Hochschulen, die über 56.000 Studierende aus 150 Nationen zählen (vgl. Tabelle 1). Zudem sind an den Bochumer Hochschulen mehr als 10.000 Menschen beschäftigt, von denen allein 7.500 im wissenschaftlich-künstlerischen Bereich tätig sind. Nach absoluten Zahlen ist Bochum zweitgrößter Hochschulstandort in Nordrhein-Westfalen und sechstgrößter Deutschlands.

Die Bochumer Hochschullandschaft ist zentraler Ausgangspunkt für die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit der Stadt. Das lässt sich an vier verschiedenen Faktoren festmachen:

Wirtschaftsfaktor: Die Hochschulen sind mit gut 10.000 Beschäftigten der größte Arbeitgeber in Bochum. Nach einer im Auftrag der IHK Mittleres Ruhrgebiet durchgeführten Studie gehen gut 4.500 weitere Arbeitsplätze auf die Existenz der Hochschulen in Bochum und ihre Nachfragerwirkung zurück (vgl. Institut für angewandte Innovationsforschung (IAI) 2012, S. 62). Die ökonomische Bedeutung der Hochschulen für die Stadt lässt sich darüber hinaus an jährlichen Ausgaben- und Nachfrageeffekten in der Größenordnung von anderthalb Milliarden Euro festmachen (IAI 2012, S. 17ff.). Weiter versorgen sie den lokalen Arbeitsmarkt mit Fach- und Führungskräften.

Innovationsfaktor: Die Hochschulen sind Wissensproduzenten und -rezipienten und fördern damit Erkenntnistransfer in Richtung (Stadt-)Gesellschaft und umgekehrt. Weiterhin sorgen sie – auch mit der Unternehmens-tätigkeit ihrer Absolventinnen und Absolventen sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler – für ein sich selbstverstärkendes Innovationsklima in der Stadt.

Die Hochschulen sind ein ausgeprägter **demografischer Faktor**, weil sie viele junge Menschen als Studierende und Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in die Stadt bringen mit allen positiven sozialen und ökonomischen Effekten, die damit verbunden sind.

Die Hochschulen sind **kultureller Faktor**, weil die mit ihnen verbundenen Menschen das Leben in der Stadt bereichern. Daneben sind die Hochschulen auch unmittelbare Anbieter kultureller Leistungen (z. B. Musisches Zentrum und Kunstsammlungen der Ruhr-Universität) und komplettieren so die Kulturlandschaft in der Stadt. Hinzu kommt mit der Folkwang Universität der Künste (Theaterzentrum und Institut für Populäre Musik) eine Hochschule, die schon aufgrund ihres künstlerischen Profils entsprechende stadtesellschaftliche Effekte generieren kann.

Nicht zuletzt sind die Hochschulen, das ergibt sich aus den genannten Faktoren, auch ein wesentlicher Imagefaktor für die Stadt. Dazu passt, dass zwei der vier sogenannten „Bereichsmarken“ der zuletzt entwickelten Marke Bochum unmittelbar mit der Existenz der Hochschulen verbunden sind: „Talentschmiede im Ruhrgebiet“ und „Shootingstar der Wissensarbeit“ (vgl. Kapitel V).

Die Bochumer Hochschulen und ihre Effekte für Stadt und Gesellschaft sind eine Seite der Betrachtung, die Qualität ihrer Vernetzung und die Zusammenarbeit ist eine weitere. Für diesen Blick auf das Thema steht die UniverCity Bochum.

TABELLE 1: Hochschulen und Studierende (Wintersemester 2014/15); Quelle: eigene Darstellung;
Daten: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2015; Hochschule des Bundes für öffentliche Verwaltung 2016

HOCHSCHULEN IN BOCHUM	STUDIERENDE
RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM	42.764
HOCHSCHULE BOCHUM	6.808
EVANGELISCHE HOCHSCHULE RHEINLAND-WESTFALEN-LIPPE	2.380
TECHNISCHE HOCHSCHULE GEORG AGRICOLA	2.372
EBZ BUSINESS SCHOOL	904
HOCHSCHULE FÜR GESUNDHEIT	754
HOCHSCHULE DES BUNDES FÜR ÖFFENTLICHE VERWALTUNG	144
FOLKWANG UNIVERSITÄT DER KÜNSTE	42
STUDIERENDE GESAMT	56.168

II UNIVERCITY BOCHUM – NETZWERK, MARKE, PROGRAMMATISCHER ANSATZ

Die UniverCity Bochum ist Netzwerk, Marke und programmatischer Ansatz. Sie ist 2009 aus dem damaligen Hochschulnetzwerk „Bochum-hoch-vier“, an dem auch die Stadt Bochum beteiligt war, hervorgegangen, als das Bochumer Hochschulangebot auf der Basis der vier am Standort vorhandenen Hochschulen (Ruhr-Universität Bochum, Hochschule Bochum, Evangelische Hochschule Rheinland-Westfalen-Lippe und Technische Hochschule Georg Agricola) um zwei neue Einrichtungen erweitert wurde (EBZ Business School und Hochschule für Gesundheit). Heute zählt das Netzwerk der UniverCity Bochum zwölf Partner; neben einer weiteren Hochschule (Folkwang Universität der Künste) sind dies das Akademische Förderungswerk, die Bochum Marketing GmbH, die Industrie- und Handelskammer Mittleres Ruhrgebiet, das Deutsche Bergbau-Museum Bochum (als Leibniz-Forschungsmuseum) und nicht zuletzt die Stadt Bochum.

