

Studenten-/Wissenschaftsstadt Karlsruhe - Konzept

Stand: Juni 2010

1. Hintergrund

Die Studentenstadt ist ein Projekt des Masterplans 2015. Das Grobkonzept wurde im Dezember 2008 im Gemeinderat beschlossen. Die Stadtmarketing Karlsruhe GmbH wurde vom Gemeinderat beauftragt das Grobkonzept zu detaillieren, Strukturen für einen langfristigen strategischen Prozess zu schaffen und Einzelmaßnahmen zu erarbeiten.

2. Ziel

Die Stadt tritt als Hochschulstadt in den Wettbewerb mit Hochschulstandorten nicht nur in Deutschland, sondern in ganz Europa und darüber hinaus. Die Karlsruher Hochschulen zeichnen sich durch exzellente Forschung und Lehre aus. Die Stadt ist gefordert, Rahmenbedingungen zu gewährleisten, die dieser Spitzenposition entsprechen. Bereits jetzt finden Studierende ein gutes Umfeld. Es bedarf jedoch gewisser Verbesserungen und Anpassungen an geänderte Studienbedingungen, zu denen vor allem die Studiengebühren und die Umstellung der Studiengänge im Rahmen des Bologna-Prozesses zählen. Weiterhin gilt es, die herausragende Position der Hochschulen in Karlsruhe für die Stadt und insbesondere für die Vermarktung und die Stadtentwicklung zu nutzen.

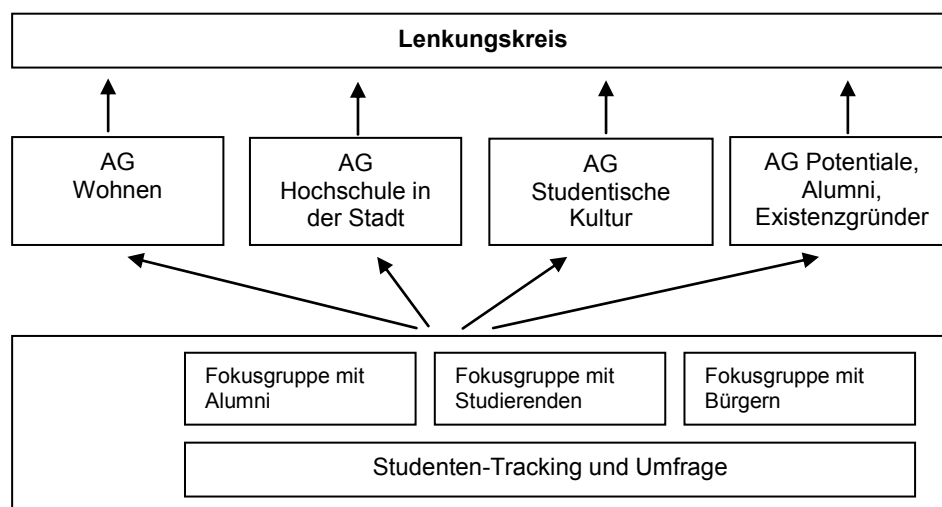
3. Projektbeschreibung „Studentenstadt Karlsruhe“

3.1 Begriffsklärung

Im Rahmen des Projektes wurde das Thema Studentenstadt erweitert um die Zielsetzung, Karlsruhe auch als Wissenschaftsstadt zu etablieren, da sich in Karlsruhe die Bereiche nie trennen lassen und gegenseitig befördern. Gerade durch die Gründung des KIT zeigt sich dieses Zusammenspiel im Alltag der Einrichtungen.

3.2 Vorgehensweise

Die Stadtmarketing Karlsruhe GmbH hat sich nach Befürwortung des Grobkonzeptes durch den Gemeinderat für die Einrichtung folgender Projektstruktur entschieden:



Im ersten Schritt wurden zur Identifizierung der Themenblöcke Fokusgruppenbefragungen durchgeführt. Dadurch gelang eine bessere Einschätzung der unterschiedlichen Blickwinkel von Studierenden, Alumni und Bürgerinnen und Bürger auf das Thema Studentenstadt.



Anfang 2009 wurde ein Lenkungskreis aus Vertreterinnen und Vertretern der Hochschulrektorate, der Studierendenvertreter und der betroffenen Ämter der Stadt gebildet, der langfristig die strategische Projektsteuerung bestimmt. Der Lenkungskreis kam 2009 dreimal zusammen und wird auch in den kommenden Jahren zweimal jährlich unter der Leitung des Stadtmarketings tagen. Der Lenkungskreis verabschiedete in seinem ersten Treffen eine Gliederung des Projektes mit folgenden vier Modulen: „Wohnen“, „Hochschule in der Stadt“, „Studentische Kultur“, „Potentiale, Alumni, Existenzgründer“.

