

Vorlage		Vorlage-Nr:	FB 02/0082/WP17
Federführende Dienststelle: Fachbereich Wirtschaftsförderung / Europäische Angelegenheiten		Status:	öffentlich
Beteiligte Dienststelle/n:		AZ:	
		Datum:	13.01.2017
		Verfasser:	
Konzept Wissenschaftsbüro Aachen			
Beratungsfolge:		TOP: __	
Datum	Gremium	Kompetenz	
01.02.2017	AAWW	Entscheidung	

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Wissenschaft nimmt die Vorlage zur Kenntnis und beschließt gemäß dem Vorschlag der Strukturkommission Marketing die Einrichtung eines Wissenschaftsbüros im Fachbereich Wirtschaftsförderung / Europäische Angelegenheiten sowie den gemeinsamen Ausbau der Wissenschaftsstadt Aachen durch die Fachbereiche Wirtschaftsförderung / Europäische Angelegenheiten und Presse und Marketing sowie diesbezüglich kontinuierliche Abstimmung zwischen beiden Fachbereichen.

Des Weiteren beauftragt der Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Wissenschaft die Verwaltung, die Projektideen weiter zu verfolgen und eine relevante Auswahl erneut dem Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Wissenschaft zur Entscheidung vorzulegen.

Konzept

zur Weiterentwicklung der Wissenschaftsstadt Aachen /
zur Einrichtung eines Wissenschaftsbüros

EINLEITUNG

Am 24. Juni 2015 wurde die Ratsantragsinitiative 'Wissenschaftsstadt Aachen' – bestehend aus sieben Einzelanträgen – von CDU und SPD im Rat der Stadt vorgestellt, gefolgt vom Antragspaket der GRÜNEN 'Netzwerk Wissen', welches dem Rat am 21. Oktober 2015 präsentiert wurde. Darüber hinaus wurden auch seitens der FDP zwei Einzelanträge gestellt. Somit haben diese Fraktionen die Stadtverwaltung im vergangenen Jahr beauftragt, Aachen grundlegend als Wissenschaftsstadt strukturell und inhaltlich weiterzuentwickeln.

Des Weiteren wurde am 10. Juni 2015 im Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Wissenschaft die Einberufung einer 'Strukturkommission Marketing' mehrheitlich beschlossen. Auch im Rahmen dieses Arbeitsprozesses wurde als Arbeitsergebnis von allen Fraktionen noch einmal festgehalten, dass die Hochschulen und die Wissenschaft prioritäre Themen für Aachen darstellen. Dementsprechend steht eine weitergehende Profilschärfung Aachens als Wissenschaftsstadt außer Frage.

Um diese Profilschärfung nachhaltig zu vollziehen, hat die Strukturkommission Marketing beschlossen, als prioritäres Ziel ein Konzept für ein Aachener Wissenschaftsbüro zu erarbeiten, das die strukturelle und inhaltliche Weiterentwicklung Aachens zur Wissenschaftsstadt vorantreiben soll. Der Strukturkommission ist wichtig, eine zentrale und dauerhafte Anlaufstelle zur Ausweitung der Verknüpfung zwischen den Hochschulen und der Stadt, zwischen Wissenschaft, Politik und Verwaltung, sowie zwischen Wissenschaftlern, Unternehmern, Kongressservice und Bürgern zu etablieren. Im Rahmen der Haushaltsberatung wurde entschieden, dass für die Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle (Wissenschaftsbüro) und der daran gekoppelten Umsetzung von Projekten zusätzliche Mittel in Höhe von 20.000 € bereitgestellt werden.

Die primäre Zuständigkeit für Wissenschaftsmarketing und Wissenschaftsmanagement wird von der Strukturkommission bei den Fachbereichen Wirtschaftsförderung / Europäische Angelegenheiten sowie Presse und Marketing gesehen. Beide sind für die Planung und Umsetzung von Inhalten, die Aachen als Wissenschaftsstadt weiterentwickeln, zentral zuständig.

Inhaltsverzeichnis

1 Wissenschaftsstandort Aachen

Aachens großes Potenzial sind die Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Das erste Kapitel verdeutlicht, dass die städtische Entwicklung in vielerlei Hinsicht von diesem Potenzial abhängt.

2 Wissenschaftsstadt Aachen

Um das Potenzial der Hochschulen zu nutzen, ist die Zusammenarbeit vieler Akteure notwendig. Erst eine bewusste Kooperation macht aus einem Wissenschaftsstandort eine Wissenschaftsstadt, die in allen Entwicklungsbereichen gezielt von Wissenschaft positiv beeinflusst wird.

3 Wissenschaftsbüro Aachen

Nur wenn Handlungsfelder klar definiert werden, können konkrete Projekte und Maßnahmen entwickelt werden um die Potenziale der Hochschulen nachhaltig für Aachen zu nutzen. Das Wissenschaftsbüro erfüllt als zentrale Institution der Wissenschaftsstadt diese Lotsenfunktion.

1

WISSENSCHAFTSSTANDORT AACHEN

Wissen und Wissenschaft sind längst als Impulsgeber und Wachstumsfaktoren für die Weiterentwicklung von Städten anerkannt. Diese Erkenntnis zeichnet sich in vielen deutschen Hochschulstädten ab. Auch für Aachen gilt: Die Hochschulen und ihre angegliederten Forschungseinrichtungen sind die wichtigste Zutat für eine langfristig positive städtische Entwicklung. Sie sind es, die sich mit ihrer exzellenten Forschung und ihren Tausenden Studierenden positiv auf die lokale und regionale Wirtschaft auswirken, Aachen innovativ für die Zukunft fit machen, für eine konstante demografische Entwicklung sorgen oder auch das kulturelle und urbane Leben befördern. All das steigert die Wettbewerbsfähigkeit Aachens als attraktiven Wohn- und Arbeitsstandort.