Das Ziel der UniverCity Bochum ist die weitere Stärkung Bochums als Stadt der Wissenschaft und Bildung. Dieses Ziel ist Bestandteil der Mission der UniverCity Bochum, die die Netzwerkpartner im November 2011 unterschrieben haben und die in ihrem Wortlaut auch Eingang in einen Beschluss des Rates der Stadt Bochum gefunden hat.

Die Mission leistet damit:

- den Rahmen für ein verbindlicheres Miteinander,
- einen Ansporn für die kontinuierliche inhaltliche Arbeit und die Weiterentwicklung des Netzwerkes,
- die Politische Legitimation durch den Rat der Stadt Bochum.

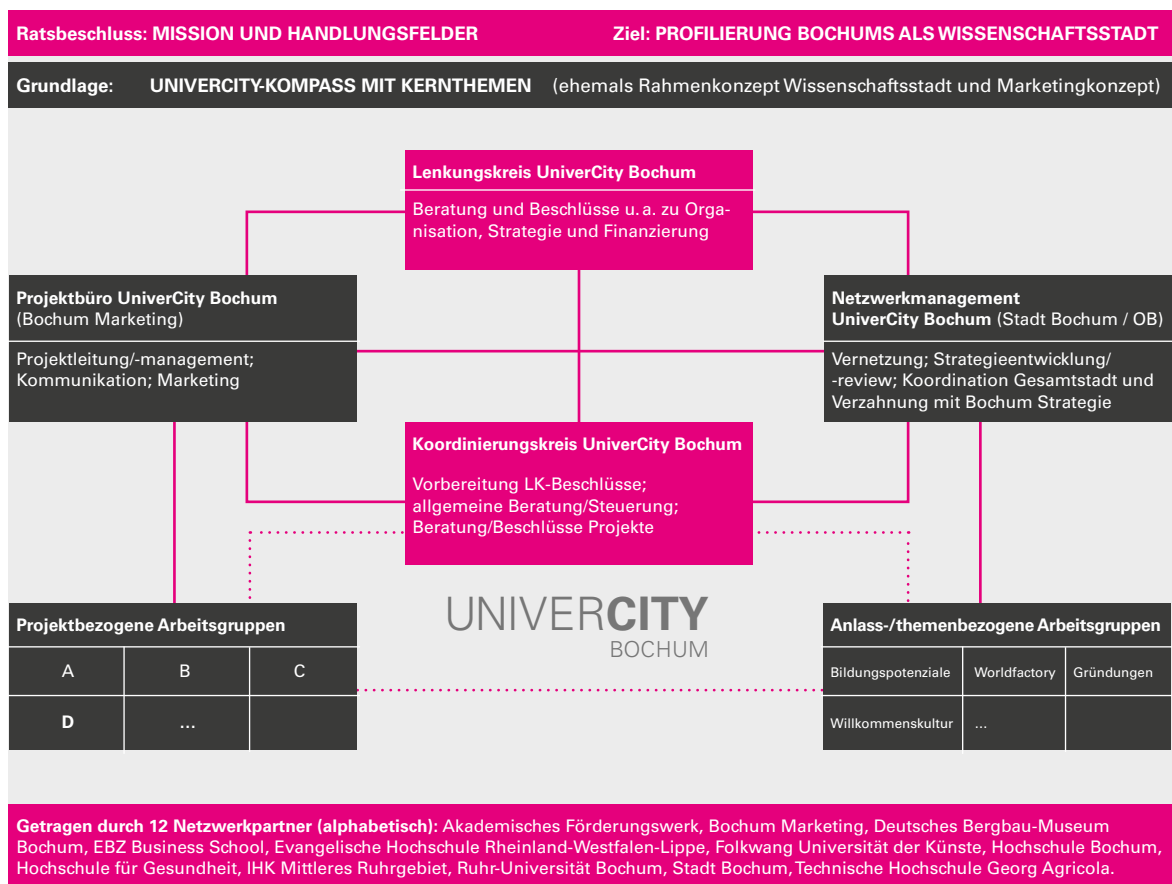
Die Netzwerkpartner kommen regelmäßig im Lenkungskreis (Leitungsebene) und Koordinierungskreis (Arbeitsebene) zusammen (vgl. Abbildung 1: Organisationsstruktur der UniverCity Bochum). Daneben sind im Jahr 2013 zwei Funktionen für das operative Geschäft der UniverCity Bochum eingerichtet worden: das Netzwerkmanagement im Referat des Oberbürgermeisters für gesamtstädtische Angelegenheiten. Es kümmert sich in erster Linie um die Vernetzung von Akteuren innerhalb und außerhalb der Stadtverwaltung sowie um die strategische Weiterentwicklung der UniverCity Bochum. Das Projektbüro bei der Bochum Marketing GmbH zählt Kommunikation und Marketing und die Entwicklung und Umsetzung von Projekten zu seinen Aufgaben.