Auf der Arbeitsebene wurde zu jedem Projektmodul eine Arbeitsgruppe von je 10-15 Spezialisten gebildet. Diese Arbeitsgruppen tagten Mitte 2009 je zweimal und erarbeiteten konkrete Maßnahmen für die einzelnen Bereiche. Insgesamt wurden mehr als 100 Projektideen generiert. 19 dieser Projektideen wurden von den Arbeitsgruppen priorisiert, detailliert und dem Lenkungskreis vorgestellt. Bei sieben Projektideen wurde eine kurzfristige Umsetzung vom Lenkungskreis empfohlen.

4. Umfrage und GPS-Tracking

Um harte Fakten zu generieren, wurden 2009 empirische Daten über die Studierenden in Karlsruhe erhoben. Gemeinsam mit dem „Lehrstuhl für Stadtquartiersplanung“ des KIT wurde eine Mischung aus Umfrage und Raumbetrachtung als die innovativste und ergebnisorientierteste Herangehensweise erachtet. Wichtig ist zu verstehen, wie sie ihre Stadt „nutzen“: Wo wohnen die Studierenden? Welche Verkehrsmittel werden zu welchen Zwecken genutzt? Welche Freizeit- und Kulturangebote werden nachgefragt? Was halten die Studierenden von ihrer Stadt und ihren Hochschulen, wie nehmen sie beides wahr?

Begleitet wurde das GPS-Tracking von einer Umfrage unter Studierenden, die zusätzliche quantitative und qualitative Aussagen zu Stadt und Hochschulen erhob und eine Vergleichbarkeit der Hochschulen ermöglichte.

Die Studie zur Untersuchung der Raumnutzungsmuster wurde mit 100 Studierenden durchgeführt. Jeder Proband erhielt einen so genannten „GPS-Tracker“, der alle 4 Sekunden die aktuellen Positionskordinaten im Stadtgebiet digital speicherte. Die Teilnehmenden trugen das Gerät im Mai 2009 eine Woche lang rund um die Uhr bei sich und führten ihr „ganz normales Leben“. Zusätzlich mussten sie ein einfaches Tagebuch mit Informationen zu Weg- und Aufenthaltszwecken, besuchten Orten und benutzten Verkehrsmitteln führen. Die mit den GPS-Trackern erhobenen digitalen Wege und Orte wurden anonymisiert in ein geographisches Informationssystem (GIS) eingelesen und aufbereitet.

Im zweiten Teil der Studie wurden 800 Studierende aller Hochschulen mit einem umfangreichen Fragebogen persönlich befragt. Die Untersuchungen brachten interessante und teils überraschende Ergebnisse hervor, die verständlich visualisiert werden konnten und in die weitere Arbeit im Projekt Studentenstadt einfließen.

Ergebnisse:

Karlsruhe ist eine Studentenstadt, insbesondere in der Wahrnehmung der Studierenden selbst und belegt durch die Raumnutzung. Die Studierenden bewegen sich nicht in speziellen Quartieren, sondern in der ganzen Stadt. Die Studierenden sind überall und verteilen sich bei ihren Aktivitäten über die ganze Stadt. Studiert wird nicht nur an den jeweiligen Hochschulen, sondern über das Stadtgebiet verteilt: privat und an öffentlichen Orten. Unauffällig ist das Einkaufsverhalten zwischen wohnort- oder hochschulnaher Nahversorgung und Innenstadtsortiment. Interessant ist die intensive Nutzung der Kaiserstraße als eine Art mittägliche „Ersatz-Mensa“. Die Studierenden bewegen sich durch die ganze Stadt. Verblüffend dabei: Die 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer bilden in nur einer Woche im Kernstadtbereich zwischen Schloss und Südtangente, A5 und Mühlburg so gut wie jede Straße und jeden Weg ab. Auffälligkeiten gibt es in der Intensität, den Tageszeiten und insbesondere bei der Verkehrsmittelwahl. Ganz klar geht aus dem Tracking hervor: Das studentische Karlsruhe ist eine Fahrradstadt, 75 Prozent aller Wege werden per Fahrrad oder zu Fuß zurückgelegt.



Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage zur Erarbeitung von konkreten Maßnahmen zur langfristigen Zielerreichung der Studentenstadt.

5. Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen

In der ersten Sitzung der jeweiligen Arbeitsgruppen wurde die Zielsetzung und die aktuelle Situation vorgestellt. Auf dieser Basis wurde eine systematische Ideenfindung durchgeführt. Hierbei wurden insgesamt mehr als 100 Ideen entwickelt. Zum Schluss wurden die Ideen kategorisiert. Beim zweiten Treffen wurden die erarbeiteten Ideen priorisiert. Die „Prio-A“-Projektideen wurden detaillierter ausgearbeitet.

Folgende Projekte wurden in den Arbeitsgruppen mit höherer Priorität bewertet und näher ausgearbeitet.

Studentische Kultur	Hochschule in der Stadt	Wohnen	Potentiale, Alumni, Existenzgründer
Studentisches Kulturbüro	Öffentliche Wissenschaft/ Wissenschaftsnacht/Wissenschaftsfestival	„Parasitäres Wohnen“/Rucksackhaus	Alumni und Gründer vernetzen/ Teambildung
Jahreskarte Kultur	Einbindung der Hochschulener in städtische Veranstaltungen	Wohnheim auf dem Campus	Bereitstellung attraktiver Infrastruktur/ Förderung für Gründer/“Büro- Sharing“
Eigene Community/ Homepage aller Karlsruher Studierenden zu Kulturthemen	Umfrage: Erhebung des Stimmungsbildes der Bürger zu den Hochschulen	Städtische Grundstücke in Hochschulnähe zum Wohnheimbau nutzen	Vorhandene Alumni-Veranstaltungen der Hochschulen als Plattform für die Stadt nutzen
	Internetplattform/ Monitore zur Darstellung von Hochschulhalten in der Öffentlichkeit	Do It Yourself Wohnen	
	Wissenschaftsbüro im Stadtmarketing zur Koordinierung von wissenschaftlichen Projekten für die Öffentlichkeit	WG-Häuser	
	Radwegeoptimierung, Beteiligung von Studierenden an der Radwegeplanung	Symbolisch wichtige Orte in der Stadt mit Wohnungen für Studierende besetzen	
		Studenten-Wohnschiff im Rhein	

Nach der Priorisierung der 19 Projekte aus den Arbeitsgruppen wurden dem Lenkungskreis vom Stadtmarketing sieben Projekte zur ersten Umsetzung vorgeschlagen (siehe grau markierte Projekte). Der Lenkungskreis folgte der Empfehlung des Stadtmarketings, sich im ersten Schritt der Umsetzung auf die in der Tabelle grau markierten Projekte zu fokussieren. Das Stadtmarketing machte dabei deutlich, dass eine rasche Entscheidung für einige realisierbare Projekte im ersten Schritt wichtig ist.

Gleichzeitig bereitet das Stadtmarketing parallel die Konzeption und Umsetzung der anderen priorisierten Projektideen vor.

5.1 Wohnen

5.1.1 Aktuelle Situation

Ein zentrales Problem ist die Wohnsituation der Studierenden. Karlsruhe kann nur dann dafür werben, dass Studierende sich mit Erstwohnsitz in der Stadt anmelden, wenn genügend Wohnraum vorhanden ist. Studentisches Wohnen bildet mittlerweile einen wichtigen Standortfaktor für jede Hochschulstadt. Das wichtigste Kriterium für die Wahl der Wohnung ist bei Studierenden, nahe ihrer Hochschule, zentral und preisgünstig zu wohnen. Pendeln über längere Strecken ist immer weniger möglich, da die stärker verschulden Bachelor-Studiengänge verstärkte Anwesenheit an der Hochschule erfordern. Außerdem sind bei Studierenden die eigene Wohnung oder ein WG-Zimmer die beliebtesten Wohnformen. Aber auch für experimentelle und innovative Wohnformen und Bauprojekte konnten sich die Studierenden begeistern. Ruhe ist weniger gefragt!

In Karlsruhe sind für die über 30.000 Studierenden der acht Hochschulen etwa 3.800 Plätze in Studentenwohnheimen des Studentenwerks und privater Träger verfügbar. Es leben also knapp 13 Prozent der Studierenden in einem Wohnheim. Damit liegt Karlsruhe im Vergleich zu den anderen Universitätsstädten in Baden-Württemberg im unteren Drittel. Eine Quote von mind. 15 Prozent wäre laut Studentenwerk wünschenswert. Das entspricht einer Zahl von 4.500 bis 5.000 Wohnheimplätzen. In Karlsruhe sollten rund 1.000 Plätze in Wohnheimen entstehen.