Bei genauerer Betrachtung gehen von den Hochschulen und den Forschungseinrichtungen folgende Potenziale aus, die für die gesamtstädtische Entwicklung Aachens von großer Bedeutung sind:

Wirtschaftliches Potenzial

Die Hochschulen bieten insbesondere für forschungs- und entwicklungsbasierte Unternehmen ein attraktives Angebot: innovatives Know-how. Ihr Wissen kann lokal und regional ansässigen Firmen als entscheidender Standortvorteil in einem nationalen und globalen Wettbewerb dienen.

Ebenso sind unternehmerische Ausgründungen aus den Hochschulen für Aachens wirtschaftliche Entwicklung von hoher Bedeutung. Aus anfangs kleinen Spin-offs können Unternehmen entstehen, die erfolgreich als Weltmarktführer in ihrer Branche tätig sind.

Doch nicht nur als Entrepreneur haben die Hochschulabsolventen einen besonderen Wert. Auch als hoch qualifizierte Arbeitnehmer kommt ihnen eine wichtige Rolle für den Arbeitsmarkt zu.

Ebenfalls stellen die Studierenden und Arbeitnehmer der Aachener Hochschulen ein enormes Kaufkraftpotenzial für den Standort dar. Sie garantieren dem lokalen Einzelhandel Konsumausgaben von ca. 70.000 Menschen. Hinzu kommen Ausgaben durch Gastwissenschaftler und Kongressteilnehmer.

Innovatives Potenzial

Nicht nur eine ökonomische Verwertung dieser Wissensvorräte bietet für Aachen ein großes Potenzial. Auch ihre Verwendung zur Bewältigung von Aufgaben und Problemen einer integrierten städtischen Entwicklung kann der Stadt positive Impulse verleihen. So kann man auf der einen Seite kommunalen Herausforderungen z. B. in den Bereichen Klimaschutz, Mobilität und Wohnen begegnen. Auf der anderen Seite bietet das Forschungs-Know-how Ansätze, um neue Trends und Entwicklungen, wie beispielsweise die Digitalisierung, durch eine Zusammenarbeit zwischen Stadt und Hochschulen gezielt zu befördern und zum eigenen Vorteil zu nutzen.

Demografisches Potenzial

Aktuell sind an den Aachener Hochschulen über 58.000 Studierende eingeschrieben. Im Verhältnis zu den 250.000 Einwohnern Aachens, wird der herausragende Einfluss der Hochschulen auf die Bevölkerungsentwicklung deutlich. Die Hochschulen am Standort sind es, die durch jährliche ca. 10.000 Erstsemester und ihre konstant hohen Studierendenzahlen dafür sorgen, dass negative demografische Effekte abgemildert werden.

Zudem sorgen die Hochschulen für eine Vielfalt von kulturellen Einflüssen, denn auch für viele

ausländische Mitbürger sind es die Hochschulen, die als Magnet fungieren. Aktuell befinden sich mehr als 8.500 internationale Studierende in Aachen. Hinzu kommen viele Forscher aus den unterschiedlichsten Ländern. Gerade dieser Zuzug von jungen Migranten stellt für die Wirtschaft in Aachen ein großes Potenzial dar, die Auswirkungen des demografischen Wandels abzumildern.

Vermarktungspotenzial

Aachen beheimatet vier Hochschulen mit zehntausenden Studierenden. Die Exzellenzuniversität RWTH und die FH Aachen belegen in nationalen Hochschulrankings regelmäßig die Spitzenplätze. Mit vier Fraunhofer-Instituten und einem Leibniz-Institut sind zudem herausragende private Forschungseinrichtungen am Standort vertreten. Auch wird in Aachen aktuell eines der größten Campusprojekte Europas zur Vernetzung von Wissenschaft und Wirtschaft realisiert.

Diese und viele weitere Faktoren bieten herausragende Vermarktungspotenziale im Standortwettbewerb um Unternehmen, Arbeitskräfte und junge Studierende.

Aber auch gegenüber Touristen und der eigenen Stadtbevölkerung kann die Vermittlung der Wissenschaft von Nutzen sein. So können zum einen neue Impulse in der touristischen Vermarktung gesetzt werden. Zum anderen kann bei der Bevölkerung eine größere Akzeptanz für die Hochschulen und ihr Handeln auf lokaler Ebene erzielt werden.

Städtebauliches Potenzial

Geht man auf den städtebaulichen Einfluss der Hochschulen in Aachen ein, ist offensichtlich, dass auch dieser von bedeutendem Ausmaß ist. Insbesondere durch die RWTH Campuserwicklung, eines der größten technologieorientierten Campusareale Europas, prägen die Hochschulen den ganzheitlichen Stadtraum und Städtebau Aachens und seine Identität wesentlich mit. Dadurch bieten die Hochschulen in Aachen das Potenzial neue städtebauliche sowie architektonische Qualitäten in einem einmaligen Umfang zu erzeugen, die zu einer Erhöhung der Lebensqualität aller Stadtbewohner führen.

Kulturelles Potenzial

Die Hochschulen bieten auch für das Kulturangebot in Aachen ein großes Potenzial. Neben ihrem eigenen Kulturangebot für Mitarbeiter und Studierende gibt es auch diverse Angebote, die sich an die allgemeine Stadtbevölkerung richten.

Insbesondere sind es aber die tausenden Studierenden in Aachen, die einen immensen Einfluss auf die Aachener Kulturlandschaft haben. So ist davon auszugehen, dass die Studierenden in Aachen einen hohen Anteil des Kulturkonsums ausmachen. Sie sind der Garant für eine sich entwickelnde Subkultur und dafür, dass ein durch ihre Nachfragekraft bestehendes Kulturangebot in Aachen existieren und erweitert werden kann.

