

Dokumentation des Workshops

Thema: „Hochschule und Standort“ in Koblenz
Datum: Freitag, 9. November 2018, von 9:00 bis 14:00 Uhr
Ort: WHU – Otto Beisheim School of Management, Burgplatz 2, 56179 Vallendar
Moderation: Prof. Dr. Michael Hölscher
Deutsche Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer
Heike Arend
Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP)
Protokoll: Daniela Hartmann, Paulina Kaup, Nora Regös, Simon Sterbenk

Programm

9:00 Uhr **Begrüßung**
Prof. Dr. Christian Andres
*Professor of Empirical Corporate Finance at
WHU – Otto Beisheim School of
Management*
Prof. Dr. Michael Hölscher
Deutsche Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer



9:15 Uhr **Impulsvorträge**
Neue Wege in der Wissenschaftskommunikation
Ilka Bickmann
*Vorstandsvorsitzende von science2public®
Gesellschaft für Wissenschaftskommunikation e.V.*
Die „Koblenzer Wochen der Demokratie“
Dr. Miriam Voigt
*Wissenschaftliche Mitarbeiterin - Integrierte Entwicklungsstrategie für die Region
Koblenz*

Die „MINT-Region“
Tim Thielen
Leiter der MINT Geschäftsstelle Rheinland-Pfalz

10:15 Uhr **Workshops in drei Kleingruppen**
Status-quo und Entwicklungsmöglichkeiten
Zielvorstellungen, Strategien und Maßnahmen

12:30 Uhr **Mittagessen**

13:00 Uhr **Präsentation der Ergebnisse**

14:00 Uhr **Schlusswort**
Heike Arend
Geschäftsführerin der ZIRP

Impulsvorträge

Neue Wege in der Wissenschaftskommunikation

Ilka Bickmann, *Vorstandsvorsitzende von science2public® - Gesellschaft für Wissenschaftskommunikation e.V.*



Nach einer kurzen Vorstellung ihres Vereins „science2public - Gesellschaft für Wissenschaftskommunikation e.V.“ (<https://www.science2public.com/>), erläuterte Frau Ilka Bickmann am konkreten Beispiel „Halle auf dem Weg zur Zukunftsstadt 2050 (Projekt des Bundes, Forschung für Nachhaltige Entwicklung (FONA))“, wie die Wissenschaftskommunikation gestärkt werden kann. Darüber hinaus informierte Frau Bickmann über den Strategiekreis WISTA – Wissenschaft in der Stadt. Es handle

sich um eine bundesweite Initiative, die die strategische Vermittlung von Wissenschaft in der Stadt fördere, eine räumliche Verortung der Wissenschaft mitten in der Gesellschaft einfordere und umsetzen wolle. Ausgangspunkt des Strategiekreises seien die 2005 gestarteten „Häuser der Wissenschaft“.

Die „Koblenzer Wochen der Demokratie“

Dr. Miriam Voigt, *Wissenschaftliche Mitarbeiterin - Integrierte Entwicklungsstrategie für die Region Koblenz, Universität Koblenz-Landau*



Frau Dr. Voigt stellte die „Koblenzer Wochen der Demokratie“ (<http://wozu-demokratie.de/>) vor, die 2018 erstmals ausgerichtet wurden. Gemeinsam mit ca. 25 Akteuren und Akteurinnen (Theater Koblenz, JuKuWe, SWR3 etc.) habe man zahlreiche Veranstaltungen in ganz unterschiedlichen Veranstaltungsformaten angeboten. Die Veranstaltungen seien sehr gut besucht gewesen und von den Beteiligten habe man ein positives Feedback erhalten. Gering sei hingegen die mediale Aufmerksamkeit gewesen,

auch habe es negative Berichterstattung, insbesondere zur Abschlussveranstaltung, gegeben. Frau Dr. Voigt präsentierte verschiedene Überlegungen zur Weiterentwicklung der Koblenzer Wochen der Demokratie und informierte, dass im kommenden Jahr die Veranstaltung unter dem Motto „Wozu Demokratie? Weil wir die Wahl haben!“ fortgesetzt werden würde.