5.1.2 Bewertung/Ansätze für Projekte

Die Studentenwohnheime sollen absolute und relative Defizite des privaten Wohnungsmarkts ausgleichen. Auf diesem fehlen Angebote im Allgemeinen und günstige Angebote im Besonderen. Ein Zimmer im Studentenwohnheim kostet weniger als ein Zimmer auf dem freien Markt. Außerdem stellen Wohnheime häufig die einzige Möglichkeit dar, in kurzer Zeit oder für kürzere Zeit eine Unterkunft zu erhalten. Besonders Studierende aus dem Ausland sind auf einen Wohnheimplatz angewiesen, zumal sie die örtlichen Verhältnisse ihrer Studentenstadt kaum kennen.

5.1.3 Konkrete Projekte für den Bereich „Wohnen“

Architekturwettbewerb zum studentischen Wohnen

Mit einem Architekturwettbewerb werden innovative Lösungen für studentischen Wohnraum in Karlsruhe gefunden. Hierbei sollen z.B. auch die Architekturfakultäten des KIT und der Hochschule Karlsruhe beteiligt werden. Somit hat man rechtzeitig eine aktive Beteiligung der Hochschulen und Studierenden an der Verbesserung der Wohnsituation geschaffen. Ein durch einen Architekturwettbewerb geschaffenes Projekt wird sicher nicht den Umfang haben, um die zahlenmäßige Problematik bis 2012 zu lösen. Allerdings kann eine innovative Bauform als Motor fungieren und als Pilotprojekt vermarktet werden. Dadurch könnten auch private Investoren gefunden werden, die Interesse an der Zielgruppe haben. Die Durchführung eines Wettbewerbs für studentische Wohnformen kann bezahlbare Lösungen aufzeigen, die wirtschaftlich darstellbar sind. Ein Architekturwettbewerb kann vom Stadtplanungsamt durchgeführt werden und vom Studentenwerk unterstützt werden. Weitere Partner: Volkswohnung und das Hochbauamt der Stadt Karlsruhe. Eine „schlanke“ Lösung wäre eine Realisierung als Studentenarbeit im KIT oder HsKA.

Nachverdichtungsuntersuchung

In den Gesprächen mit den Experten war das größte Problem nicht, einen Investor zu finden, sondern passende Grundstücke zu identifizieren. Da das Wohnen für Studierende sehr zentral gewünscht wird, zwingt die dichte Bebauung der Innenstadt, auch Nachverdichtungspotentiale zu ermitteln. Das bedeutet, dass untersucht werden muss, inwieweit sich die



bestehende Bebauung zur Erweiterung eignet. Es soll ein Planungsbüro beauftragt werden, das freie Grundstücke identifiziert und kategorisiert (Besitzverhältnisse, Bebauungsplan...). Außerdem werden für die Nachverdichtung z.B. die Dachlandschaften untersucht. Zur Abschätzung des Potentials an zusätzlichem aktivierungsfähigen Wohnraums wird vorab ein Suchkorridor (ein bestimmtes Viertel, ein Wohnblock oder ein Straßenzug im Stadtgebiet) in den von den Studierenden bevorzugten Stadtgebieten festgelegt werden. Die Umsetzung dieser Maßnahmen kann nur in der Federführung des Stadtplanungsamtes erfolgen.

Kampagnen

Um den privaten Wohnungsmarkt auf die Wohnungsnot der Studierenden aufmerksam zu machen, müssen zusätzlich kreative Kampagnen durchgeführt werden. Hierfür sollten unbedingt die kreativen Potentiale der Studierenden selbst genutzt werden. Die Kampagneninhalte können sehr unterschiedlich sein. Zum einen können neue Projekte und innovative Entwicklungen für die Öffentlichkeit herausgestellt werden. Projekte wie die Wohnpatenschaften und deren Vorteile müssen allen Karlsruherinnen und Karlsruhern klar herausgestellt werden. Zum anderen können auch aufmerksamkeitsstarke Kampagnenteile ähnlich einer Imagekampagne für generelle Aufmerksamkeit sorgen. Die Maßnahmen könnten durch das Stadtmaking realisiert werden.