Gesellschaftliches Potenzial

Mit ca. 800 Professoren und vielen weiteren wissenschaftlichen Mitarbeitern beherbergen die Aachener Hochschulen ein weitreichendes Know-how in den unterschiedlichsten Bereichen der Wissenschaft. Dieser Reichtum an Wissen wird natürlich primär für die Lehre und Forschung benötigt und genutzt, beherbergt aber gleichzeitig ein großes Potenzial für die Bevölkerung. Mithilfe der Hochschulen können für die Gesellschaft relevante Themen fundiert und verständlich aufgearbeitet werden. Dadurch erhalten Bürger einen außergewöhnlichen Einblick in Prozesse, Systeme,

Zusammenhänge und Entwicklungen der Wirtschaft, Politik, Naturwissenschaften und vielen weiteren Bereichen des Lebens, wie es sonst nicht möglich wäre.

2 WISSENSCHAFTSSTADT AACHEN

Um diese vielseitigen Potenziale für den Standort Aachen zu nutzen, ist eine enge Kooperation zwischen der Stadt und den Hochschulen notwendig. Nur wenn aus einem passiven Nebeneinander ein aktives Miteinander wird, kann eine Symbiose entstehen. Aus diesem Grund arbeiten Stadt und Hochschulen bereits seit den 90er Jahren zusammen. Seit dem sind viele gemeinsame Projekte und unterschiedlichste Mehrwerte in den Bereichen wirtschaftlicher Wissenstransfer, Marketing, studentische Betreuung, Politik und bürgerschaftlicher Wissenstransfer gemeinsam generiert worden. Dieses aktive Miteinander hat dazu beigetragen, dass sich Aachen von einem Wissenschaftsstandort, an dem Wissenschaftsinstitutionen autark von ihrer Umwelt agieren, zu einer Wissenschaftsstadt, die in allen Entwicklungsbereichen gezielt von Wissen und Wissenschaft positiv beeinflusst wird, entwickelt hat und noch immer entwickelt. In ihr prägt das Wissen nicht nur das Selbstverständnis der Studierenden und Wissenschaftler, sondern auch das der lokalen Wirtschaft und Kultur sowie der Bürgerinnen und Bürger.

Im Rahmen dieser Kooperation hat man seitens der Stadt Aachen bereits 1996 die Stelle des/der Hochschulbeauftragten eingerichtet. Diese dient sowohl stadtintern als auch gegenüber externen Akteuren als Anlaufstelle für verschiedenste Belange der Stadt- Hochschulkooperation. Sowohl in den 90er als auch Anfang der 2000er Jahre war Aachen mit diesem Instrument bundesweiter Vorreiter im Bereich der Zusammenarbeit von Kommune und Hochschulen.

Heute haben viele andere Hochschulstädte eine ähnliche Kooperationskultur und entsprechende Instrumente etabliert - sie haben aufgeholt, in den meisten Fällen sogar überholt. So gibt es in Hochschulstädten wie Münster, Bochum und Karlsruhe sogenannte Wissenschaftsbüros, die sowohl ein Netzwerkmanagement gegenüber verschiedensten Akteuren wahrnehmen als auch operative Maßnahmen mit den Kooperationspartnern entwickeln und realisieren.

Vorteile einer solchen Einrichtung liegen dabei in ihrem zentralisierenden Charakter. So ist das Thema Wissenschaftsstadt eine interdisziplinäre Aufgabe, in der viele Themen und daraus resultierende Aufgaben sowie Akteure aufeinandertreffen. Mit der Struktur eines Wissenschaftsbüros kann diese Akteurs- und Themenvielfalt gebündelt und koordiniert werden. Durch diesen Prozess gelingt eine inhaltliche Abstimmung, Priorisierung und somit gemeinsame Zielsetzung. In den genannten Beispielstädten konnten durch die Arbeit der Wissenschaftsbüros gemeinsame Handlungsfelder für alle Akteure definiert werden. Zudem hat dieser zentrale Ansatz zu einer höheren Sichtbarkeit für die Einrichtung und somit für das Thema der Wissenschaftsstadt geführt.

3 WISSENSCHAFTSBÜRO AACHEN

Ausgehend von den Arbeitsergebnissen der Strukturkommission Marketing wurde im Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Wissenschaft am 15. Juni 2015 der politische Auftrag an den Fachbereich Wirtschaftsförderung / Europäische Angelegenheiten sowie den Fachbereich Presse & Marketing

erteilt, die Strukturen für ein Aachener Wissenschaftsbüro zu erarbeiten, um so die Wissenschaftsstadt Aachen weiterzuentwickeln. Dies umfasst zum einen die Definition von Handlungsfeldern, in denen sich die Wissenschaftsstadt Aachen zukünftig besonders weiterentwickeln soll. Zum anderen macht das Konzept einen Vorschlag zur Akteursstruktur sowie entsprechenden Zuständigkeiten für die definierten Handlungsfelder.

Handlungsfelder der Wissenschaftsstadt

Im ersten Kapitel 'Wissenschaftsstandort Aachen' sind die sechs großen Potenziale der Aachener Forschungseinrichtungen hervorgehoben worden. Will man diese Potenziale auch zukünftig effizient nutzen, so ergeben sich sieben Handlungsfelder für die Wissenschaftsstadt Aachen und ein entsprechendes Wissenschaftsbüro. Anzumerken ist vorab jedoch, dass natürlich schon Maßnahmen in diesen Bereichen existieren: Vom NewcomerService im Bereich der Willkommenskultur, über eine Gründerregion zur Unterstützung von Gründern, bis hin zu Bürgerformaten wie Uni im Rathaus uvm. Wichtig an dieser Stelle ist aber weniger die Darstellung des Erreichten als vielmehr die Frage, welche Potenziale noch ungenutzt sind. Diese brachliegenden Chancen müssen zukünftig mit der Entwicklung konkreter Maßnahmen gehoben werden.