Im Frühjahr 2014 wurde das Rahmenkonzept Wissenschaftsstadt vorgelegt. Es stellte bezogen auf die vordefinierten Handlungsfelder Urbanität, Wirtschaft, Akademische Bildungspotenziale und Internationalität/Willkommenskultur den zu diesem Zeitpunkt gültigen Status Quo der Aktivitäten und Projekte zum Thema „Wissenschaftsstadt“ dar. Die Möglichkeit der kontinuierlichen Fortschreibung wurde sofort mitgedacht. Zur Entwicklung des Konzeptes, aber auch vieler Projekte, waren zuvor zu den genannten Handlungsfeldern Arbeitsgruppen eingerichtet worden.

Im Nachgang sind viele der im Rahmenkonzept Wissenschaftsstadt aufgeführten etwa 60 Projekte zur Umsetzung gekommen. Andere befinden sich nach wie vor in der Ideen- bzw. Konzeptphase, wiederum andere sind zwischenzeitlich verworfen worden. Parallel dazu sind seit 2013 zahlreiche Projekte und Aktivitäten im Bereich Kommunikation und Marketing auf der Grundlage des Marketingkonzeptes entwickelt und umgesetzt worden. Dadurch hat die UniverCity Bochum und in Folge die Wissenschaftsstadt Bochum vor allem in die Stadt hinein an Aufmerksamkeit und Bekanntheit gewinnen können.

Der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft hat zuletzt im Rahmen seines Projektes „Science Scorecard – Wissen messen, Regionen gestalten“ in einem bundesweiten Quervergleich mit zwölf weiteren Städten und Regionen die Aktivitäten Bochums zur Entwicklung und Positionierung des Standortes als Wissensstadt ausgesprochen positiv bewertet.

Abbildung 1: Organisationsstruktur der UniverCity Bochum; Quelle: eigene Darstellung



III STRATEGISCHE WEITERENTWICKLUNG

Die UniverCity Bochum hat zuletzt in einem abgestimmten Prozess mit den Partnern ihre Strategie weiterentwickelt. Ausgangspunkt hierfür war der aus dem Netzwerk heraus formulierte Wunsch, die Aktivitäten der UniverCity Bochum stärker zu fokussieren und zu priorisieren und die inhaltliche Arbeit noch bewusster mit den Marketingaktivitäten des Netzwerkes und den Entwicklungen in Zusammenhang mit der neuen Marke Bochum (vgl. Kapitel V, Abbildung 4) zu verzahnen. Operatives Ziel war die Entwicklung eines auf dieser Grundlage abgestimmten Maßnahmenplans. Der vorliegende UniverCity-Kompass ist ein weiteres Ergebnis des Prozesses. Er stellt die Fortschreibung des Rahmenkonzeptes Wissenschaftsstadt dar und ersetzt dieses zukünftig.

Die Kernthemen, die aus der Mission abgeleitet wurden, geben nunmehr die inhaltliche Richtung der UniverCity Bochum vor. Sie ergänzen die im Zusammenhang mit der Mission definierten Handlungsfelder (Urbanität, Wirtschaft, Akademische Bildungspotenziale und Internationalität/Willkommenskultur) und sind stärker operativ geprägt.

Folgende Kernthemen und zugeordnete Ziele gelten:

1. Gemeinsam Talente und Begabungen entdecken und fördern

- Bildungs- und Berufsbiographien aktiv begleiten
- Rahmenbedingungen für eine breite Bildungsbeteiligung verbessern
- Übergang, insbesondere zum Studium, durchlässig gestalten
- Frühzeitig Studierfähigkeit herstellen

2. Gemeinsam Perspektiven nach dem Studium eröffnen

- Auf berufliche Perspektiven in der Region aufmerksam machen
- Berufstätigkeitsunterstützende Angebote schaffen und sichtbar machen
- Gründungsbereitschaft erhöhen, Gründungen unterstützen
- Hochschulen als attraktive Arbeitgeber weiterentwickeln und sichtbar machen
- Gemeinsam Lebensqualität von Stadt und Region sichtbar machen

3. Gemeinsam das Zusammenwirken von Wissenschaft und Stadtgesellschaft fördern und Willkommenskultur leben

- Austausch- und Kooperationsformate und -anlässe schaffen, die die Interaktion fördern und das Einbringen von Bürger/innen und ihrer Expertise in Wissenschaft ermöglichen (Citizen Science)
- Experimentierräume und -anlässe („Third Places“ for „Third Mission“) schaffen
- Niedrigschwellige Angebote für Neu-Bochumer/innen zur Integration schaffen

4. Gemeinsam Wissenstransfer zwischen Hochschulen und Unternehmen fördern

- Austausch- und Kooperationsformate und -anlässe schaffen
- Wissenstransferunterstützende Einrichtungen/Initiativen sichtbar machen und weiterentwickeln
- Unternehmensgründungen fördern, Unternehmensansiedlungen unterstützen

5. Gemeinsam Willkommenskultur fördern und leben

- Bekanntheit der UniverCity Bochum nach innen (Netzwerk und Stadtgesellschaft) und außen erhöhen
- Wahrnehmung Bochums als Wissenschaftsstadt nach innen und außen stärken
- Bestehende Kooperationen/Projekte zwischen den Netzwerkpartnern sichtbar machen und neue initiieren
- Mehrwert der Zusammenarbeit deutlich machen
- Präsenz der Wissenschaft in der Innenstadt erhöhen (individuell, institutionell, baulich)
- (Über-)Regionale Präsenz und Netzwerkarbeit ausbauen

Im weiteren Prozess sind bezogen auf die Kerntemen Projekte entwickelt bzw. vorhandene zugeordnet worden. Das Ergebnis ist ein jährlich aktualisierter Maßnahmenplan.

