

Antrag der Fraktion der CDU

Übergreifende Marketingstrategie der Hochschullandschaft im Land Bremen entwickeln und umsetzen!

Das Bundesland Bremen verfügt mit seinen vier öffentlichen Universitäten und Hochschulen sowie fünf privaten Lehreinrichtungen über eine vielfältige Hochschullandschaft. Die diversen universitären und außeruniversitären Forschungseinrichtungen machen Bremen und Bremerhaven zu einem der bedeutendsten Wissenschaftsstandorte in Deutschland. Verwunderlich ist es daher, dass im Land Bremen kein ganzheitlicher Ansatz des hochschulübergreifenden Marketings verfolgt wird, um Studieninteressierte aus der Region, aus ganz Deutschland und der Welt für ein Studium in unserem Bundesland zu begeistern und so zur Fachkräftesicherung heute und morgen beizutragen. Erst kürzlich bei einer Sitzung des Ausschusses für Wissenschaft, Medien, Datenschutz und Informationsfreiheit im Mai 2022 wurde die mangelnde Vermarktung der Hochschullandschaft erneut thematisiert und kritisiert. Dabei könnte Bremens ausgezeichnete Hochschullandschaft durch ein gemeinsames Marketing deutlich mehr Strahlkraft nach innen und außen gewinnen. Insbesondere die Bearbeitung zukunftsrelevanter Themen an den Hochschulen in Lehre und Forschung, wie etwa der Bekämpfung des Klimawandels, könnte besser als bislang präsentiert werden und so dem Hochschulstandort Bremen Aufschub geben. In diesem Zusammenhang ist die Initiative U Bremen Research Alliance positiv hervorzuheben, die darauf abzielt, die Universität Bremen mit zwölf außeruniversitären Forschungseinrichtungen im Bereich Forschung besser zu vernetzen. Neben der Darstellung von gemeinsamen Forschungsaktivitäten, zum Beispiel im Bereich der Künstlichen Intelligenz, werden beispielsweise auch Promotionsinteressierte und der wissenschaftliche Nachwuchs durch gemeinsame Programme und Angebote der Universität Bremen und der außeruniversitären Forschungseinrichtungen gezielt angeworben.

In einem Vergleich mit der Vermarktung der Hochschullandschaften in anderen Bundesländern wird deutlich, dass einige Bundesländer ihre Hochschullandschaft intensiver vermarkten als Bremen. Vielfach wird ein Netzwerk zwischen den einzelnen Hochschulen mit eigenen Kampagnen und vielfältigen Informations- und Beratungsmöglichkeiten betrieben. Auch Kooperationspartner aus der Region engagieren sich gemeinsam mit den Hochschulen bei der Ansprache von Studieninteressierten. Besonders hervorzuheben sind die Marketingstrategien in Brandenburg und Niedersachsen. Studieninteressierte werden dort gezielt angesprochen, und mit

interaktiven Tools wird für ein Studium in dem einschlägigen Bundesland geworben. Diese umfassen Blogs mit Erfahrungsberichten von Studierenden in dem jeweiligen Bundesland, Social-Media-Auftritte und gemeinsame Stände auf Informationsmessen mit Flyern und Broschüren zum Studium in dem Bundesland und nicht nur an einer gezielten Hochschule. In Niedersachsen gibt es darüber hinaus eine Koordinierungsstelle für Studieninformation und -beratung als gemeinsame zentrale Einrichtung der ansässigen Hochschulen.

