

Antrag der Fraktion der CDU**Einheitliche Gesamtstrategie des Bremer Wissenschaftsmarketings 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. Ein solcher Ansatz wäre allerdings vor dem Hintergrund der seit Jahren sinkenden Bewerber- und Studienanfängerzahlen unter anderem an der Universität Bremen zwingend notwendig, um im Wettbewerb mit den anderen Bundesländern um die besten Köpfe und Fachkräfte von morgen erfolgreich zu sein. Eine aktuelle Studie „CHECK Entwicklung der Studienanfänger:innen in Deutschland“ des Centrums für Hochschulentwicklung von April 2023 zeigt diese Gefahr deutlich: Während andere Stadtstaaten Berlin und Hamburg im Zeitvergleich ihre Zahl der Studienanfänger und -anfängerinnen erhöht haben, sind die Studienanfängerzahlen im Bundesland Bremen hingegen um rund 8,8 Prozent zurückgegangen.

Während die Universität und die Hochschulen einzelne Werbemaßnahmen und -kampagnen eigenständig und für sich durchführen, um neue Studierende und Wissenschaftler anzuwerben, fehlt bis heute noch eine ganzheitliche und koordinierte Vermarktung der gesamten Hochschullandschaft in unserem Bundesland. Schon bei einer Sitzung des Ausschusses für Wissenschaft, Medien, Datenschutz und Informationsfreiheit im Mai 2022 wurde die mangelnde übergreifende Vermarktung der Hochschullandschaft thematisiert und kritisiert. Um hier Verbesserungen zu erzielen, hat die CDU-Fraktion im Juli 2022 einen Antrag „Übergreifende Marketingstrategie der Hochschullandschaft im Land Bremen entwickeln und umsetzen!“ (Drucksache 20/1524) in die

Bürgerschaft (Landtag) eingereicht. Dieser wurde von Rot-Grün-Rot nur aus politischen Gründen abgelehnt.

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 beziehungsweise 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>) (Stand 4. Oktober 2023) zeichnet sich im Vergleich zu den gemeinsamen Webseiten zum Studium in den anderen Bundesländern, wie etwa in Niedersachsen (<https://www.studieren-in-niedersachsen.de/>) (Stand 4. Oktober 2023) 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, vertritt das Land Bremen momentan noch die Chance, seine Hochschulen und Universitäten populärer zu machen und auf kreative Art und Weise für ein Studium im Land Bremen zu werben. Auf Druck der CDU-Fraktion Bremen und der Hochschulen, eine hochschulübergreifende Marketingstrategie zu entwickeln, wurde diese Forderung in den Koalitionsvertrag 2023 bis 2027 der SPD, Bündnis 90/Die Grünen und DIE LINKE aufgenommen. Nun müssen den politischen Versprechungen schnellstmöglich die Taten folgen.

Eine hochschulübergreifende Marketingstrategie, die das Studieren im gesamten Land Bremen in den Fokus nimmt, könnte eine deutliche 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 Potenzial 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 einheitlichen Gesamtstrategie des Bremer Wissenschaftsmarketings, verzahnt mit dem Stadtmarketing von Bremen und Bremerhaven, 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 im In- und Ausland 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 einheitlichen Gesamtstrategie des Bremer Wissenschaftsmarketings mit finanziellen Mitteln zu unterstützen,
 3. dem Ausschuss für Wissenschaft, Medien, Datenschutz, Informationsfreiheit und Digitalisierung spätestens sechs Monate nach der Beschlussfassung über die Ergebnisse der Erarbeitung der einheitlichen Gesamtstrategie des Bremer Wissenschaftsmarketings, verzahnt mit dem Stadtmarketing von Bremen und Bremerhaven, zu berichten und zwölf Monate nach der Beschlussfassung über ihren aktuellen Umsetzungsstand zu berichten.

Susanne Grobien, Frank Imhoff und Fraktion der CDU