Für das Management der Projekte werden gezielt Arbeitsgruppen eingerichtet, die von einem „Projektteam“ aus in der Regel Projektbüro und einem Vertreter/einer Vertreterin eines Netzwerkpartners geleitet werden. Daneben befasst sich das Netzwerk der UniverCity Bochum anlassbezogen temporär mit gesonderten Themen, für die ebenfalls Arbeitsstrukturen bestehen, in die das Netzwerkmanagement kontinuierlich eingebunden ist. Themen zurzeit sind:

- » Bildungspotenziale, Fokus Studienorientierung/Kein Abschluss ohne Anschluss (KAoA)
- » Worldfactory, Fokus Zusammenarbeit der Hochschulen
- » Gründungen, Fokus Beratungsangebote
- » Willkommenskultur, Fokus Angebote für Flüchtlinge

Die Strategie der UniverCity Bochum wird in enger Abstimmung mit dem Lenkungskreis und Koordinierungskreis sukzessive und kontinuierlich weiterentwickelt.

IV PROJEKTE

Das Ziel der Netzwerkpartner, Bochum als Stadt der Wissenschaft und Bildung weiter zu stärken, wird durch die Umsetzung konkreter Projekte sicht- und erlebbar. Unter dem Dach der gemeinsamen Marke UniverCity Bochum realisieren die Netzwerkpartner vielfältige Angebote für unterschiedliche Zielgruppen. Zu den wichtigsten zählen Studieninteressierte, Studierende, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie Bürgerinnen und Bürger. Die inhaltliche Ausrichtung und strategische Bedeutung der Projekte leitet sich aus der Mission und den im Kapitel III beschriebenen Kernthemen ab. Das Management der Projekte erfolgt wie in Kapitel III beschrieben. Zur nachhaltigen Stärkung der Marke wird ein Corporate Design verwendet, dessen Bildsprache zielgruppengerecht variiert. Projekte der UniverCity Bochum sowie aktuelle Themen der Netzwerkpartner werden auf der Website der UniverCity Bochum und über soziale Medien vorgestellt. Finanziert werden die Projekte aus Mitteln der Netzwerkpartner sowie aus Drittmitteln.

Die im Folgenden vorgestellten Projekte sind Beispiele und dienen als Einblick in aktuelle und abgeschlossene Aktivitäten. Sie sind jeweils einem Kernthema zugeordnet (vgl. Kapitel III).

GEMEINSAM TALENTE UND BEGABUNGEN ENTDECKEN UND FÖRDERN

KinderUni Bochum

Die KinderUni Bochum richtet sich an Schülerinnen und Schüler in der Primarstufe. Alle zwei Jahre findet die Große KinderUni im Audimax der Ruhr-Universität Bochum statt. Zahlreiche Kinder lassen sich dann von einer Mischung aus Vorträgen, Mitmach-Experimenten und Vorführungen begeistern. Zwischen den Großveranstaltungen wird die KinderUni jeweils in kleinerem Rahmen fortgesetzt. Organisiert wird die KinderUni gemeinsam mit dem Innovationszentrum Schule-Technik IST.Bochum.NRW.

Mehr Informationen unter: www.kinderunibochem.de

Bochumer Hochschultag

Der Bochumer Hochschultag ist eine jährlich stattfindende Veranstaltung für Schülerinnen und Schüler. An einem gemeinsamen Ort erhalten sie die Gelegenheit, sich über die Studienangebote der sieben Hochschulen im Verbund der UniverCity Bochum zu informieren. Die Studienberatungen stehen für Fragen rund ums Studium zur Verfügung und informieren über Studiengänge, Finanzierung und Zulassungsvoraussetzungen. Ein beliebter Programmpunkt ist das Studiengang-Speed-Dating, bei dem sich Studierende den Fragen der Studieninteressierten stellen.

Mehr Informationen unter: www.univercity-bochum.de/angebot/studienberatung-hochschulen

GEMEINSAM PERSPEKTIVEN NACH DEM STUDIUM ERÖFFNEN

UniverCity-WG und studentische Stadttouren

Studierende sind eine wichtige Zielgruppe der UniverCity Bochum. In der UniverCity-WG wurden drei Studierende für ein halbes Jahr zu Botschaftern der Wissenschaftsstadt Bochum. Über Fernsehen, Radio, Zeitung und soziale Medien gaben Sie Einblicke in ihr Studierendenleben. Insbesondere für andere

Studierende wurden sie damit zu authentischen Botschaftern der UniverCity Bochum und entdeckten auch selbst viele neue Seiten der Stadt.

Ähnliche Ziele verfolgt auch das Projekt UniverCity-Touren. Als Stadttouren von Studierenden für Studierende werden spannende Orte und Themen vorgestellt, die es in der UniverCity Bochum zu entdecken gibt. Besucht werden wechselnde Stationen, zum Beispiel aus den Bereichen Kultur und Gastronomie. An einigen Stationen werden kurze Gespräche mit Ansprechpartnern geführt, die kulinarische Kostproben oder Einblicke in ihre künstlerische Tätigkeit bieten.

