



Foto: Kolmann Berge

Mit verschiedenen Formaten wie dem Tag der offenen Tür wollen die Technische Universität und die Fachhochschule Dortmund mit den Bürgern in Interaktion treten. Mit Hilfe des Masterplans soll die Verankerung der Wissenschaft in der Stadtgesellschaft vorangetrieben werden

Wissenschaftsstadt Dortmund

Gemeinsam mit der Stadt haben zwei Hochschulen den „Masterplan Wissenschaft“ entwickelt, um Dortmund als Wissenschaftsstadt zu etablieren. Dafür wurden die Akteure mit dem „Preis für Hochschulkommunikation“ geehrt.

Forschung und Wissenschaft – mitten in der Stadtgesellschaft verankert: Das ist die Vision der Technischen Hochschule und der Fachhochschule Dortmund. Gemeinsam mit der Stadt und 17 weiteren städtischen und wissenschaftlichen Einrichtungen haben die beiden Hochschulen den „Masterplan Wissenschaft“ entworfen. Ziel des Masterplans ist es, den Wissenschaftsstandort Dortmund stärker in das öffentliche Bewusstsein zu rücken. Im Fokus steht dabei die Entwicklung Dortmunds zur Wissenschaftsstadt. Ins Leben gerufen wurde die Initiative 2011 von den Rektoren der beiden Hochschulen und dem Oberbürgermeister der Stadt Dortmund. „Der Masterplan versteht sich als Strategieinstrument, um im Dialog mit der Stadtgesellschaft, der Wirtschaft, der Kultur und der Wissenschaft gemeinsame Ziele, Maßnahmen und Umsetzungsinstrumente zu entwickeln und zu vereinbaren“, erklärt Mechthild Heikenfeld, Hochschul- und Wissenschaftsreferentin der Stadt Dortmund. Sie zeichnet von städtischer Seite für den Masterplan verantwortlich.

WARUM EIN MASTERPLAN?

Obwohl der Wissenschaftsstandort Dortmund erst in den 1960er Jahren aufgebaut wurde und damit noch sehr jung ist, verfügt die Stadt über sechs Hochschulen und 19 außeruniversitäre Forschungseinrichtungen. „Was etwa kaum jemand weiß: Die sechs Dortmunder Hochschulen zählen zusammen rund 50.000 Studierende – das sind mehr als in Heidelberg“, betont Prof. Dr. Barbara Welzel, Prorektorin Diversitätsmanagement an der TU Dortmund, die auf Seiten der Technischen Universität den Masterplan koordiniert. Mehr als 10.000 Menschen sind an den wissenschaftliche Einrichtungen und Hochschulen in der Ruhrmetropole beschäftigt. Alleine die TU ist mit rund 6.200 Mitarbeitern einer der größten Arbeitgeber in der Stadt.

Die Hochschulen und Forschungseinrichtungen nehmen zudem eine wichtige Position für den Strukturwandel innerhalb der Region ein: Jährlich absolvieren rund 5.000 Studierende ihren Hochschulabschluss, davon bleiben rund 60 Prozent in



Foto: Roland Baage

Die TU Dortmund nutzt Räume im Kulturzentrum Dortmunder U, das mitten in der Stadt gelegen ist, für verschiedene Veranstaltungen

der Region. Daraus zogen die Verantwortlichen an der **TH** und FH Dortmund sowie der Stadt die Schlussfolgerung: Weil die Hochschulen eine zentrale Rolle in der Stadt und der Region spielen, müssen sie stärker von den Bürgern wahrgenommen werden und auch mit ihnen in Interaktion treten. „Dortmund ist ein wichtiger Wissenschaftsstandort, das wollen wir mit dem Masterplan ins öffentliche Bewusstsein heben, sowohl lokal als auch überregional“, erklärt Welzel.

Besonders viel Wert legten die Initiatoren auf die gemeinsame Ausarbeitung des Masterplans. 120 Vertreter aus verschiedenen wissenschaftlichen, städtischen, wirtschaftlichen und kulturellen Einrichtungen haben an der Formulierung des Konzeptes gearbeitet. In Arbeitsgruppen haben die Akteure von März bis September 2012 über mögliche Maßnahmen diskutiert. Die Ergebnisse wurden von dem Moderator Prof. Detlef Müller-Böling, Altrector der TU Dortmund und ehemals Leiter des Centrum für Hochschulentwicklung (CHE), und einem Lenkungskreis zusammengeführt. Anfang 2013 unterzeichneten 19 Einrichtungen den Masterplan. Der Stadtrat verabschiedete das Maßnahmenpaket im Juni 2013. Der geplante Aktionszeitraum startete 2013 und soll noch bis 2020 laufen.