Handlungsfeld: Technologietransfer und Fachkräftesicherung

Zwar wird an den Hochschulen und Forschungseinrichtungen in Aachen eine enorme Menge an Wissen produziert, jedoch mit dem primären Ziel es für Lehre und Forschung zu verwenden. Einen automatischen Ressourcenaustausch zwischen Hochschulen und lokaler/regionaler Wirtschaft gibt es nicht. Soll dieses Wissen für Aachener Unternehmen noch stärker nutzbar gemacht werden, bedarf es eines Vermittlers. Diese Schnittstelle muss wissen, welche Unternehmen einen grundlegenden Bedarf an Innovation haben und sollte im Umkehrschluss Kenntnisse über adäquate Forschungsaktivitäten in den Hochschulen besitzen.

Auch bedarf es der aktiven Standortvermarktung, um mit dem Standortvorteil Wissen Unternehmen für Aachen zu interessieren. Nur wenn dieser Vorteil gezielt in das Ansiedlungsmarketing integriert wird, kann gegenüber interessierten Unternehmen verdeutlicht werden, welche spezifischen Vorteile sich aus einer räumlichen Nähe zu den Aachener Forschungseinrichtungen ergeben.

Denkt man an wirtschaftlichen Erfolg, generiert durch Wissenschaft, dann ist man schnell bei dem Thema Spin-offs. In Aachen spielt, durch die technische Orientierung von RWTH und FH, diese Möglichkeit eine wichtige Rolle. Auch hier bedarf es konkreter Maßnahmen, um junge Entrepreneurs zu unterstützen.

Die jährlich ca. 10.000 Erstsemester scheinen für Aachen wie eine nicht enden wollende Welle an zukünftigen Nachwuchskräften zu sein. Fakt ist jedoch, dass der Großteil aller Hochschulabsolventen den Wirtschaftsstandort nach dem Studium wieder verlässt. Laut Umfragen oftmals, weil nicht bekannt ist, welche beruflichen Entwicklungspotenziale der Aachener Arbeitsmarkt für sie vorhält. Nur wenn ein gezielter Austausch zwischen potenziellen Arbeitgebern und -nehmern forciert wird, kann diesem 'BrainDrain' entgegengewirkt werden.

Handlungsfeld: Wissensbasierte Entwicklung von Aachen (Living Labs)

Komplexe globale Phänomene, wie zum Beispiel die Digitalisierung, der Klimawandel, ein weltweites Bevölkerungswachstum analog zu deutschlandweiter Bevölkerungsschrumpfung oder auch der Mobilitätswachstum bewirken weitreichende Folgen. Insbesondere in Ballungsräumen wird die

Gesellschaft besonders mit solchen Trends und Herausforderungen konfrontiert. Somit stellt sich auch in Aachen die Frage: Wie soll die Zukunft unserer Stadt aussehen? Wie passt Aachen sich dem Klimawandel an? Wie wird die Integration von Flüchtlingen bewältigt und wie kann Aachen als Wirtschaftsstandort von der vierten Industrierevolution, der Digitalisierung, profitieren? Von der Bewältigung dieser komplexen Aufgaben hängt die Entwicklung Aachens ab. Will man diese Entwicklung positiv gestalten, so kann dies nur im Verbund mit der Wissenschaft gelingen. Somit bietet sich für die Aachener Stadtverwaltung die herausragende Möglichkeit, in spezifischen Themenkomplexen mit den Hochschulen zu kooperieren und so vorhandenes Wissen und Forschungs-Know-how im Stadtraum zu erproben und zu zukunftsweisenden Lösungsansätzen weiterzuentwickeln. Die Rede ist hierbei von sog. LivingLabs – Lebensräume als Praxislabore.

Handlungsfeld: Willkommenskultur

Obwohl der demografische Wandel kein neuer Trend in der deutschen Bevölkerungsentwicklung ist, sind seine Auswirkungen kurz- bis mittelfristig nicht abzuwenden. Vielmehr müssen Konsequenzen erkannt und aktiv auf sie reagiert werden. Eine der bedeutendsten Folgen ist der resultierende Fachkräftemangel. Begriffe wie 'Kampf um die klügsten Köpfe' lassen erahnen, welche Rolle die Fachkräfte für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit von Städten und Unternehmen spielen wird. In diesem Kampf um Fachkräfte befindet sich auch Aachen. Ein nachhaltiges Bevölkerungswachstum durch die Hochschulen ist nicht zu beobachten. Per Saldo gehen ebenso viele junge Menschen durch „Brain Drain“ verloren, wie durch die Hochschulen gewonnen werden können. Somit entsteht das Bild Aachens als eine Stadt, die an der (Fachkräfte-)Quelle liegt und doch zu vertrocknen droht. Aachen fehlen ganz offensichtlich Klebeffekte bzw. deren gezielte Vermarktung. Neben den zuvor aufgeführten Rahmenbedingungen des Arbeitsmarktes sind das insbesondere die weichen Standortfaktoren, wie die Lebensqualität, die bei vielen jungen Menschen und Familien heute in den Vordergrund rücken. Um Aachen für Zuwanderer möglichst attraktiv zu gestalten, um das Ankommen und Einleben gelingen zu lassen, bedarf es einer erlebbaren Willkommenskultur.

Handlungsfeld: Bürgerschaftlicher Wissenstransfer

Hochschulen haben eine besondere Verantwortung für die Gesellschaft, in deren Auftrag sie lehren und forschen. Nur die enge Verzahnung von Hochschule und Gesellschaft eröffnet den angemessenen Austausch von Wissen, Ressourcen und Fähigkeiten und ermöglicht es, heutigen und zukünftigen gesellschaftlichen Trends und Herausforderungen zu begegnen. Beispiele für die Notwendigkeit eines Dialogs zwischen Hochschule und Gesellschaft sind der immer rasantere technologische Fortschritt sowie aktuelle und zukünftige global politische Entwicklungen. Sowohl die gesellschaftliche Integration autonom agierender Technologien als auch die Vermittlung von immer komplexeren geopolitischen, ökonomischen und ökologischen Prozessen und Zusammenhängen, erfordern die Aneignung neuen Wissens und Fähigkeiten.