Mehr Informationen unter: www.university-bochum.de/hochschule-bochum-wohnen und unter www.university-bochum.de/citytour

Kulturscheckheft UniverCity Bochum

Als kostenloses Begrüßungsgeschenk bietet das Kulturscheckheft Studierenden zu Beginn ihrer Studienzeit zahlreiche Anreize, die kulturelle Vielfalt der UniverCity Bochum zu entdecken. Mehr als 30 Partner aus dem Kultur- und Freizeitbereich beteiligen sich mit Gutscheinen, Rabatten und Geschenk-Aktionen an dem bewährten Produkt. Die Studierenden erhalten das Kulturscheckheft an allen Immatrikulationsstellen, zu Erstsemesterbegrüßungen sowie in den Bürgerbüros der Stadt Bochum. Das Kulturscheckheft wird in Kooperation mit dem AKAFÖ umgesetzt.

Mehr Informationen unter: www.university-bochum.de/angebot/kulturscheckheft

Studis on Tour

Die hochschulübergreifende Unternehmensbesichtigung „Studis on Tour“ bietet Studierenden wechselnder Fachrichtungen Einblicke in interessante Tätigkeitsfelder und ermöglicht das Kennenlernen potenzieller Arbeitgeber. Der Fokus der Veranstaltung liegt auf dem niedrigschwelligen Erfahrungsaustausch zwischen den Fachkräften von Morgen und jungen Mitarbeiter/innen in den Unternehmen. Gleichzeitig stärkt das Format die Netzwerke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft.

Mehr Informationen unter: www.university-bochum.de/arbeiten-student/studis-on-tour

Skills Day

Ziel des neuen Veranstaltungsformates Skills Day ist es, Studierende und mögliche zukünftige Arbeitgeber in lockerer Atmosphäre zusammenzubringen. Im Rahmen eines Nachmittags bietet der Skills Day Studierenden verschiedene Angebote wie Workshops oder Kurz-Vorträge, die dabei unterstützen, eigene Stärken herauszufinden und damit die Berufsorientierung zu erleichtern. Die Veranstaltung findet erstmals im November 2016 statt.

GEMEINSAM DAS ZUSAMMENWIRKEN VON WISSENSCHAFT UND STADTGESELLSCHAFT FÖRDERN UND WILLKOMMENSKULTUR LEBEN

STADTexperimentierRAUM

Ziel der Reihe ist es, kuratorisch aktuelle Projekte und Themen vorzustellen, die im weitesten Sinne mit Stadt und Stadtentwicklung in Verbindung stehen und einen experimentellen und innovativen Charakter haben. Der institutionelle Zugang wird dabei bewusst ähnlich breit gehalten wie der inhaltliche; als Vor-

tragende kommen Studierende und Wissenschaftler/innen genauso in Frage wie Personen aus anderen Bereichen. Die Veranstaltungsreihe ist zudem offen für Themen und Vortragende aus anderen Städten.

Empfang des Oberbürgermeisters für Studierende aus dem Ausland

Der Einladung des Oberbürgermeisters zum Empfang ins Bochumer Rathaus folgen jährlich zahlreiche Studierende aus dem Ausland. Auch der anschließende Besuch des Bochumer Weihnachtsmarktes sowie die Stadtrundfahrt erfreuen sich großer Beliebtheit.

Teilnahme am EU-Projekt NUCLEUS

Die Stadt Bochum und die Ruhr-Universität nehmen stellvertretend für die UniverCity Bochum am EU-Projekt NUCLEUS teil. NUCLEUS steht für „New Understanding of Communication, Learning and Engagement in Universities and Scientific Institutions“. Forschungsgegenstand des auf vier Jahre angelegten Projektes des EU-Rahmenprogramms für Forschung und Innovation „Horizont 2020“ ist der Austausch zwischen Wissenschaft und Zivilgesellschaft. NUCLEUS zielt darauf ab, neue Kommunikationsformen und -formate zu entwickeln und prototypisch umzusetzen.

GEMEINSAM WISSENSTRANSFER ZWISCHEN HOCHSCHULEN UND UNTERNEHMEN FÖRDERN

Worldfactory

Eine Aufgabe des durch die Ruhr-Universität initiierten Transfer- und Gründerkonzepts Worldfactory ist es, frühzeitig den Unternehmer- und Gründergeist von Studierenden der Bochumer Hochschulen im Verbund der UniverCity Bochum zu fördern. Dabei werden sie von Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis begleitet. Kernziel der Aktivitäten der Worldfactory ist es also, innovative Produkte, Prozesse und Infrastrukturen projektorientiert zu entwickeln – stets im Verbund aus Wissenschaft und Wirtschaft. Diese „Community of Practice“ findet im UFO, dem neu gestalteten Universitätsforum der Ruhr-Universität, eine zentrale Anlaufstelle. Im Fokus steht hier die Beratung von potenziellen Gründerinnen und Gründern aus den Hochschulen der UniverCity Bochum.

UniverCity Wissenstransfer-Website

Die Website der UniverCity Bochum wird um einen Bereich erweitert, der die zahlreichen Transfer-Aktivitäten der Netzwerkpartner exemplarisch vorstellt. Die Worldfactory wird sich entsprechend auch hier als herausragendes Beispiel wiederfinden.