Die „MINT-Region“

Tim Thielen, *Leiter der MINT Geschäftsstelle Rheinland-Pfalz*



Über die Aufgaben und Angebote der im April 2018 neu geschaffenen MINT Geschäftsstelle Rheinland Pfalz (<https://mint.rlp.de/de/geschaeftsstelle/>) berichtete Herr Tim Thielen. Neben der Beratung zu Fördermöglichkeiten und Schnittstellen seien dies auch Qualifizierungs- und Vernetzungsangebote. Herr Thielen warb ferner für den aktuellen Förderwettbewerb zu MINT-Regionen als Impuls zur Regionalentwicklung (gefördert durch die Ministerien Bildung, Wissenschaft, Wirtschaft) und zeigte dessen

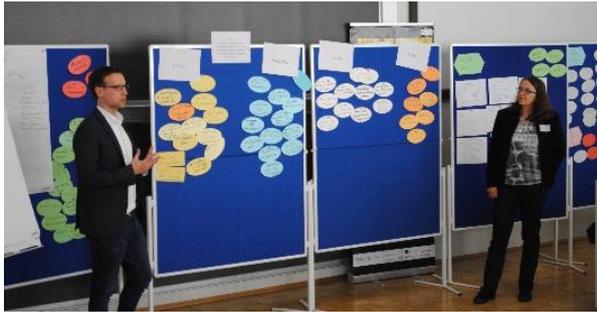
Förderkriterien und Ziele auf. Im Rahmen des Wettbewerbs sollen bis zu acht neue MINT-Regionen (Zeitraum 2018 – 2021) gefördert werden, die sich durch eine enge Zusammenarbeit der Kooperationspartner aus den Bereichen Schule, Hochschule, Kommune und regionale Wirtschaft auszeichnen.

Workshops

Die Impulsvorträge bildeten die Basis für die drei folgenden Workshops, deren Themen in einem Vorgespräch mit dem Oberbürgermeister, der Wirtschaftsförderung, den Präsidenten der vier Koblenzer Hochschulen und weiteren Vertretern und Vertreterinnen aus Stadtverwaltung und Hochschulen als besonders relevant identifiziert worden waren.

Ergebnisse Workshop I: Koblenz als MINT-Region

Tim Thielen & Dr. Editha Marquardt



Im Workshop von Herrn Thielen und Frau Dr. Marquardt wurde mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine SWOT-Analyse durchgeführt. Ziel der SWOT-Analyse ist, die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Vorhabens, Koblenz als MINT-Region zu positionieren, zu erfassen und darzustellen. Dabei war es wichtig, die unterschiedlichen Perspektiven verschiedener Akteure (Schulen, Bildungseinrichtungen, Stadtverwaltung, Hochschulen etc.) zu integrieren. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt beschreiben:

Stärken

- Vielzahl an Arbeitgebern (Unternehmen, Gesundheitswesen etc.) im MINT-Bereich
- Regionale Ausbildungsschwerpunkte im MINT-Bereich
 - o Berufsbildende Schulen (Carl Benz Schule - BBS Technik Koblenz)
 - o Duale Ausbildung/Studium
- Verschiedene Angebote für Kinder und Jugendliche zur Heranführung an MINT
 - o „Kinder Technik Ferien Camps“ der Universität Koblenz-Landau
 - o Girls Day
- Koblenz als Region der kurzen Wege
- Ausprägte Gesundheitsversorgung --> auch in Gesundheitsbranche wird MINT-Fachkräfte-Bedarf steigen
- Wachsende IT-Gründerszene (IT.Stadt Koblenz e.V.)