Mit dieser Aufklärung geht automatisch eine Öffnung der Hochschulen einher. Gelingt diese Öffnung dauerhaft, gelingt auch der Aufbau einer Vertrauensbasis. Je mehr Hochschulen mit der Bevölkerung in Kontakt kommen, desto mehr Akzeptanz entsteht füreinander. Eine These könnte daher lauten: Wenn es die Hochschulen in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung schaffen ihren gesellschaftlichen Mehrwert nachhaltig zu verankern, kann eventuell sogar das Misstrauen gegenüber zukünftiger Großprojekte in Aachen abgebaut werden.

Handlungsfeld: Kongressservice

Die Hochschulen, allen voran die RWTH, sind auch für den Kongressstandort Aachen ein wesentlicher Motor. Durch die Randlage Aachens sind die geografischen Voraussetzungen nicht gerade prädestiniert, um als Kongressstandort automatisch zu funktionieren. Darum sind Forschungskongresse ein wichtiges Zugpferd, um Firmen und Forscher nach Aachen zu holen und so Aachen als Forschungs- und Wirtschaftsstandort sichtbar zu machen.

Damit sich Aachen auch zukünftig als attraktiver Kongressstandort weiter entwickelt, gilt es zum einen das Dienstleistungsangebot für bestehende Kunden weiter zu optimieren aber vor allem noch brachliegende Potenziale in diesem Segment zu mobilisieren. Das bedeutet, einen Zuwachs an Forschungskongressen zu befördern. Dies kann auch gelingen, in dem eine Schnittstelle zwischen den Hochschulen und dem Kongressdienstleister eingerichtet wird, die den ersten Kontakt herstellt. Denn zum jetzigen Zeitpunkt muss davon ausgegangen werden, dass zwischen einer Vielzahl von potenziellen Veranstaltern (Professoren, Lehrstühlen, Instituten, Verbänden) und dem Dienstleister noch kein Kontakt und somit auch keine Kenntnisse über existierende Ressourcen bestehen.

Handlungsfeld: Standortkommunikation

Der Wettbewerb zwischen Städten und Regionen als Arbeits- und Lebensort wird immer intensiver. Will man als Stadt in diesem Wettbewerb um Einwohner und gut ausgebildete Fachkräfte erfolgreich sein, reicht es nicht aus, die Menschen erst vor Ort von den eigenen Vorzügen zu überzeugen. In der heutigen Zeit ist es für jede Stadt wichtig, sich als prägnante Marke zu positionieren. Insbesondere Menschen, die vor der Wahl eines neuen Wohn- und Arbeitsortes stehen, lassen sich von dem Bild beeinflussen, das sie von einer Stadt haben. Ganz ähnlich sieht es bei Unternehmen und Touristen aus. Eine konkrete Vorstellung und ein positives Image sind wichtige Faktoren bei der Entscheidung dafür, sich in einer Stadt anzusiedeln bzw. sie zu besuchen.

Aachen ist bekannt für seine historischen Highlights um Karl den Großen und das UNESCO-Welterbe Aachener Dom. Ebenso bekannt ist die Stadt für ihre vielseitigen Traditionen, für die europäische Lebenskultur im Dreiländereck, den Karlspreis, das CHIO und die heißen Quellen. Seit dem Jahr 2000 steht im Leitbild der Stadt Aachen auch die Wissenschaft festgeschrieben. Forschung und Entwicklung sind für die Technologieregion und das Wirtschaftsleben der Stadt von eminenter Bedeutung. Historie und Innovationsfähigkeit müssen daher gemeinsam das Bild prägen, das die Menschen von der Stadt haben, innerhalb ebenso wie außerhalb. Diese Wahrnehmung muss gemeinsam von allen Multiplikatoren und Akteuren gefördert und betrieben werden.

Handlungsfeld: Kultur und Lebensqualität

Der Erfolg eines Standortes hängt stark davon ab, ob es ihm gelingt, die Standortattraktivität seiner Zielgruppen zu erhöhen. Dabei spielt der Begriff der Lebensqualität eine immer entscheidendere Rolle. Insbesondere für junge, gut ausgebildete Menschen, die heutzutage weltweit mobil sind und ihren Lebensmittelpunkt frei wählen können, entscheiden die Wohn- und Lebensqualität häufig darüber, ob sie an einem Ort bleiben möchten oder nicht. Eine besondere Rolle kommt in diesem Kontext dem kulturellen Angebot zu. Gerade die großen Metropolen zeigen deutlich, dass ein vielschichtiges öffentlich und privat initiiertes Kulturangebot eine große Anziehung auf Bewohner und Besucher einer Stadt ausüben kann.

Überträgt man dieses Wissen auf Aachen, so erwächst hieraus für die Stadt eine entscheidende Aufgabe. In ihrer Verantwortung liegt es, eine größtmögliche Lebensqualität zu erzeugen. Hierzu gehört das Angebot von Kultur bzw. attraktive Bedingungen für private Kulturschaffende vorzuhalten. Gerade mit Blick auf die knapp 60.000 Studierenden und einem zuvor beschriebenen „Brain Drain“ entscheidet eine städtische Kulturpolitik in der heutigen Zeit mit darüber, ob ein Ort nur als Mittel zum Zweck, im Falle Aachens als ‘Durchlauferhitzer’ für die eigene Karriere, verstanden wird oder als Ort mit Lebensqualität und Potenzial zum Leben.