Im Land Bremen hingegen lässt die Vermarktung des Studierens allgemein zu wünschen übrig. Fern ab von Kampagnen von einzelnen Hochschulen gibt es keine übergreifende Strategie bzw. Kampagne mit einer zentralen Website für Studieninteressierte, die die gesamte Hochschullandschaft attraktiv, interaktiv und zeitgemäß vermarktet. Die bestehende Webseite zum Studium im Land Bremen (<https://www.bremen.de/wissenschaft/studium>) zeichnet sich im Vergleich zu den gemeinsamen Webseiten zum Studium in den anderen Bundesländern, wie etwa in Niedersachsen (<https://www.studieren-in-niedersachsen.de/>) durch die Unübersichtlichkeit, mangelnde interaktive Angebote und unzureichende Attraktivität aus. Folglich fehlen interaktive Tools oder andere Möglichkeiten, eine persönliche Bindung zur Hochschullandschaft im Bundesland Bremen als Studieninteressierter oder -interessierte herzustellen. Während andere Bundesländer es bereits vormachen, verliert das Land Bremen die Chance, seine Hochschulen und Universitäten populärer zu machen und auf kreative Art und Weise für ein Studium im Land Bremen zu werben. Der Grund dafür sind der mangelnde politische Wille und die strategische Kurzsicht von Rot-Grün-Rot sowie eine unzureichende Unterstützung der Hochschulen seitens des Senats in dieser Frage.

Eine hochschulübergreifende Marketingstrategie, die das Studieren im gesamten Land Bremen in den Fokus nimmt, könnte hier Abhilfe leisten und auch Bremens Wettbewerbsfähigkeit zu den anderen Bundesländern im Kampf um die besten Köpfe erhöhen. Als Inspiration könnten dafür die Netzwerke, Kampagnen sowie Online-Angebote in anderen Bundesländern dienen. Eine bessere Vermarktung der Hochschullandschaft erfordert den Entwurf von kreativen Projekten und Kampagnenideen, um eine authentische Ansprache von Studieninteressierten zu ermöglichen. Dabei muss insbesondere Bremens Rolle als einer der bedeutendsten Wissenschaftsstandorte Deutschlands stärker hervorgehoben werden. Die zahlreichen Forschungseinrichtungen des Landes Bremen, die sich mit relevanten Zukunftsthemen beschäftigen, können bei einem Hochschulmarketing ebenfalls mit einbezogen werden, da diese von den ausgebildeten Fachkräften zukünftig profitieren können. Bremens Potential im Wissenschaftsbereich muss endlich für alle Studieninteressierten durch ein innovatives Marketing sichtbar gemacht werden!

Die Bürgerschaft (Landtag) möge beschließen:

Die Bürgerschaft (Landtag) fordert den Senat auf,

1. Gespräche mit den öffentlichen und privaten Universitäten und Hochschulen sowie weiteren Akteuren, wie etwa den außeruniversitären Forschungseinrichtungen und der U Bremen Research Alliance mit dem Ziel der Erarbeitung und der Umsetzung

einer gemeinsamen Marketingstrategie für die Hochschullandschaft im Land Bremen aufzunehmen, die unter anderem folgende Maßnahmen beinhaltet:

- a) Entwicklung von geeigneten analogen sowie digitalen Projekten, die einen ganzheitlichen Marketingansatz für die Hochschullandschaft im Land Bremen verfolgt,
 - b) Einrichtung einer zentralen Website für Studieninteressierte, die sich durch interaktive Tools, kreative und benutzerfreundliche Gestaltung auszeichnet sowie auch internationale Studieninteressierte ansprechend informiert und berät,
 - c) eine Kampagne, die sich gezielt an Studieninteressierte richtet und auch mit Online-Auftritten unter anderem auf Social-Media-Plattformen für ein Studium im Land Bremen wirbt,
 - d) Darstellung der Aktivitäten der Hochschulen in den zukunftsrelevanten Wissenschaftsbereichen in Lehre und Forschung, wie etwa im Bereich der Künstlichen Intelligenz oder der Bekämpfung des Klimawandels,
2. die Umsetzung der gemeinsamen Marketingstrategie für die Hochschullandschaft im Land Bremen mit finanziellen Mitteln zu unterstützen,
 3. dem Ausschuss für Wissenschaft, Medien, Datenschutz und Informationsfreiheit spätestens sechs Monate nach der Beschlussfassung über die Ergebnisse der Erarbeitung der gemeinsamen Marketingstrategie für die bremische Hochschullandschaft zu berichten und zwölf Monate nach der Beschlussfassung über ihren aktuellen Umsetzungsstand zu berichten.

Susanne Grobien, Heiko Strohmann und Fraktion der CDU