Wohnprojekte

Weiterhin werden Gespräche über Bauvorhaben für studentisches Wohnen fortgeführt und konkretisiert. Mit dem Studentenwerk und anderen Partnern werden Wohnheime zusätzlich auf die Bedürfnisse der Studierenden abgestimmt und gemeinsam mit der Stadt werden Wege für Neubauten gefunden. Die Stadt soll konkrete Angebote unterstützen und in schwierigeren Ausgangssituationen Lösungen für die Studierenden finden. Hier ist das Stadtmaking koordinierend tätig.

5.2 Hochschulen in der Stadt

5.2.1 Aktuelle Situation

Um eine Identifizierung der Karlsruher Bevölkerung mit ihren Studierenden und Hochschulen zu stärken, ist es wichtig, den Bürgerinnen und Bürgern zu zeigen, welche klugen Köpfe und spannende Forschungsfelder in ihrer Stadt zu finden sind. Hierzu sollen die Studierenden in der Stadt spürbar gemacht werden und wissenschaftliche Themen der Bevölkerung vermittelt werden. Denn neben den Studierenden sind die Bürgerinnen und Bürger der Stadt als Multiplikatoren auch für die Studentenstadt einsetzbar. Durch einen erlebbaren Hochschulalltag in Karlsruhe wird aktiv das junge und kreative Image der Stadt gefördert. Außerdem entsteht mehr Akzeptanz den Studierenden gegenüber, was sich wiederum positiv auf deren Stadtwahrnehmung auswirkt.

Es haben sich in den vergangenen Jahren schon viele Veranstaltungen der Hochschulen und Wissenschaftseinrichtungen in und mit der Stadt etabliert. So gibt es z.B. die Ausstellungsreihe „Hochschulen im Rathaus“, das „City Rooming“ während der Stadtgeburtstage, die „Kinder-Uni“ oder die „Experimenta+“. Durch Bündelung und eine stärkere Inszenierung/Vermarktung lässt sich eine Weiterentwicklung der vorhandenen Veranstaltungen für die Öffentlichkeit auch zu überregionaler Ausstrahlung bringen.



5.2.2 Bewertung/Ansätze für Projekte

Auch eine stärkere Vernetzung der acht Hochschulen untereinander kann dafür sorgen, dass engere Allianzen gefunden werden und neue Kompetenzfelder entstehen. Wird Karlsruhe insgesamt als Studentenstadt weiter entwickelt, wird dies die Konkurrenzfähigkeit im starken Druck des internationalen Wettbewerbs steigern. Es gibt bereits Kooperationen zwischen den Hochschulen. Diese sollten auch von der Stadt weiter gefördert und unterstützt werden.

5.2.3 Konkrete Projekte für den Bereich „Hochschule in der Stadt“

Radwegeoptimierung

Die Umfrage unter den Studierenden hat Karlsruhe klar als Fahrradstadt für die Studierenden identifiziert. Da Karlsruhe sich als Fahrradstadt auch unabhängig von der Studentenstadt etablieren möchte, sind zwei Gesichtspunkte bei der Weiterentwicklung des Radwegekonzepts unerlässlich: zum einen müssen die Studierenden noch stärker aktiv in die Planungen einbezogen werden und zum anderen müssen die Planungen mit den Ideen und Plänen der Hochschulen und insbesondere des KIT bezüglich der Radwegeverbindungen und der Fahrradabstellmöglichkeiten auf dem Campus abgestimmt werden, um ein passendes Gesamtkonzept zu erarbeiten. Eine regelmäßige Planungssitzung mit Beteiligten aus Stadtplanung, Campusplanung und Studierenden ist geplant.