Zuständige Akteure der Wissenschaftsstadt

Die primäre Zuständigkeit zur Ausarbeitung und Umsetzung der beschriebenen Handlungsfelder wurde von der Strukturkommission bei den Fachbereichen 02 und 13 zentral angesiedelt. Diese Zuteilung beruht zum einen darauf, dass das städtische Marketing einen großen Einfluss darauf hat, wie Aachen als Stadt nach innen und außen wahrgenommen wird und somit eine Ausbildung der Marke Wissenschaftsstadt Aachen ohne eine entsprechende Vermarktung undenkbar ist. Zum anderen wohnt der Wirtschaftsförderung mit der Abteilung Wissenschaft und Europa und dem hier angesiedelten Hochschulbeauftragten seit den 90er Jahren dieses Thema zentral inne. In dieser Rolle ist der Fachbereich, durch administrative Funktionen und operative Maßnahmen, inhaltlich am längsten in die Prozesse und Inhalte einer Wissenschaftsstadt eingebunden.

Im Ergebnis entsteht so eine Arbeitsteilung in die Bereiche Wissenschaftsmarketing und Wissenschaftsmanagement, die für die nachhaltige Weiterentwicklung der Wissenschaftsstadt Aachen entscheidend ist. Beide Fachbereiche sind dabei gleichberechtigt und für das Thema Wissenschaftsstadt jeweils unverzichtbar (siehe Grafik ‘Akteure und Zuständigkeiten’).

Wissenschaftsmarketing

Schwerpunktmäßige Aufgabe des Wissenschaftsmarketings ist es, die Wissenschaftsstadt und ihre Bedeutung für Aachen über verschiedene Marketingkanäle und -instrumente nach innen und außen zu transportieren, zu erläutern und somit langfristig zu manifestieren. Hierzu wird im Kern ein Markenbildungsprozess im Vordergrund stehen, der im kommenden Jahr beginnt.

Mit dem Future Lab Aachen wurde unter Federführung des Fachbereichs Presse und Marketing in diesem Jahr erstmals eine Dachmarke geschaffen, die sichtbar machen soll, dass die ganze Stadt im Rhythmus ihrer Hochschulen und deren Forschung und Entwicklung tickt. Hierzu sind der Vielfalt an Formaten keine Grenzen gesetzt: von der Website www.futurelab-aachen.de mit Veranstaltungskalender und Magazin, einer Wissenschaftsgala, über Ausstellungen und Talkrunden, bis hin zu einer 3D-Pixelmapping-Show sowie einem Wissenschaftsguide und vielem mehr, transportiert das Future Lab den Reichtum der Wissenschaft in einer bunten Mischung. Damit bilden Hochschulen und Stadt in einem gemeinsamen Marketing ab, was genau Aachen so stark macht: die Lehre, Forschung und Entwicklung, vor allem aber die Menschen, die das alles in Gang setzen und ermöglichen.

Wissenschaftsmanagement (Wissenschaftsbüro)

Gemeinsam sind sich die Fachbereiche 02 und 13 einig, dass, wie bisher, die Kernaufgabe, die Wissenschaftsstadt Aachen mit der Entwicklung von Projekten und entsprechenden Netzwerkstrukturen greifbar zu machen, im Fachbereich Wirtschaftsförderung / Europäische Angelegenheiten angesiedelt sein soll. Bisher wurde diese Aufgabe im Kern durch den

Hochschulbeauftragten wahrgenommen. Um diesem heterogenen und komplexen Aufgabenfeld noch besser gerecht zu werden, soll die Aufgabe zukünftig über ein zentrales Instrument im Fachbereich 02, dem Wissenschaftsbüro, wahrgenommen werden. Mit der Struktur eines Wissenschaftsbüros wird die Akteurs- und Themenvielfalt gebündelt und koordiniert. Durch diesen Prozess gelingt eine inhaltliche Abstimmung, Priorisierung, gemeinsame Zielsetzung und somit zielgerichtete Umsetzung von Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Wissenschaftsstadt Aachen. Die zwei Kernaufgaben des Wissenschaftsbüros sind somit:

1. Lotsenfunktion

Das Wissenschaftsbüro hat eine administrative Funktion. Das bedeutet, dass es einen übergeordneten strategischen Blick auf das Thema Wissenschaftsstadt hat – lokal als auch überregional. Es identifiziert relevante Themen und Aufgaben einer Stadt- Hochschulkooperation und einer zukunftsorientierten Wissenschaftsstadt. Zudem ist es zentrale Anlaufstelle/Dienstleister für die verschiedenen Akteure aus den Hochschulen, der städtischen Verwaltung und anderen privaten oder öffentlichen Einrichtungen die mit der Wissenschaftsstadt direkt oder indirekt verwoben sind. In dieser Funktion übernimmt es eine informierende, verknüpfende und moderierende Rolle für sie und zwischen ihnen.

Beispiel: In dem beschriebenen Aufgabenfeld könnte ein strategisches Ziel beispielsweise sein, die Nutzung digitaler Technologien mithilfe der Hochschulen gezielt zu forcieren, um Aachen als zukunftsorientierte SmartCity weiterzuentwickeln. In diesem Fall würde das Wissenschaftsbüro als Plattform des Austausches und der Ideenfindung fungieren. Seine Aufgabe läge in der Organisation regelmäßiger Treffen zwischen Vertretern aus Wirtschaft, Wissenschaft sowie Verwaltung, die gemeinsam Projekte realisieren, z. B. in den Bereichen Smart Mobility, Smart Energy oder auch eGovernment.

2. Projektentwicklung

Neben einer administrativen Funktion wird das Wissenschaftsbüro auch operational durch die Entwicklung einzelner Maßnahmen/Projekte aktiv werden.

Beispiel: Bei der Projektentwicklung handelt es sich um die Fortführung bisheriger Einzelmaßnahmen des Hochschulbeauftragten, wie z. B. der Formate 'Uni im Rathaus' oder 'Arbeiten bei ...' sowie der Organisation der jährlichen Erstsemesterbegrüßung und der Kármán-Bühne im Rahmen des AachenSeptemberSpecials. Hinzu kommen zukünftig Projekte aus den beschriebenen Handlungsfeldern, um die dort bestehenden Potenziale weiter zu nutzen. Wie diese Maßnahmen konkret aussehen, muss in den kommenden Monaten erarbeitet werden und kann von Anfragen externer Akteure jeder Zeit beeinflusst werden.