Schwächen

- Breites Angebot an Initiativen/Einrichtungen --> Koordinationsstelle fehlt, die
 - o Kommunikation unter Hochschulen, Schulen, Wirtschaft, Stadt und Initiativen stärkt
 - o Angebote bündelt und Kommunikation nach außen gestaltet
- Nicht ausreichende Angebote zur Schul- und Berufsorientierung im MINT-Bereich
- Unzureichende Ausstattung an Schulen
- Verkehrsanbindung in benachbarte ländliche Regionen

Chancen

- Dachmarke MINT etablieren und kommunizieren (Koordinationsstelle einrichten)
- Kommunikation nach außen stärken über:
 - o Einrichtung eines Science Centers/Haus der Wissenschaft? Geeignet im Sinne von Bottom-up-Ansatz: ISSO (Institute for Social and Sustainable Oikonomics) im Dreikönigenhaus Koblenz
 - o Veranstaltungen wie MINT-Messe der Hochschule Koblenz öfter anbieten
 - o Schulen übergreifende Infoveranstaltungen; ABER: Zielgruppengerecht aufarbeiten (z.B. weniger Vorträge) und gezieltere Ansprache, besonders an Frauen
 - o Informationsangebote für Eltern
 - o Zusammenarbeit mit Agentur für Arbeit stärken

- Einrichtung von „Maker-Spaces“ (öffentliche Werkstätten im MINT-Bereich) zur Heranführung an Anwendungen
- Einführung von MINT-Zertifikaten / „MINT-Führerscheinen“ für Bewerbungsphasen
- Attraktivität des Standorts kommunizieren

Risiken

- Abwanderung von Fachkräften aus der Region
- Langfristige Entwicklung anstoßen, nicht kurzfristigen, politischen Trends folgen
- Keine deutliche Abgrenzung des MINT-Bereichs zu anderen Fächern; Begrifflichkeit

Ergebnisse Workshop II: MINT-Kleingruppe

Ilka Bickmann & Dr. Rubina Zern-Breuer



In der zweiten MINT-Kleingruppe, moderiert von Frau Bickmann und Frau Dr. Zern-Breuer, wurde zuerst der Status-quo zum Thema „Koblenz als MINT-Region“ besprochen. Dabei wurde insbesondere folgenden Fragen nachgegangen: Wer ist bereits dabei? Welche Organisationen und Akteure und Akteurinnen sollten noch mitgenommen werden? Wie gelingt Partizipation in anderen Städten und Regionen? Der thematische

Fokus wurde insbesondere auf die Zivilgesellschaft und den Bildungs- und Arbeitsmarkt gelegt. Im zweiten Teil des Workshops wurde in Kleingruppen an konkreten Projektideen gearbeitet.

Status-quo

- Vielzahl an Angeboten im MINT-Bereich:
 - o Martin-Görlitz Stiftung EUS (Energie-Umwelt-Soziales)
 - o ISSO (Institute for Social and Sustainable Oikonomics) – Impulsgeber für Nachhaltigkeit, Brückenbauer Wissenschaft + Gesellschaft
 - o E-Labs – Experimente-Labor der Universität Koblenz-Landau
 - o 9 Jahre Solar Campus
 - o Talentförderung durch die Technik Camps der Universität Koblenz-Landau
 - o Klimaforscher und -forscherinnen, Grundschüler und -schülerinnen als aktive Klimaschützer (Bund Initiative)
 - o Schaufenster Baukultur Koblenz („Gestaltung-Stadtentwicklung-Partizipation“)
- Projekte / Kooperationen mit Hochschulen:
 - o Stadt-Quartiersentwicklung im Dreikönigenhaus
 - o Kinder-Uni an der Universität Koblenz-Landau und der Hochschule Koblenz
 - o WWA - Wirtschaft- und Wissenschaftsallianz Koblenz
- GBB – Bad Neuenahr-Ahrweiler + Koblenz (Fachkräfte + Wiedereinsteiger)
- Das Europe Direct Netzwerk – Kompetenzbüro

Entwicklungsmöglichkeiten

- Berufsbegleitende Fernstudiengänge im MINT-Bereich am Hochschulstandort Koblenz noch ausbaufähig
- Städtepartnerschaften (Dt-Fr-Gesellschaft, persönliche Kontakte in EU + außer EU) nutzen
- Sichtbarkeit der Hochschulen in der Altstadt durch die Weiterentwicklung des Dreikönigenhauses weiter stärken

