RN 31. 12. 1991



Die Universität Dortmund in Zeiten knapper Kassen und überfüllter Hörsäle:

# Individualisten ringen um Wir-Gefühl

Von GABY KOLLE

„Gemeinsam sind wir stark" – nicht gerade ein Motto für die zahlreichen Individualisten an der Universität. Doch nur so kann die Hochschule die Herausforderungen der Zukunft meistern, den Anforderungen in Forschung und Lehre genügen und im europäischen Wettbewerb bestehen. Das meint Uni-Rektor Prof. Dr. Detlef Müller-Böling, vor seiner Zeit an der Uni-Spitze – Einzelkämpfer.

Seit eindreiviertel Jahren propagiert er das Wir-Gefühl auf dem Campus, die Gemeinschaft von Lehrenden und Lernenden, Wissenschaftlern, Studenten und nichtwissenschaftlichen Mitarbeitern. Doch noch wartet der passionierte Segler und Hochschul-Kapitän auf die kräftige Brise, die den Teamgeist um das Flaggschiff des Strukturwandels wehen läßt.

Einiges hat er sich dazu einfallen lassen, damit jeder und jede spürt und sieht, daß er oder sie dazu gehört. Angefangen bei den „Uni-Formen", Sweat-Shirts und Jogging-Anzügen mit dem eigens entworfenen Hochschul-Logo. Mannschaftskleidung für den Teamgeist, die der Image-Schneider der Ideenschmiede nicht nur für den Kammerchor und die Sportgruppen der Hochschule fertigen ließ.

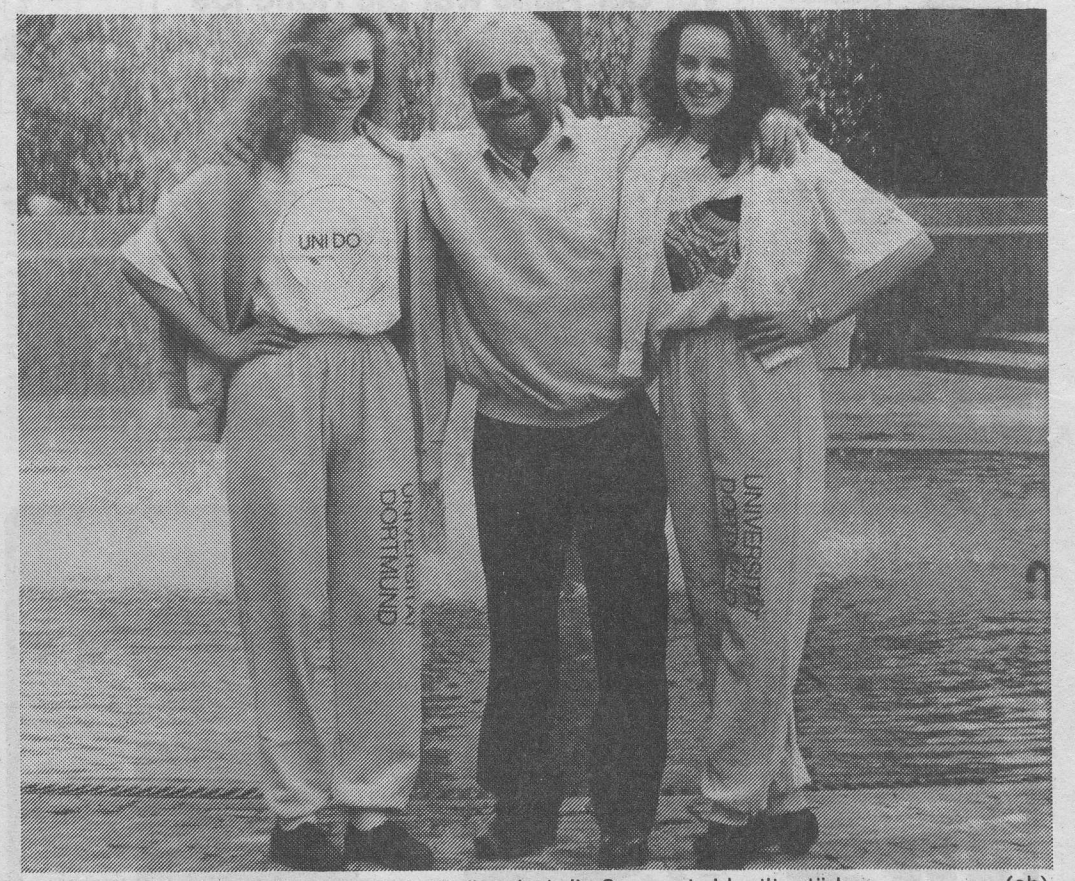
Stille, weniger öffentlichkeitswirksame Aktionen gehören ebenfalls zu Müller-Bölings Repertoire beim Aufbau der „Corporate Identity": Am Heiligen Abend sang der Rektor den diensttuenden Pförtnern ein besinnliches Weihnachtslied.

Auch die Wiederbelebung der Hochschulkultur soll den Gemeinschaftssinn stärken, akademische Feiern ihn wachsen lassen. Wenn Menschen aus den eigenen Reihen ausgezeichnet werden, können alle mit stolz sein. Werden die Studienanfänger zu Semesterbeginn gemeinsam von der Hochschule begrüßt, fühlen sie sich eher als Teil des Ganzen.

Doch „Wir-Gefühl" läßt sich gestandenen Individualisten nicht verordnen. Schon gar nicht bei Verteilung weiterhin knapper Ressourcen, konstant hohen Studentenzahlen und Lehrstuhl-Umwidmungen zugunsten der Innovation von Studienangeboten. Zündstoff für den Konkurrenzkampf unter den Lehrstühlen und Fachbereichen.

Stur auf altes Recht und liebgewordene Gewohnheiten zu pochen, hat noch nie etwas bewegt. Einfallsreichtum ist gefragt, Ideen, wie sich angesichts leerer Kassen der öffentlichen Hand andere Geldquellen erschließen lassen. Dafür wirbt der Wirtschaftswissenschaftler Müller-Böling mit Hobby-Marketing und macht immer wieder vor, wie es geht. Jüngstes Beispiel ist der bundesweit erste Stiftungslehrstuhl Entrepreneurship für Gastwissenschaftler, finanziert von der Stadtsparkasse.

Doch Kehrseite des Erfolgs ist der Neid – auch an einer Universität. Und Neid ist bekanntlich einem aufrichtigen Wir-Gefühl nicht gerade förderlich. Nach Oscar Wilde: „Dein Erfolg enthält immer etwas, das selbst deinen besten Freunden mißfällt." Der Rektor in der Zwickmühle? Der Erfolg gibt ihm jedenfalls recht.




Auch mit diesen „Uni-Formen" will der Rektor (m.) die Corporate Identity stärken. (ah)