Den Rahmen für diese administrative (Lotsenfunktion) und operative Aufgaben (Projektentwicklung) des Wissenschaftsbüros bilden die dargelegten Handlungsfelder ab. Um diese zu konkretisieren, werden sie nachfolgend mit konkreten Beispielprojekten bebildert.

Technologietransfer

→ Early-Tech: Das Projekt dient der aktiven Initiierung, Förderung und Verbesserung des Technologie- und Wissenstransfers und der Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und KMU, sowie der aktiven Unterstützung von innovativen KMU bei der Gewinnung und Bindung von Fachkräften.

Willkommenskultur

→ NewcomerService: Der Newcomer Service will Kandidaten in der Bewerbungsphase und bereits hinzugezogene Neubürgern samt ihrer Familien in Aachen herzlich willkommen heißen, die Lebensqualität der Stadt präsentieren und so das Einleben in der neuen Wahlheimat erleichtern.

Wissensbasierte Entwicklung Aachens

→ SONAH App: Die Stadt Aachen unterstützt das Projekt SONAH. Hierbei handelt es sich um eine Handy-Applikation, die Autofahrern immer durch entsprechende Technik die vielversprechendsten Route zu einem naheliegenden, freien Parkplatz aufzeigt.

Kongressservice

→ Vermittlung: Das Wissenschaftsbüro kann mit dazu beitragen, dass die wissenschaftlichen Einrichtungen in Aachen und ihre Mitarbeiter noch stärker von den Möglichkeiten des Kongressstandortes Aachen erfahren. Insbesondere die Vermittlung des bestehenden Serviceportfolios scheint an dieser Stelle sinnvoll.

Bürgerschaftlicher Wissenstransfer

→ Technologiefenster: Das Projekt Technologiefenster soll die in Aachen vorhandene exzellente Forschung visuell/haptisch im Stadtraum manifestieren und dadurch den öffentlichen Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft intensivieren

Kultur und Lebensqualität

→ Kármán-Bühne: Ziel der Bühne auf dem Kármán-Hof ist es ein neues Angebot des AachenSeptemberSpecials zu kreieren, das speziell die vielen tausend Studierende und anderen junge Menschen in Aachen begeistern soll.

Um zukünftig pro Jahr mindestens ein Projekt realisieren zu können, sollten für das Wissenschaftsbüro zusätzliche jährliche Mittel zur Verfügung gestellt werden. Für das erste bzw. die ersten Jahre könnten mit weiteren finanziellen Mitteln verschiedene Maßnahmen realisiert werden. Beispielhaft sind folgende Projektideen denkbar, die Wissenschaft für die Menschen im Stadtbild unmittelbar greif- und erlebbar zu machen:

- 1.) Unterstützung der Einrichtung eines Tech-Shops mit 3D-Druckern, Laser-Cuttern, Design-Software etc. Durch Kurse und Coaching werden die Bürger in die Lage versetzt, ihre eigenen Produkte zu fertigen und neue Technologien kennenzulernen.
- 2.) Auch die pilotartige Verwendung von Sensoren in Straßenlaternen etwa zur Messung von Feinstaub, CO₂ oder freien Parkplätzen wäre eine denkbare Maßnahme.

- 3.) Und mit Blick auf den Einzelhandel könnte ein Shopping Lab physisch in der Innenstadt eingerichtet werden, das den Händlern, Bürgern und Kunden zeigt, welche digitale Technik heute schon im Einzelhandel genutzt werden kann.
- 4.) Zudem ist die pilotartige Ausstattung von elektromobilen Zuliefer- und Kurierfahrzeugen mit Unterbodenkameras denkbar. Diese könnten dann während ihrer Dienstfahrten im Aachener Stadtgebiet Risse in der Straßenbahndecke aufzeichnen, und damit als Frühwarnsystem fungieren und die städtische Inventur des Anlagevermögens nachhaltig erleichtern.

Kooperation

Wichtig zu erwähnen ist an dieser Stelle, dass trotz beschriebener Aufgabenteilung eine enge Zusammenarbeit zwischen den beiden Fachbereichen absolut notwendig und sinnvoll ist. Denn in den Handlungsfeldern Willkommenskultur, Bürgerschaftlicher Wissenstransfer oder auch Kultur & Lebensqualität können erfahrungsgemäß nur in enger Zusammenarbeit beider Fachbereich Maßnahmen realisiert werden. Überhaupt muss der Grundsatz gelten: Gutes Marketing funktioniert nur mit guten Inhalten und gute Inhalte lassen sich nur mit einem guten Marketing transportieren. Auf dieser Basis sollte immer eine dem Ziel dienenden Kooperationsmöglichkeit überprüft werden. Um diesen notwendigen Austausch zu gewährleisten, wird es regelmäßige Abstimmungen zwischen beiden Fachbereichen geben. Dabei muss einerseits ein kontinuierlicher Informationsaustausch über das jeweilige aktuelle Handeln erfolgen, andererseits dient dieser Austausch der gemeinsamen Entwicklung und Umsetzung von Projekten.

Natürlich muss auch mit anderen Fachbereichen/Dezernaten eine thematische Abstimmung stattfinden, wenn es um die Wissenschaftsstadt geht. Zwar kann nicht der Anspruch erhoben werden, beispielsweise gänzlich in die Details einer Campuserwicklung eingeweiht zu werden, jedoch sollte auch verwaltungsintern das Wissenschaftsbüro als eine zentrale Anlauf- bzw. Servicestelle rund um die Wissenschaftsstadt verstanden werden (siehe Lotsenfunktion).