Wissenschaftsfestival

Alle Beteiligten befürworten ein Wissenschaftsfestival mit überregionaler Strahlkraft zur gemeinsamen Positionierung Karlsruhes als Hochschul- und Wissenschaftsstadt. Das Festival ist hierzu bewusst touristisch ausgerichtet und orientiert sich an internationalen Vorbildern wie Edinburgh und Genua. Im deutschsprachigen Raum existiert aktuell kein Festival mit überregionaler Ausstrahlung. Viele der bereits vorhandenen Einzelaktivitäten könnten gebündelt und als Großveranstaltung in Karlsruhe zu einem festen Bestandteil des Veranstaltungskalenders werden. Zusätzlich kann Karlsruhe langfristig seinen Ruf als Hochschul- und Wissenschaftsstandort verdeutlichen und überregional kommunizieren. Mit einem Wissenschaftsfestival wird bei den Kindern/Jugendlichen und Familien Technikbegeisterung geweckt und eine Möglichkeit für den offenen Dialog zwischen Wissenschaftseinrichtungen und Bürgerschaft geschaffen. Die Identifikation der Bürgerinnen und Bürgern mit den in Karlsruhe vorhandenen Einrichtungen steigt mit dem Verständnis für die Inhalte. Langfristig gesehen beeinflusst das Wissenschaftsfestival das gesamte Image der Stadt Karlsruhe positiv und wirkt sich auf die Stadtpositionierung aus. Bürgernah, interaktiv und unterhaltsam sollen aktuelle wissenschaftliche Themen einmal jährlich (oder alle zwei Jahre) der Öffentlichkeit in Karlsruhe präsentiert werden. Es kann auf das erste Festival (eventuell 2012 oder 2013) mit Wettbewerben im Vorfeld aufmerksam gemacht werden. Das Festival selbst kann durch Besichtigungen, Musik und Feuerwerk abgerundet werden. Das Festival soll über 1 bis 2 Wochen laufen und mehrere hundert Workshops und Veranstaltungen zur Wissenschaftskommunikation anbieten. Außerdem sollen die Medien aktiv mit eingebunden werden. Ein Konzept muss so gestaltet werden, dass der Mehrwert der überregionalen Präsenz für alle Beteiligten spürbar wird.

Zur weiteren Konkretisierung des Wissenschaftsfestivals für Karlsruhe mit überregionaler Strahlkraft, wird ein Planungsforum veranstaltet. Zu diesem Planungsforum werden alle in Karlsruhe wichtigen Entscheider und Spezialisten auf den Gebieten Hochschulmarketing, Wissenschaft und Wissenschaftsvermarktung eingeladen.



Wissenschaftsbüro (Arbeitstitel, alternativ: Koordinierungsstelle für Hochschulen und Wissenschaft)

Um langfristig ein Zeichen zu setzen und die Fokussierung der Stadtmarketingaktivitäten im Bereich Wissenschaftsstadt zu verdeutlichen, soll im Stadtmarketing ein Wissenschaftsbüro etabliert werden. Das Büro soll eine Netzwerkfunktion übernehmen, es soll eine direkte Anlaufstelle für die Hochschulen sein. Man erreicht so einen intensiveren Dialog zwischen Wissenschaft und Stadtgesellschaft und eine Bündelung der Marketingaktivitäten für diesen Bereich. Diese Funktion wird bei der Stadtmarketing GmbH mit vorhandenem Personal abgedeckt.

5.3 Studentische Kultur

5.3.1 Aktuelle Situation

Ein Teil der Identifizierung der Bürgerinnen und Bürgern einer Stadt mit ihren Studierenden hängt davon ab, wie stark das studentische Leben in der Stadt wahrnehmbar ist. Dieser Bereich der Betrachtungen überschneidet sich in einigen Punkten dem Modul „Hochschule in der Stadt“.

Zwei weitere Gesichtspunkte, die die Studierenden und die Kultur einer Stadt verknüpfen, sind die von Studierenden selbst organisierte Kultur und die Nutzung der Studierenden von Kultureinrichtungen. Die Qualität des Kulturangebots in Karlsruhe wird von den Studierenden grundsätzlich positiv bewertet, allerdings wird von den Studierenden wöchentlich bisher nur eine knappe Stunde für „Kultur“ aufgebracht und diese beschränkt sich meist auf den Gang ins Kino. Insofern ist das positive Ergebnis weniger auf die tatsächliche Nutzung von Kulturangeboten, sondern eher auf den Ruf der Kultureinrichtungen zurückzuführen.

Studentisch organisierte Kulturveranstaltungen beeinflussen aktiv das kreative und innovative Kulturangebot. Hiervon sind sehr viele Initiativen in Karlsruhe vorhanden, die aber meist nur von Studierenden für Studierende gemacht sind. Ein Ziel muss sein, diese Aktivitäten zu sichern und weiterzuentwickeln. Außerdem sollten solche Angebote für die Bevölkerung stärker geöffnet bzw. wahrnehmbar gemacht werden. Dies könnte durch eine stärkere Kommunikation in der Stadt passieren, aber auch durch aktive Zusammenarbeit von Stadt und Studierenden auf dem Gebiet Kultur. Eine Aufführung der studentischen Theatergruppe im Staatstheater oder ein von Studierenden gedrehter Kinofilm im Vorprogramm der großen Kinos wären nur zwei Beispiele für eine Zusammenarbeit.