GEMEINSAM HANDLUNGSFELDER IDENTIFIZIEREN

Der Masterplan enthält rund 100 Maßnahmen in sechs Handlungsfeldern. Dazu zählen das Marketing für den Wissenschaftsstandort Dortmund auszuweiten, den Campus weiter-

zuentwickeln, Kompetenzfelder in der Forschung zu etablieren, Wissenschaft fördernde Rahmenbedingungen zu schaffen, Wissenschaft und Stadtgesellschaft miteinander zu verzahnen sowie Wissenschaft und Wirtschaft zu vernetzen. Etwa ein Drittel der 100 Maßnahmen des Masterplans wurde seit 2013 umgesetzt, 95 Prozent der geplanten Aktionen sind bereits gestartet. Die Aktionen und Projekte des Masterplans richten sich an die Zielgruppen Wissenschaft, Bürger, Kinder und Studieninteressierte, Presse, Kommunalpolitik, Kultureinrichtungen und Wirtschaft.

Die Maßnahmen sind dabei sehr vielfältig und breitgefächert. Sie reichen von gemeinsamen Berufungen im Kompetenzfeld Wirkstoffforschung über eine verbesserte



Foto: Stefanie Kleinmann

Der „Masterplan Wissenschaft“ wurde 2013 von 19 Institutionen unterzeichnet. Dieser umfasst rund 100 Maßnahmen in sechs Handlungsfeldern



Verleihung des „Preises für Hochschulkommunikation 2015“ (v.l.): Katrin Rehak, Robert Bosch Stiftung; Prof. Wilhelm Schwick, FH Dortmund; Prof. Barbara Welzel, TU Dortmund; Mechtild Heikenfeld, Stadt Dortmund; Martin Spiewak, Die Zeit; Prof. Horst Hippler, HRK

Ausschilderung des Campus und ein Dual-Career-Netzwerk zwischen Wissenschaft und Wirtschaft bis hin zu kostenlosen Theaterkarten für Studierende.

MARKETING FÜR DIE WISSENSCHAFTSSTADT

Zudem gibt es eine Reihe an Maßnahmen für die Vermarktung des Masterplans und die Einbeziehung der Bürger. Dazu wurde zunächst der Arbeitskreis „Öffentlichkeitsarbeit“ mit Vertretern der Hochschulen und der Stadt gebildet. Zu den Marketingmaßnahmen zählt zum Beispiel der Launch einer zentralen zweisprachigen (Deutsch und Englisch) Website für die Wissenschaft, auf der die wissenschaftlichen Einrichtungen und ihre Angebote in der Stadt vorgestellt werden.

Darüber hinaus wurde ein neues Logo für die Wissenschaftsstadt Dortmund entwickelt. Mit dem Slogan „Dortmund. Eine Stadt. Viel Wissen“ will sich die Stadt und ihre Forschungseinrichtung in Zukunft präsentieren. Die Wort-Bild-Marke ist Teil der Imagekampagne „Dortmund überrascht. Dich.“. Verantwortlich dafür zeichnet der städtische Dienstleister Dortmund Agentur. „Die Imagekampagne basiert auf neun Schwerpunktthemen, die die Außendarstellung Dortmunds in den kommenden Jahren definieren. Jedem dieser Themenfelder ist unter anderem ein Slogan zugeordnet, dessen Grundmuster dem für die geplante Wissenschaftskampagne ausgewählten Slogan entspricht“, erklärt die städtische Wissenschaftsreferentin Heikenfeld. Der neue Slogan soll im kommenden Jahr sukzessive auf alle Medien übertragen werden. Geplant ist auch eine Kampagne für den Wissenschaftsstandort. „Die für 2016/2017 vorgesehene Werbekampagne für die Wissenschaftsstadt Dortmund ist nicht als Plakat- und Zeitungskampagne, sondern als virale Werbekampagne 2.0 geplant und soll mit authentischen Berichten aus der Wissenschaft vor allem jüngere Zielgruppen ansprechen“, so Heikenfeld.

