

Exposé zur Bachelorarbeit

Sommersemester 2019

Hochschulstadt Meschede –

Das Image von Stadt und Hochschule aus Sicht
der Studierenden

André Panoias Gomes

s6anpano@uni-bonn.de

Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Geographisches Institut

Arbeitsgruppe: Stadt- und Regionalforschung

Betreuer: Prof. Dr. Wiegandt

Abgegeben: 21.05.2019

1. Einführung in das Thema

Hochschulen gewinnen als Standortfaktor für das Image einer Stadt immer mehr an Bedeutung. Eine funktionierende Hochschule kann einen wichtigen Wirtschaftsfaktor für die Region darstellen (MOSSIG 2014: 75). Als Beispiel hierfür galt der Rückgang der Studierendenzahlen in Gießen, der gleichzeitig Folgen im Einzelhandel mit sich brachte (BEHRENS 2004).

In dem im Hochsauerland gelegenen Meschede befindet sich seit 2002 die Fachhochschule Südwestfalen. Die Hochschule ist ein Zusammenschluss aus fünf Standorten in Südwestfalen: Hagen, Iserlohn, Meschede, Soest und Lüdenscheid. Mit rund 13.800 Studierenden in 55 Studiengängen im Bachelor- und Masterbereich und acht Fachbereichen ist die „Fachhochschule Südwestfalen – University of Applied Sciences“ eine der größten ihrer Art in Nordrhein-Westfalen. Die Hochschule in Meschede bietet überwiegend Studiengänge im ingenieurwissenschaftlichen sowie im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich an.

Da die Stadt Meschede eine Einwohnerzahl von 30.275 (STAND: 31.12.2018) besitzt, stellt eine Studierendenzahl von 4453 eingeschriebenen Studenten im Wintersemester 2018/19 14,7% der Bevölkerung dar. An dieser Stelle ist zu beachten, dass viele der Studierenden noch bei den Eltern wohnen oder auch aus benachbarten Gemeinden nach Meschede pendeln. Zudem muss man hierzu auch beachten, dass die Fachhochschule durch den Zusammenschluss der fünf Standorte ein Gebiet abdeckt, in dem einige Standorte weniger als 50km voneinander entfernt sind. (z.B.: Meschede – Soest). Ein anderer zu beachtender Aspekt ist die zunehmende Alterung im Sauerland. Im Großraum Meschede leben über 16.000 Menschen, die über 45 Jahre alt sind, das entspricht der Hälfte der Gesamtbevölkerung! Und somit auch über 16.000 Menschen, die die Hochschuleinrichtung nicht nutzen, mit Ausnahme von Gasthörern, Dozenten etc.

Die Fachhochschule in Meschede wirbt mit dem Slogan „Warum nicht studieren, wo andere Urlaub machen?“. Hier entsteht die Frage, wer denn dort in den Urlaub fährt? Studenten? Oder doch eher die ältere Bevölkerung? Ist die Stadt für jüngere Menschen (Studenten) attraktiv oder zieht es die Leute doch lieber aus Meschede weg?

Dies führt zu dem Punkt, dass - wie TATA (2004) schon beschrieb - neben Faktoren wie dem Studienangebot und der Qualität der Lehre weiche Standortfaktoren wie die Lebensqualität oder die Attraktivität der Stadt von entscheidender Rolle seien.

Er bezeichnet es als ein Zusammenspiel von persönlichen, hochschulbezogenen und standortbezogenen Gründen, wenn man die Entscheidung für oder wider einer Hochschule treffen muss. Deshalb ist es für das Stadtmarketing von Bedeutung, wie das Image der Stadt bei diesen Entscheidungsprozessen mitwirkt sowie die Wahrnehmung der Stadt und die Lebensqualität in der Stadt von den Studenten bewertet wird. Nach der Auswertung der Untersuchung der Hochschulstandortwahl in Gießen bestätigte Ivo Mossig im Jahr 2005, dass neben den persönlichen Motiven besonders die studienortbezogenen Aspekte die Entscheidung der Hochschulstandortwahl beeinflussen (MOSSIG 2015). Somit hat die Hochschule nicht viele Möglichkeiten, außerschulische Aspekte wie die Attraktivität des Hochschulstandortes zu beeinflussen. Jedoch ist sie besonders vom Image der Stadt abhängig. Demnach kann man davon ausgehen, dass eine große Korrelation zwischen der Hochschule und der jeweiligen Hochschulregion existiert.

2. Forschungsziel

Das Ziel dieser Bachelorarbeit wird es sein zu ermitteln, wie das Image oder wie attraktiv die Stadt Meschede aus Sicht der Studierenden ist. Hierbei soll zuerst ermittelt werden, welche Kriterien für die Mescheder Studenten ausschlaggebend für einen „idealen“ Hochschulstandort sind. Diese Kriterien bestehen aus „[...] städtischen Merkmalen und Eigenschaften, [...] um daraus ein Eigenschaftsprofil einer „idealen“ Universitätsstadt“ zu entwickeln“ (vgl. MOSSIG 2015: S.79). Im Anschluss soll geklärt werden, wie die Mescheder Studenten die vorher genannten Aspekte des eigenen Hochschulstandortes bewerten, so dass eine vergleichende Analyse zwischen dem theoretischen Ideal und dem Standort Meschede stattfinden kann. Außerdem soll eine klare Differenzierung zwischen Pendlern, gebürtigen Meschedern und Zugezogenen stattfinden, denn das Bild der Stadt Meschede ist unter diesen drei Kategorien unterschiedlich ausgebildet. So können diese Bewertungsunterschiede nach MOSSIG in zwei unterschiedliche Images unterteilt werden. So werden die Einschätzungen von den Studierenden, die ihren Heimatort nicht im Hochsauerlandkreis haben - also die Studierenden, die zugezogen sind - als Fremdimage bezeichnet. Demgegenüber bilden die Studierenden, die ihren Heimatort im Hochsauerlandkreis haben - demnach die gebürtigen Mescheder sowie die Pendler - das Eigenimage der Stadt Meschede.