5.3.2 Bewertung/Ansätze für Projekte

Um die Studierenden mehr für die Kultur zu begeistern, gibt es schon einige Aktionen in Karlsruhe z.B. vergünstigte Eintritte. Generell wurde das Kulturangebot in Karlsruhe von den Studierenden gut bewertet. Die Information über die unterschiedlichen Angebote war allerdings ein kleiner Kritikpunkt. Seit vielen Jahren machen das Studentenwerk und das Kulturred mit dem Kulturscheckheft für alle Erstsemester auf die Kultureinrichtungen aufmerksam.

5.3.3 Konkrete Projekte für den Bereich „Studentische Kultur“

Weiterentwicklung Kulturscheckheft

Das Kulturscheckheft wird zum kommenden Wintersemester neu aufgelegt und gestaltet werden. Dies bietet die Möglichkeit, in Zusammenarbeit mit dem Studentenwerk und dem Kulturred das Heft zu erweitern und noch stärker als Kommunikationsinstrument für die Karlsruher Kulturlandschaft einzusetzen. Neuerungen sind: die Aufnahme weiterer Kultureinrichtungen, die Erweiterung des Begriffs „Kultur“ (z. B. Bäderkultur), Einheitliche



Rabatte (je ein freier Eintritt) und die zusätzliche Aufnahme der Kultureinrichtungen des Scheckheftes im Studentischen Stadtplan.

Den Studierenden kann so ein umfangreicher Überblick über „Kultur“ verschafft werden. Mit dem neu aufgelegten Kulturscheckheft könnte ein zielgruppenspezifisches Angebot zur Vermittlung des Kulturangebots in Karlsruhe geschaffen werden, durch die Rabatte ein Anreiz zur stärkeren Nutzung des Kulturangebots erreicht und damit die erste Schwelle abgebaut werden.

5.4 Potentiale, Alumni, Existenzgründer

5.4.1 Aktuelle Situation

Alle Hochschulen haben in den vergangenen Jahren das Potential ihrer Alumni für die Hochschulen erkannt. Hat man es als Stadt geschafft, in den Köpfen der Studierenden als Studentenstadt empfunden zu werden, ist es das eine, die Studierenden während Ihrer Zeit als Kreativ-Motor für die Stadtentwicklung zu nutzen. Das andere ist, sie auch nach dem Studium nicht nur für die jeweilige Hochschule sondern genauso für die Stadt zu nutzen - entweder als Botschafter, die in die Welt hinausziehen und Karlsruhe als Studentenstadt begeisternd darstellen, oder als gut ausgebildete Absolventen und spätere Fachkräfte.

Immerhin knapp 30 Prozent der Befragten sagen sie möchten auch nach Ihrem Studium in Karlsruhe bleiben. Das hängt maßgeblich vom Vorhandensein eines geeigneten Arbeitsplatzes ab.

Bei den Absolventinnen und Absolventen, die sich im Aufbruch ins Berufsleben befinden - sei es als Gründer oder Arbeitnehmer - gibt es bereits viel Erfahrung und große Erfolge in Karlsruhe. Das Cyberforum oder die Aktion „MyKAreer“ nur als Beispiel genannt. Um auch in den kommenden Jahren den Ruf einer stark von Gründern geprägte Region zu behalten, muss für die entsprechende Infrastruktur in Hochschulnähe gesorgt werden.

Die größeren Hochschulen haben in den letzten Jahren auch begonnen nach amerikanischem Vorbild ein Alumni-Netzwerk aufzubauen. Hier gibt es unterschiedliche Veranstaltungen und Medien um mit den Alumni in Kontakt zu treten bzw. zu bleiben.

5.4.2 Bewertung/Ansätze für Projekte

Geht es um die Alumni, deren Abschluss bereits länger zurückliegt, die etabliert seit Jahren im Arbeitsleben stehen, empfinden selbst die Experten in den Hochschulen dieses Arbeitsfeld als schwierig und komplex. Daher kann bei momentanen Aktivitäten durch die Stadt eher Verwirrung statt Erfolg verbucht werden. Hier hat man sich deshalb in der Arbeitsgruppe für anfangs kleinere Schritte entschieden und versucht bestehende Bemühung durch die Stadt zu unterstützen oder auszuweiten.