WISSENSCHAFT IN DER STADT

Mit dem neuen Slogan sollen die wissenschaftlichen Einrichtungen auch innerhalb der Stadt bekannter werden. In Zukunft werden bereits erfolgreiche Veranstaltungen wie die Kinder-Uni oder der Tag der offenen Tür weiter ausgebaut. Zudem sollen die Hochschulen innerhalb der Stadt präsenter

werden. Im Kulturzentrum Dortmunder U, mitten in der Innenstadt angesiedelt, belegt die Technische Universität Räumlichkeiten. In dem sogenannten „Campus Stadt“ bietet die Hochschule Veranstaltungen für Bürger, Studierende und Forscher an. Außerdem finden Ausstellungen der TU im Dortmunder U statt. Außerdem werden Konzepte entwickelt, die Bürger über interne Prozesse an den Hochschulen

MASTERPLAN WISSENSCHAFT DORTMUND

2011 initiierten die Technische Universität und die Fachhochschule Dortmund gemeinsam mit der Stadt den „Masterplan Wissenschaft“ mit dem Ziel, Dortmund zu einer Wissenschaftsstadt auszubauen. 2013 beschloss der Stadtrat die Umsetzung des Plans. Der Masterplan enthält 100 Maßnahmen in sechs Handlungsfeldern.

Die Handlungsfelder umfassen:

- wissenschaftliche Kompetenzfelder etablieren
- Campusentwicklung vorantreiben
- wissenschaftsfördernde Rahmenbedingungen schaffen
- Wissenschaft und Stadtgesellschaft vernetzen
- Wissenschaft und Wirtschaft verbinden
- Marketing für den Wissenschaftsstandort ausweiten

Etwa ein Drittel der Maßnahmen wurden bereits 2013 umgesetzt, 95 Prozent der Projekte sind bereits gestartet. Der Plan richtet sich an die Zielgruppen Wissenschaft, Bürger, Kinder und Studieninteressierte, Presse, Kommunalpolitik, Kultureinrichtungen und Wirtschaft. In Zukunft will sich der Wissenschaftsstandort mit dem Slogan „Dortmund. Eine Stadt. Viel Wissen“ vermarkten.

Der Masterplan läuft noch bis 2020. Die umgesetzten Maßnahmen sollen aber darüber hinaus fortgesetzt werden.

Das neue Logo soll 2016 sukzessive eingesetzt werden

DORTMUND.
EINE STADT. VIEL WISSEN.

informieren. Dies soll über elektronische Informationstafeln geschehen, die in der Stadt aufgestellt werden.

Die verschiedenen Maßnahmen sollen vor allem die Sichtbarkeit der Hochschulen erhöhen und Identifikationsmöglichkeiten schaffen. „Der Stadt wird durch die Zusammenarbeit beim ‚Masterplan Wissenschaft‘ bewusst, wie breit das Spektrum an Wissenschaftseinrichtungen ist und wie Synergieeffekte zu fördern sind“, erklärt Prof. Dr. Wilhelm Schwick, Rektor der FH Dortmund, der ebenfalls den Masterplan betreut.

AUSGEZEICHNETER MASTERPLAN

Die Umsetzung der verschiedenen Projekte und Maßnahmen, die in dem Masterplan gebündelt sind, ist ambitioniert. Dass es aber gelingen kann, zeigen die ersten erfolgreich gestalteten Maßnahmen. Dafür wurden die beiden beteiligten Hochschulen und die Stadt Dortmund mit dem diesjährigen „Preis für Hochschulkommunikation“ geehrt. Am 9. November 2015 verlieh die Hochschulrektorenkonferenz (HRK), Bonn, und die Hamburger Zeit-Verlagsgruppe den mit 25.000 Euro dotierten Preis in der Kieler Kunsthalle. Die Robert Bosch Stiftung in Stuttgart fungierte zum sechsten Mal als Sponsor. Die diesjährige Auszeichnung stand unter dem Motto „Unsere Hochschule – unsere Stadt“ – das fast maßge-

schneidert für den „Masterplan Wissenschaft“ war. Die Jury würdigte die Kommunikationsleistungen der Technischen Universität und der Fachhochschule Dortmund. Beide Hochschulen vermittelten ihre Bedeutung für Stadt und Region gemeinsam und vorbildlich. Ihre Aktivitäten förderten die Vernetzung von Wissenschaft mit Stadt und Region „durch strategisch entwickelte, standortadäquate, zielgruppenorientierte und langfristig angelegte Kommunikationsmaßnahmen“, hieß es in der Würdigung. Die Jury lobte die enge Kooperation mit einer großen Zahl kommunaler Partner und die angestrebte Nachhaltigkeit des Vorgehens. Auch der „besondere Mut der Hochschulen, den Masterplan gemeinsam mit der Stadt zu entwickeln“ wurde von dem Laudator Michael Dreier, Bürgermeister der Stadt Paderborn, betont. „Mit dem Masterplan Wissenschaft ist uns in Dortmund ein Schulterchluss gelungen, um die Stadt als Wissenschaftsstandort gemeinsam weiterzuentwickeln“, erklärt Rektor Schwick.