Risiken / Probleme

- §85, Abs. 1, Nr. 3, Gemeindeordnung in RLP (Nach der sog. „verschärften“ Subsidiaritätsklausel ist die kommunalwirtschaftliche Tätigkeit nur dann zugelassen, wenn der öffentliche Zweck nicht ebenso gut und wirtschaftlich durch einen privaten Dritten erfüllt wird oder erfüllt werden kann.)
- Wie bekommt man die Unternehmen zur Förderung?
- Wie schafft man dauerhafte Strukturen? vs. politische Rahmenbedingungen + mangelnder Wissenstransfer

Übergreifendes Ziel:

- Netzwerkstrukturen schaffen
- Doppelstrukturen vermeiden

Projektideen / Aktivitäten:

- Zusätzliche Räumlichkeiten und Ressourcen für die Technik Camps der Universität Koblenz-Landau / Kinder-Uni
- Vernetzung mit Agentur für Arbeit zur Fachkräftequalifizierung: Bedarf an Qualifizierung von Akademikern und Akademikerinnen im MINT-Bereich ermitteln und gemeinsam mit Hochschulen berufsbegleitende Qualifizierungsangebote entwickeln (*siehe ähnliche Vorhaben*: E^B - Bildung als Exponent individueller und regionaler Entwicklung in Kaiserslautern - <http://e-hoch-b.de/>)
- MINT-Bus: verschiedene MINT-Bereiche mobilgemacht (z.B. Fischertechnik, Minekraft, Lego)
- Einrichtung einer Anlaufstelle für eine bessere Zusammenarbeit mit anderen Projekten: feste Stelle für MINT-Projekte; Zusammenarbeit mit MS Wissenschaft (BMBF und Wissenschaft im Dialog gGmbH)
- Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE): Projekt an außerschulischen Lernorten „Energie Campus Innovativ“: ½ Projektphase in der Schule; Aktionstag mit Wettbewerb der Schüler und Schülerinnen
- Technisches Gymnasium allgemeinbildend
- Schülerforschungszentrum FAB-LAB, MAKERSPACE: Ein Raum für Talente, Maker, Tüftler und Bastler, ... (wie eine Musikschule für Technik, IT, etc.)
- Digitale Plattform: Anmeldeplattform für sämtliche MINT-Projekte in der Region



Ergebnisse Workshop III: Koblenzer Wochen der Demokratie

Professor Dr. Michael Hölscher & Bernd F. Schneider



Anknüpfend an den Impulsvortrag von Frau Dr. Voigt wurde eine ergänzende Problemanalyse durchgeführt. Neben dem „Medienecho“ bildeten Fragen zur weiteren Diversifizierung der Teilnehmer und Teilnehmerinnen ein zweites zentrales Cluster.

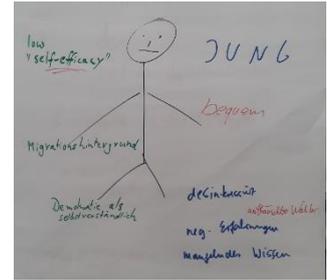
Hierzu wurde zunächst auf eine spezifische Gruppe fokussiert, die sich aus dem Ziel einer Erhöhung der

Wahlbeteiligung (Thema der Demokratiewochen in 2019) ergab:

Definition der Zielgruppe

Während die Teilnehmer und Teilnehmerinnen der Wochen der Demokratie möglichst vielfältig sein sollen, wurde im Workshop eine spezifische Zielgruppe definiert, die sonst eher selten zu Veranstaltungen dieser Art geht, um hier bewusst eine bessere Beteiligung zu erzielen.

Mögliche Zielgruppenmerkmale: Jung, bequem, desinteressiert, enttäuschte Wähler, negative Erfahrungen, mangelndes Wissen, Demokratie als selbstverständlich, evtl. Migrationshintergrund, Einschätzung, dass man selbst relativ wenig verändern kann (sogenannte „low self-efficacy“).