GEMEINSAM DIE WISSENSCHAFTSSTADT SICHT- UND ERLEBBAR MACHEN

Netzwerk-Tour UniverCity Bochum

Mit der Netzwerk-Tour UniverCity Bochum soll die Bekanntheit bei den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Bochumer Hochschulen weiter gesteigert werden, um mehr praktische Unterstützung für die Ziele und Aktivitäten der UniverCity Bochum zu erreichen. Ziel der Netzwerk-Tour ist es zudem, den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern Mehrwerte vorzustellen, die sich für sie aus dem Netzwerk ergeben. Diese reichen von der stärkeren Sichtbarmachung bestehender Kooperationen zwischen den Netzwerkpartnern bis zur Unterstützung bei der Kontaktabahnung für zukünftige Projekte.

Ringvorlesung Bochum 4.0 und Podiumsdiskussion

Anlässlich des 200-jährigen Jubiläums der Technischen Hochschule Georg Agricola fand die öffentliche Ringvorlesung Bochum 4.0 statt. Die Vorlesungsreihe bot Einblicke in die vielseitigen Themenfelder aus Praxis und Forschung, mit denen die Netzwerkpartner der UniverCity Bochum zur Zukunftsfähigkeit des Standortes beitragen. Bei der abschließenden Podiumsdiskussion „Wissenschaftsstadt Bochum – wem bringt das was?“ luden der Oberbürgermeister und Spitzen Bochumer Hochschulen zur Diskussion ein.

Wissenschaftler/in des Monats

Auf der Website der UniverCity Bochum werden im monatlichen Wechsel Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der Bochumer Hochschulen vorgestellt. In einem kurzen Interview geben Sie Einblicke in ihre Forschungs- und Lehrtätigkeit und werden damit zu Botschafterinnen und Botschaftern der UniverCity Bochum.

Beteiligungen und Kooperationen

UniverCity Bochum nutzt verschiedene Veranstaltungen von Netzwerkpartnern und Dritten, um sich zu präsentieren, die Aktivitäten vorzustellen und die Netzwerke zu erweitern.

Netzwerk-intern war die **BlauPause**, die Festmeile zum 50-jährigen Jubiläum der Ruhr-Universität, ein idealer Rahmen, um eine breite Öffentlichkeit zu erreichen und für die akademische Vielfalt der UniverCity Bochum zu begeistern. Auch auf dem regelmäßig stattfindenden **Bochumer Nachhaltigkeitstag** an der Hochschule Bochum ist die UniverCity Bochum als Kooperationspartner genauso vertreten wie bei der Aktion **code:blue** von Bochum Marketing, mit der Studierende für die Angebote der Bochumer Innenstadt sensibilisiert werden.

An den **TalentTagen Ruhr**, dem **Festival n.a.t.u.r.** und der **WissensNacht Ruhr** nimmt die UniverCity Bochum teil und bringt sich aktiv mit Beiträgen in das Programm ein. Im Rahmen der WissensNacht Ruhr präsentieren sich die Bochumer Hochschulen an einem Ort in der Innenstadt konsequent unter dem gemeinsamen Dach der UniverCity Bochum.

V VON DER WISSENSCHAFTSSTADT ZUR WISSENSSTADT

Die UniverCity Bochum hat die weitere Stärkung Bochums als Stadt der Wissenschaft und Bildung zum Ziel. Dass die Stadt insbesondere mit der UniverCity Bochum hier im bundesweiten Vergleich überdurchschnittlich gut aufgestellt ist, hat der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft zuletzt im Rahmen einer Studie festgestellt. Damit ist nicht nur die Basis für die Wissenschaftsstadt, sondern auch für die Wissensstadt Bochum gelegt. Die beiden Begriffe beschreiben verschiedene strategische Pfade und Dimensionen der Stadtentwicklung.

Der Ansatz der „Wissenschaftsstadt“ rückt die Hochschulen und sonstigen wissenschaftlichen Einrichtungen einer Stadt und ihre unmittelbare Bedeutung für die weitere Stadtentwicklung in den Mittelpunkt, während sich die „Wissensstadt“ auf alle Akteure einer Stadtgesellschaft bezieht, die Wissen a) produzieren, b) vermitteln, verbreiten und transferieren sowie c) anwenden und verarbeiten.

Das sind – neben den wissenschaftlichen Einrichtungen – Unternehmen und anderen Organisationen wie Fach- und Handwerksbetriebe, die häufig verstärkt mit nicht-akademischen Wissen umgehen. Die Wissensstadt sieht diese beiden „Akteurswelten“ idealtypischer Weise verschränkt und vernetzt.



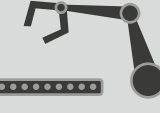

Mit acht Hochschulen ist Bochum im Städtevergleich ausgesprochen gut ausgestattet (vgl. Kapitel I). Damit lässt sich die Titulierung „Wissenschaftsstadt“ rechtfertigen, obwohl Bochum mit dem Deutschen Bergbau-Museum als Leibniz-Forschungsmuseum nur über eine Einrichtung der vier großen deutschen Forschungsgesellschaften (neben Leibniz, Fraunhofer, Max-Planck und Helmholtz) verfügt. Aber auch die erweiterte Begriffsdefinition, die Wissensstadt, spiegelt die Bochumer Situation wider. So ist die Bochumer Unternehmenslandschaft nach wie vor von einer Vielzahl an zum Teil hochinnovativen mittelständigen (Produktions-)Betrieben geprägt. Die Nähe zur Wissenschaft wird dabei unterschiedlich intensiv gelebt.