5.4.3 Konkrete Projektideen für den Bereich „Potentiale, Alumni, Existenzgründer“

Einbindung der Stadt in Alumniveranstaltungen

Die verstärkte Nutzung der Alumni als Botschafter nicht nur für ihre ehemaligen Hochschulen, sondern auch für die Stadt, ist ein interessanter Motor für nationale und internationale Wirtschaftskontakte. Da sich dieses Feld auch bei den Hochschulen noch im Aufbau befindet, wäre eine stärkere Einbeziehung der Stadt in vorhandene Aktivitäten der Hochschulen als erster Schritt empfehlenswert. Konkret bedeutet das eine Verzahnung der Alumniarbeit mit der Stadt. Auf Alumnitagen bzw. -wochenenden könnte die Stadt präsent sein und diese durch Merchandisingartikel, Infostände, Referenten oder Rahmenprogramm als Plattform nutzen.



„Büro Sharing“/Räume für Gründer-Konzepte

Um die Gründerlandschaft in Karlsruhe auch weiterhin als Aushängeschild für die Stadt in diesem Maße zu erhalten, fehlt es an Räumlichkeiten. Bei Neugründungen direkt aus dem Studium heraus ist es von großer Bedeutung, am Anfang eine sehr starke Nähe zum Campus zu haben. Nicht nur die Infrastruktur der Hochschule muss noch genutzt werden können, auch die Beratung durch die Professoren wird noch benötigt. Um den Konkurrenzdruck mit der generell schwierigen räumlichen Lage auf dem Campus nicht zu erhöhen, wurde das Projekt „Büro Sharing“ entwickelt. Hierbei sollen Räumlichkeiten geschaffen und ausgestattet werden, die dann als erste Büros für Gründer genutzt werden können, bis sie auf „eigenen Beinen stehen“ können. Dann kann ein Umzug aus den geteilten Räumen möglich werden. Die Räume müssen idealerweise direkt auf dem Campus oder in Campusnähe sein. Außerdem kann durch die Durchmischung der unterschiedlichen Ausgründungsideen unter einem Dach ein Netzwerk entstehen, das den Start-Up-Unternehmen auch im weiteren Verlauf Ihres Aufbaus hilfreich sein kann. Langfristig gesehen könnte dieses Projekt mit der Hilfe des Cyberforums oder der IHK erweitert werden, um die konzeptionelle Verbindung von Gründern und Absolventen, die nicht selbst gründen möchten, aber als Arbeitnehmer bei den Gründern mit einsteigen wollen, herzustellen. Dieses Netzwerk kann durch viele bereits vorhandene Projekte unterstützt und getragen werden.



6. Finanzierung

Die vom Lenkungskreis priorisierten Projekte können nur mit der entsprechenden finanziellen Ausstattung realisiert werden. Haushaltsmittel stehen hierfür nicht zur Verfügung. Folgende Beträge müssen von der Stadt zusätzlich bereitgestellt werden:

Modul	Projekte	GA in T€	Kosten Stadt in T€					Federführende Stelle
			2010	2011	2012	2013	Summe	
Wohnen	Architekturwettbewerb	50		50			50 Stadtplanungs- amt	Stadtplanungsamt bzw. Stadtmarketing
Wohnen	Nachverdichtungs- untersuchung zur Identifikation von Wohnpotentialen	20	20				20 Stadtplanungs- amt	Stadtplanungsamt/ Volkswohnung
Wohnen	Konzeption und Umsetzung von Kampagnen zum Thema Wohnen	40*		20			20 Stadtmarketing	Stadtmarketing
Wohnen	Weiterentwicklung konkreter Projekte für den studentischen Wohnraum	Je nach Projekt						Stadtplanungs- amt/ Volkswohnung/ Stadtmarketing
Studentische Kultur	Kulturscheckheft	20*	10				10 Stadtmarketing	Stadtmarketing/ Studentenwerk/ Kulturamt
Hochschule in der Stadt	Radwegenetze	Keine zusätzlichen Mittel						Stadtplanungsamt
Hochschule in der Stadt	Wissenschaftsbüro, Koordinierungsstelle für Hochschulen und Wissenschaft	Keine zusätzlichen Mittel					Keine zusätzlichen Mittel	Stadtmarketing
Hochschule in der Stadt	Wissenschaftsfestival (ab 2012/2013)	750.000 €* 			80	170	250 Stadtmarketing	Stadtmarketing
Potentiale, Alumni, Existenz- gründer	Zusammenarbeit bei der Durchführung von Alumni- veranstaltungen	Keine zusätzlichen Mittel					Keine zusätzlichen Mittel	Stadtmarketing
Potentiale, Alumni, Existenz- gründer	Gründer-Konzepte	Noch nicht definiert						Wirtschafts- förderung
		SUMME	30	70	80	170	350	

* Inklusive Sponsoring, private Mittel, Eigenbeiträge