Eine Arbeitsgruppe vertiefte daraufhin die Fragestellung, wie diese Zielgruppe angesprochen werden kann. Eine zweite Arbeitsgruppe diskutierte, wie die mediale Wahrnehmbarkeit der Koblenzer Wochen der Demokratie insgesamt gesteigert werden kann.

Arbeitsgruppe 1: Wie kann die oben definierte Zielgruppe erreicht werden?

Ergebnisse Brainstorming:

- Nicht erreichbar
- „Abholen“
- An Veranstaltungen anknüpfen (z.B. Shopping-Night)
- Es muss unterhalten
- Partizipation (Angebote attraktiv und passender gestalten)
- Vortragende aus der Zielgruppe
- Konkrete Ziele durch Veranstaltungen erreichen/erarbeiten
- Vorteil/Wert muss für Einzelnen erkennbar sein
- Diskussion in Flüchtlingsheim
- Wahl der Kooperationspartner: zusätzlich Wohlfahrtsverbände (Caritas, Diakonie etc.), Vereine, Wirtschaft, Influencer, Kiosk
- Mehr zivilgesellschaftliche Akteure, mehr an die Basis: Nachbarschaftshilfe, Soziale Stadt, Quartiersmanagement, Tafel

Ergebniszusammenfassung:

- Neue Veranstaltungsformate, die Demokratie konkret erlebbar machen, an neuen Orten zu neuen Zeiten und die neuen Rahmenbedingungen berücksichtigen (z.B. Kinderbetreuungsangebot während Veranstaltung)
 - Veranstaltungsbeispiel: „Ritterinnen der Tafelrunde“ ist eine Veranstaltung in einer Einrichtung der Tafel, um dortige Gäste mit passendem Thema anzusprechen
- Ausweitung der Kooperationspartner auf zusätzliche zivilgesellschaftliche Akteure und weitere gesellschaftliche Themenfelder

Arbeitsgruppe 2: Wie kann die mediale Wahrnehmbarkeit der Koblenzer Wochen der Demokratie gesteigert werden?

Ergebnisse Brainstorming:

- Verschiedene Gruppen als Inputgeber (z.B. Schüler und Schülerinnen, Leserbriefe, Seniorenclub)
- Influencer
- Vielfalt der Kanäle nutzen
- Pressemitteilung vorschreiben
- Überregionale Medien ansprechen
- Social Media, Storytelling/Narrative (RZ: Person im Mittelpunkt)
- großer Auftakt/Abschlussevent im Sinne von „Leuchttürmen“
- Kontroverse schaffen
- spannende Formate für Medien bieten
- Koordination verbessern
- individuelle Medienbetreuung
- Medienpartner früh einbinden
- Ansprache der Medien auf höherer Ebene (Oberbürgermeister etc.)

Die Arbeitsgruppe wählte „Influencer“ für eine vertiefende Betrachtung (auch im Hinblick auf die vorab definierte Zielgruppe) und erarbeitete konkrete Aspekte, die bei der Auswahl und dem Einsatz eines Influencers zu beachten wären. Bereitschaft zur Unterstützung kann z.B. kommen aus:

- Intrinsischer Motivation
- „Bühne“ für die Selbstdarstellung
- Demokratiebezug des Bloggers

Wie können passende Influencer identifiziert werden?

- Kooperationspartner aus der Jugend
- Breit streuen (mehrere ansprechen)

Ergebniszusammenfassung:

Ausbau der Social Media-Aktivitäten, insbesondere durch Rekrutierung eines Influencers.

Literaturhinweis zur Wirksamkeit von Influencern:

<https://www.inverse.com/article/49721-did-taylor-swift-really-make-more-voters-register>

Kurzbeschreibung: Ausgehend von mehreren wissenschaftlichen Quellen weist der Autor darauf hin, wie erfolgreich der Instagram-Post von Taylor Swift bei der US-Kandidatur am 7. Oktober 2018 war.

Gerne erhalten Sie weitere Literaturhinweise oder Zusammenfassungen einschlägiger Artikel über Frau Nora Regös (regoes@uni-speyer.de).