Obwohl der Masterplan ausgezeichnet wurde, wollen sich die Akteure nicht auf den Lorbeeren ausruhen. Die umgesetzten Maßnahmen sollen auch über das offizielle Ende des Masterplans 2020 hinaus bestehen bleiben und weiter ausgebaut werden. Damit die Vision von der Wissenschaftsstadt Dortmund Wirklichkeit wird. (rh)

- Anzeige -

www.krebshilfe.de

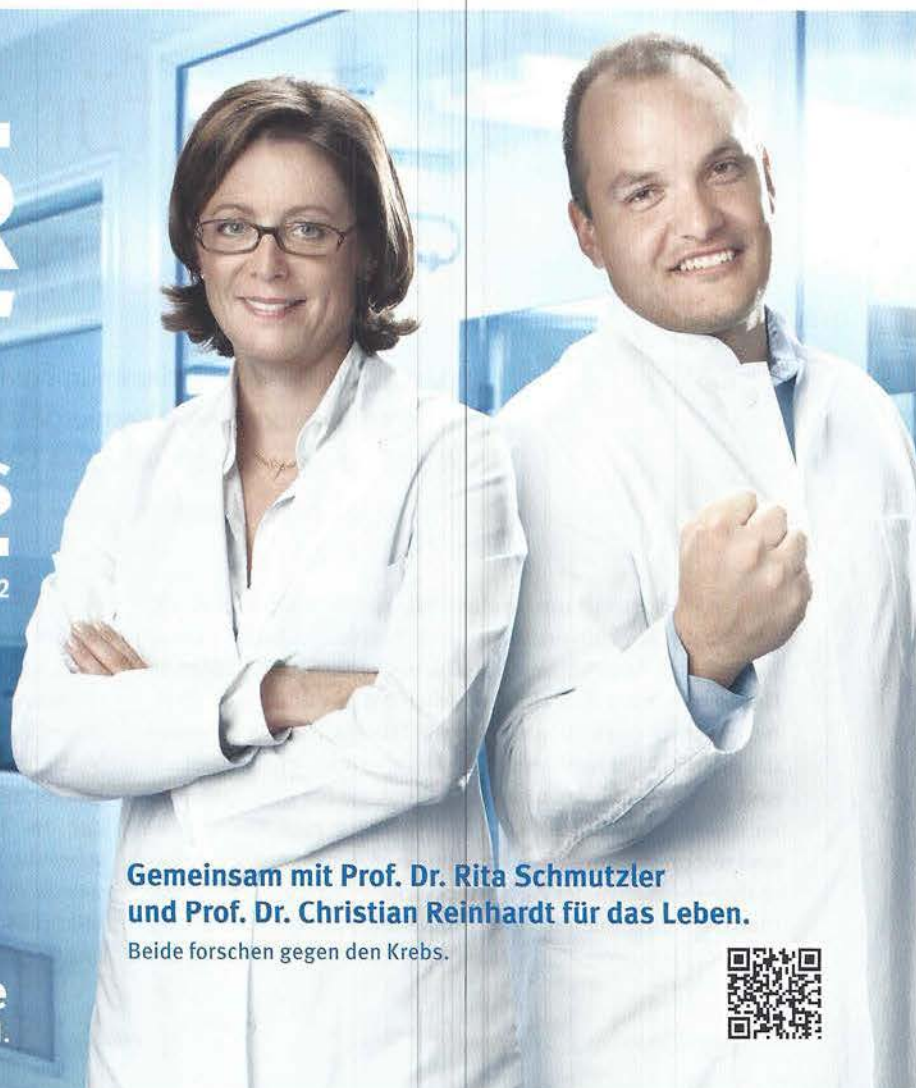
MIT ALLER KRAFT GEGEN DEN KREBS

SPENDENKONTO IBAN: DE23 3705 0299 0000 8282 82

Forschung ist die stärkste Waffe im Kampf gegen den Krebs – ohne sie gibt es keinen Fortschritt. Die Deutsche Krebshilfe unterstützt zahlreiche Projekte renommierter Wissenschaftler. Ihre Forschung bringt die Krebsmedizin in Deutschland langfristig voran. Denn nur so erhalten die Patienten die bestmögliche Behandlung.

Mehr Informationen und Beratung erhalten Sie auch unter (02 28) 7 29 90-0.

 **Deutsche Krebshilfe**
HELFEN. FORSCHEN. INFORMIEREN.



**Gemeinsam mit Prof. Dr. Rita Schmutzler
und Prof. Dr. Christian Reinhardt für das Leben.**

Beide forschen gegen den Krebs.