Für die Entwicklung Bochums zur Wissensstadt steht stellvertretend der Begriff „**Bochum 4.0**“. Er beschreibt den Weg von der Ackerbürger- und frühen Bergbaustadt (Bochum 1.0), über die Montanstadt (Bochum 2.0) und die Stadt der Massenproduktion (Bochum 3.0) bis hin zur Wissensstadt (Bochum 4.0) mit ihrer vernetzten wissensbasierten Arbeitsweise der oben genannten Akteure (vgl. Abbildung 3). Auf der Projektebene der UniverCity Bochum findet dieses Bild in der „**Worldfactory**“ ihren Ausdruck (vgl. Kapitel IV).

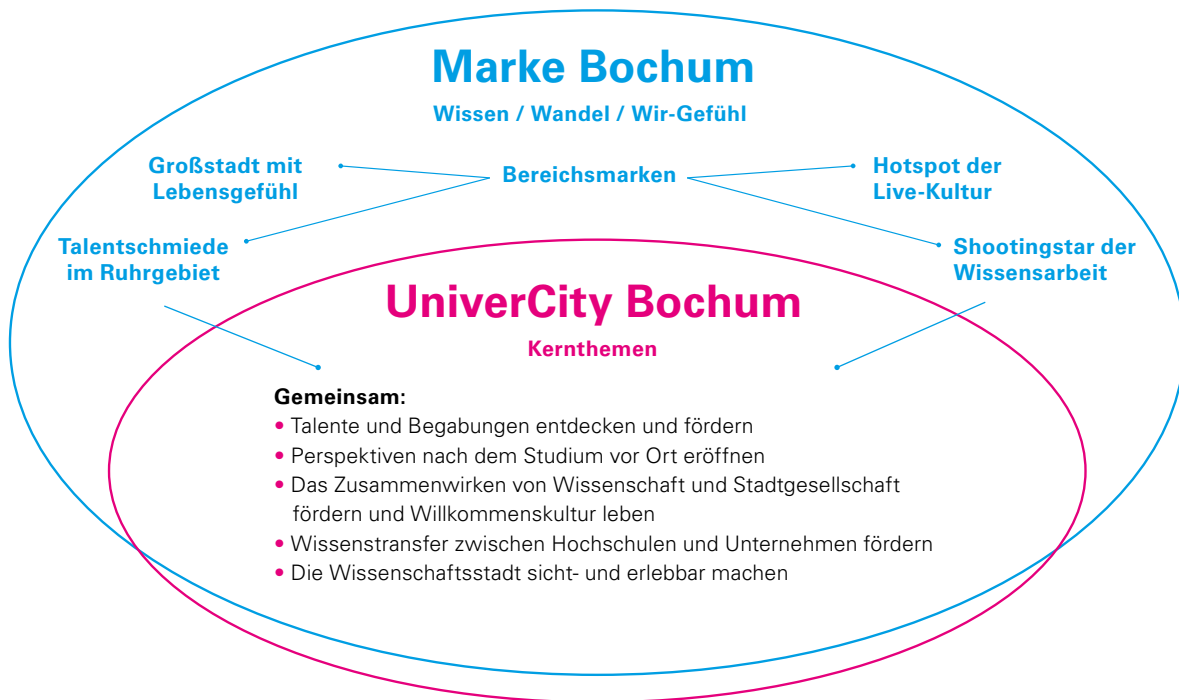
Das Konzept der Wissensstadt impliziert eine Stadtentwicklungspolitik, die das Leitmotiv „Wissen“ in den Fokus rückt. Diese auch als „**wissensbasierte Stadtentwicklung**“ bezeichnete Politik orientiert sich in erster Linie an den Bedürfnissen von Hochschulen, anderen wissenschaftlichen Einrichtungen sowie wissensintensiven Unternehmen und Organisationen und sorgt für Bedingungen, die ihre Entwicklung vor Ort bestmöglich fördert. Weiter schafft bzw. sichert sie Standortfaktoren (u. a. in Bezug auf Wohnen, Bildung, Familienfreundlichkeit, Kultur, Mobilität, Einzelhandel), die Menschen, die wissensbasierten Tätigkeiten nachgehen, ansprechen und an den Standort binden. Arbeitgeber und Fachkräfte stärken sich so in ihrer

Standortfunktion wechselseitig. Von den entsprechenden ökonomischen Effekten profitieren am Ende Beschäftigte aller Segmente des Arbeitsmarktes.