Zusätzlich ist die Kooperation mit den Hochschulen, Forschungseinrichtungen und weiteren Akteuren aus Kultur, Wirtschaft etc. unerlässlich. Trotz einer bereits langjährigen und etablierten Kooperation mit den Hochschulen, gilt es dabei zu beachten, dass zukünftig noch stärker die direkten Mehrwerte, sprich, die kurz- bis mittelfristige Realisierung von Projekten im Vordergrund stehen sollten. Hierzu müssen bereits bei der Identifizierung von Themen aber insbesondere bei der Umsetzung von Projekten die Bedürfnisse aller involvierten Akteure erkannt werden. Nur wenn alle Partner frühzeitig einen Mehrwert in einer Kooperation erkennen, werden sie eine solche eingehen.



Zusammenfassung

Durch die zuvor schon benannten und im Fachbereich Wirtschaftsförderung/Europäische Angelegenheiten vorhanden langjährigen Strukturen (Kontakte zu, und Kooperationen mit Aachener Hochschulen sowie die Stelle des Hochschulbeauftragten) soll das Wissenschaftsbüro als zentrales Instrument im Fachbereich 02 eingerichtet und aufgebaut werden.

Dabei erfolgt der Aufbau der Wissenschaftsstadt Aachen durch die Einrichtung des Wissenschaftsbüros im Fachbereich 02 in engem Austausch mit dem Fachbereich Presse und Marketing, welcher sich verstärkt um das Thema Wissenschaftsmarketing kümmert, so dass eine inhaltliche Abstimmung und Priorisierung sowie gemeinsame Zielsetzungen bei der Umsetzung der Maßnahmen der Wissenschaftsstadt Aachen im Vordergrund stehen.

In 2017 soll durch die Umsetzung von ein bis zwei Projekten und unter Verwendung der zusätzlich bereitgestellten Mittel die Weiterentwicklung Aachens hin zur Wissenschaftsstadt forciert werden. Die Umsetzung erfolgt in enger Abstimmung mit den Aachener Hochschulen, Unternehmen, Bürgerinnen und Bürgern sowie weiteren Akteuren.

Die im Nachfolgenden beschriebenen Projektideen befinden sich derzeit in Klärung und teilweise schon in Anbahnung mit relevanten Akteuren aus Wissenschaft und Wirtschaft. Die nach dem Klärungsprozess als besonders tragfähig und erfolgsversprechend erscheinenden Projektvorschläge werden dem AAWW konkretisiert zur erneuten Beratung und Auswahl vorgelegt.

Projektideen:

- 1.) Tech-Shop: Unterstützung bei der Einrichtung eines Tech-Shops mit 3D-Druckern, Laser-Cuttern, Design-Software etc.
Ein in der Innenstadt verortetes Ladenlokal ermöglicht die unmittelbare Nutzung von und das Lernen an neuesten Technologieprodukten für Jedermann.
Durch die Einrichtung eines Tech-Shops wird das übergeordnete Ziel, Wissenschaft für 'Jeden' nutzbar und erlebbar zu machen, erreicht. Des Weiteren wird das Thema Wissenschaft im Stadtbild sichtbar und die Barriere, neue Technologien auszuprobieren und zu nutzen, abgebaut.
- 2.) Sensorik in Straßenlaternen: Die pilotartige Verwendung von Sensoren in Straßenlaternen zum Beispiel zur Messung von Feinstaub, CO₂, zur Identifizierung freier Parkplätze, zur Erzielung von Einspareffekten durch eine sequenziell steuerbare Stadtbeleuchtung sowie zur Vernetzung mit Fahrerassistenzsystemen und autonomen Fahren sollen positive Auswirkungen auf Verkehrsfluss und Luftreinhaltung, auf Sicherheit im Straßenverkehr und zur Haushaltsentlastung aufzeigen. Das Vorhaben stellt zudem als Demonstrationsprojekt die multifunktionale Einsetzbarkeit von neuen Technologien im Straßenbild dar und sensibilisiert gleichzeitig die Bevölkerung für deren Einsatz.
- 3.) Auch die Unterstützung von in Aachen ansässiger Unternehmen bei dem Einsatz autonomer Fahrzeuge im städtischen Straßenverkehr (z.B. bei der Postzustellung) zeigt die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten neuer Technologien im Stadtbild. Aachen wäre damit Testlabor für autonomes Fahren.
- 4.) Unterbodenkameras zur Aufzeichnung von Fahrbahnschäden und als Frühwarnsystem werden im Rahmen des Technologietransfers in den alltäglichen Einsatz von elektromobilen Zuliefer- und Kurierfahrzeugen integriert und bieten dadurch neben der Implementation von neuer Technik, auch einen Vorteil bei der Sicherung des städtischen Anlagevermögens. Parallel können sie zu Kosteneinsparungen bei den gesetzlich erforderlichen Straßeninventuren beitragen.
- 5.) Veranstaltungsreihe 'Stadt der Zukunft': Im Rahmen des bürgerschaftlichen Wissenstransfers werden Jugendliche mit Wissenschaftlern verschiedenster Disziplinen zusammengebracht, um Ideen und Bilder für die 'Stadt der Zukunft' zu entwickeln. Dabei werden die kreativen Ideen der Jugendlichen mit der Expertise erfahrener Wissenschaftler in einem kreativen Prozess ausgearbeitet. Das Format führt damit also gezielt eine Bevölkerungsgruppe mit Wissenschaft zusammen, fördert den Diskurs zu drängenden Herausforderungen unserer Zeit wie z.B. Demografischer Wandel, Digitalisierung oder Klimaschutz und zeigt in kreativer Form Entwicklungsmöglichkeiten für Aachen auf.

Die zuvor benannten Projekte werden durch Marketingmaßnahmen flankiert und tragen zur Sichtbarkeit und Entwicklung Aachens als Wissenschaftsstadt bei.