Als Nächstes soll dargestellt werden, wie die Studierenden einzelne Aspekte des

studentischen Lebens beurteilen. Darunter zählen unter anderem Freizeitmöglichkeiten, Bewertung des Campus, Einkaufsmöglichkeiten, studentische Bars/Kneipen etc.

Aufbauend darauf wird ein Eigenschaftsprofil der Stadt Meschede aus Sicht der Studierenden angefertigt. Den Studierenden werden gegensätzliche Begriffspaare im Sinne eines semantischen Differentials vorgelegt, bei denen sie dann ankreuzen sollen, welcher der vorgegebenen Begriffe eher zu der Stadt Meschede passt.

Abschließend soll der Grad der Verbundenheit der Mescheder Studenten mit der Stadt Meschede ermittelt werden. Außerdem soll hier auch dargestellt werden, ob sich die Studierenden auch vorstellen könnten, nach Fertigstellung des Studiums, in Meschede zu bleiben.

3. Methodik

In meinem theoretischen Teil der Arbeit werde ich die Vielfalt des Imagebegriffs darlegen, unter anderem durch die Begriffserklärungen von Imagefunktionen, Imagebildung, Imagekorrektur und Imageveränderung etc. Aufbauend darauf werden auch die Begriffe Studentenstadt, Identität sowie die Wechselbeziehung zwischen Stadt und Hochschule näher erläutert. Darauf folgt die genaue Darstellung des Untersuchungsgebiets sowie die Geschichte des Untersuchungsgebiets mit der Hochschule. Anschließend kommt eine kurze Beschreibung des praktischen Teils der Arbeit. Hier wird beschrieben, welche Methode benutzt wurde. Da ich mit einem Fragebogen arbeiten werde, wird in diesem Teil ebenfalls erklärt, wie der Fragebogen konzipiert und der Pretest durchgeführt worden ist. Ergänzend folgt eine ausführliche Methodenkritik.

Im größten Teil der Arbeit soll dann die Befragung ausgewertet, Ergebnisse dargestellt und die Hypothesen verifiziert oder falsifiziert werden. Im Detail wird an dieser Stelle beispielsweise die Bewertung der Kriterien einer „idealen“ Studentenstadt mit den Ergebnissen der Bewertung der Stadt Meschede als Studentenstadt in Bezug gebracht. Zudem werden weitere Aspekte bezüglich des Stadtimages aus Sicht der Studierenden mit dargestellt. Die Auswertung soll mit Unterstützung des Computeranalyseprogramms SPSS durchgeführt werden.

4. Literaturverzeichnis und mögliche Vorauswahl der Fachliteratur

BEHRENS, W. (2004): Stadt, Studierende und ein Szenario. In: Gießener Universitätsblätter, Heft 37, S. 57–64.

EINWOHNERSTATISTIK MESCHEDI (2018): Abrufbar unter: https://www.meschede.de/fileadmin/user_upload/Einwohnerstatistik-2018-12.pdf

FACHHOCHSCHULE SÜDWESTFALEN: Abrufbar unter: <https://www4.fh-swf.de/de/home/>

KRÜGER, S. (2014): Das Eigenimage von Städten – Eine Image und Zufriedenheitsanalyse der Bürger der Stadt Wolfenbüttel. Wolfenbüttel. (abrufbar unter:

https://opus.ostfalia.de/frontdoor/deliver/index/docId/599/file/Krueger_2014_Eigenimage_Staedte_Wolfenbuettel.pdf; Letzter Aufruf: 09.04.2019)

MOSSIG, I. (2015): Das Image der Stadt Gießen aus Sicht der Studierenden und seine Bedeutung bei der Wahl des Studienortes. Gießener Universitätsblätter 38, S. 75-85.

NUTZ, M. (1991): Räumliche Mobilität der Studierenden und Struktur des Hochschulwesens in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Analyse des Entscheidungsverhaltens bei der Studienortwahl und der Einzugsgebiete der Universitäten. In: Kölner Geographische Arbeiten, Heft 54. Köln.

RADTKE, B. (2013): Stadtslogans zur Umsetzung der Markenidentität von Städten. Eine theoretisch-konzeptionelle und empirische Untersuchung. (SpringerGabler) Wiesbaden.

TATA, L. (2004): Stadt und Hochschule. Partnerschaft zum gegenseitigen Nutzen. Bochum. (abrufbar unter: <https://eldorado.tu-dortmund.de:443/bitstream/2003/2846/1/Tataunt.pdf>)