Abbildung 2: Phasen der Entwicklung Bochums; Quelle: eigene Darstellung

BOCHUM 1.0	BOCHUM 2.0	BOCHUM 3.0	BOCHUM 4.0
			
Beginn des industriellen Ruhrkohlenbergbau; Nutzung der ersten Dampfmaschine auf der Zeche Vollmond (Bochum-Werne)	Entwicklung der Stahlindustrie und des Montancomplexes (u. a. Bochumer Verein AG, später Krupp AG)	Ansiedlung der Opel-Werke und von weiteren Produktionsbetrieben; Gründung der RUB; weitere Industrieentwicklungen (u. a. Nokia ab 1993)	Hochschulen und Forschungseinrichtungen, UniverCity Bochum, Worldfactory; Branchenmix aus KMU und MNU mit Fokus auf Wertschöpfung, Vernetzung und Innovationshöhe
Ackerbürger- und frühe Bergbaustadt	Montanstadt	Stadt industrieller Massenfertigung	Wissensstadt
19. Jahrhundert	bis in die 1960er Jahre	ab den 1950er Jahren	ab dem 21. Jahrhundert

In Bochum hat dieses Verständnis von wissensbasierter Entwicklung bereits Eingang in die Marke Bochum gefunden, die unter der Federführung der Bochum Marketing GmbH in einem abgestimmten Prozess mit Politik, Verwaltung und Stadtgesellschaft entwickelt und 2015 eingeführt wurde. Nicht nur der Markenkern aus „Wissen – Wandel – Wir-Gefühl“ steht für diese eindeutige Prägung, sondern auch die Tatsache, dass mit „Talentschmiede im Ruhrgebiet“ und „Shootingstar der Wissensarbeit“ zwei der vier sogenannten Bereichsmarken unmittelbar den Themen „Bildung“ und „Wissen“ zugeordnet werden können. Die inhaltlichen Bezüge zu den Kernthemen der UniverCity Bochum sind dabei offensichtlich (vgl. Abbildung 4). Bochum Marketing arbeitet in Zusammenhang mit der Marke Bochum auch mit Kampagnenmotiven, die Bochums Weg der wissensbasierten Ausrichtung und Entwicklung visualisieren und darüber dazu beitragen, dass sich Akzeptanz und Identifikation der Bochumer Bevölkerung für diesen Weg erhöhen (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 3: Inhaltliche Bezüge Marke Bochum und UniverCity Bochum; Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der Marke Bochum entwickelt die Stadt Bochum zurzeit in einem breit angelegten Prozess die Bochum Strategie im Sinne einer gesamtstädtischen Entwicklungsstrategie. Auch hier ist die herausgehobene Bedeutung, die das Thema „Wissen“ einnehmen wird, bereits erkennbar. Das ist in einer Stadt wie Bochum, die trotz einer 200-jährigen Tradition der Technischen Hochschule Georg Agricola als Bergschule erst vor einem halben Jahrhundert mit der Ruhr-Universität ihre erste offizielle Hochschule bekommen hat, keine Selbstverständlichkeit.

Die UniverCity Bochum hat mit ihrem erfolgreichen Wirken in den letzten Jahren den Boden für Wissen als zentrale Zukunftsressource mit bereitet. Sie hat dazu beigetragen, dass wissensbasierte Stadtentwicklung in Bochum immer stärker sichtbar wird, beispielsweise bei der Entwicklung von Mark 51⁹⁷ als Bochums neuer Technologicampus. Diese Beiträge wird die UniverCity Bochum auch in Zukunft leisten.

Abbildung 4: Kampagnenmotiv zur Marke Bochum; Quelle: Bochum Marketing GmbH



DANK

Die UniverCity Bochum ist – nicht nur, aber zuallererst – ein Netzwerk. Die Qualität von sozialen Netzwerken ist abhängig von den beteiligten Menschen und der Kultur des Miteinanders. Und da haben wir in der UniverCity Bochum großes Glück!

Über ein eher fakten- und ergebnisorientiertes Produkt wie dem UniverCity-Kompass kann dieser positive Geist kaum transportiert werden.

Deshalb gilt an dieser Stelle unser Dank allen, die sich an der UniverCity Bochum beteiligen; im Lenkungskreis, im Koordinierungskreis, in Arbeits- und Projektgruppen; mit Zeit, Engagement, Ideen, ...

Wir wissen das sehr zu schätzen, und wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit!

Johanna Löwen

Projektbüro UniverCity Bochum

Lars Tata

Netzwerkmanagement UniverCity Bochum

IMPRESSUM

Herausgeber

UniverCity Bochum / Stadt Bochum

Redaktion

Dr. Lars Tata
Netzwerkmanagement UniverCity Bochum
Stadt Bochum
Referat des Oberbürgermeisters
für gesamtstädtische Angelegenheiten
Willy-Brandt-Platz 2–6, 44777 Bochum
Tel. +49 (0)234 910 50 66
ltata@bochum.de
www.bochum.de/referat-oberbuergermeister

Johanna Löwen
Projektbüro UniverCity Bochum
c/o Bochum Marketing GmbH
Huestraße 21–23, 44787 Bochum
Tel. +49 (0)234 90496 27
loewen@univercity-bochum.de
www.univercity-bochum.de

www.facebook.com/UniverCityBochum
twitter.com/UniverCityBo
www.instagram.com/univercity_bochum
#ucbo

Layout und Gestaltung

vanessa-macholz.com

Bild- und Quellennachweis

Bochum Marketing GmbH, Bochum 2015; Hochschule des Bundes für öffentliche Verwaltung, Bochum 2016 (mündliche Auskunft); Institut für angewandte Innovationsforschung (IAI): Wissenschaft schafft Wirtschaft, Bochum 2012; Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2015

Auflage

ausschließlich Online-Version

Erscheinungsweise

bei Bedarf

Stand

März 2017

