

Exposé zur Bachelorarbeit

Studentenstadt Hamm? Das Image der Stadt Hamm aus Sicht der Studierenden.

Vorgelegt von: Linda Masur

Betreuung: Katharina Hackenberg

1 Einführung in das Thema und Forschungskontext

Hochschulen als Standortfaktor gewinnen für das Image einer Stadt immer mehr an Bedeutung. Auch in der eigentlich als Bergbaustadt bekannten Stadt Hamm war man sich in der Vergangenheit dessen bewusst. Nach großen Anstrengungen der Stadt in Kooperation mit Lippstadt war es im Jahr 2005 erstmals gelungen, eine Hochschule am Standort Hamm anzusiedeln. Die private SRH-Hochschule, welche 2009 von einem eher dezentralen Standort an einen zentralen innerstädtischen Standort umziehen konnte und zuletzt eine Gesamtzahl von rund 700 Studierenden aufwies, stellt zusammen mit der Hochschule Hamm-Lippstadt (HSHL) die junge Hochschullandschaft in Hamm dar. Die HSHL wurde 2008 im Rahmen des Gesetzes zum Ausbau der Fachhochschulen in NRW gegründet und wurde 2014 auf einem ehemaligen Kasernengelände als neuer Campus Hamm in modernster Bauweise errichtet. Sie ist heute mit etwa 2400 Studierenden am Standort Hamm nahezu voll ausgelastet. Beide Hochschulen bieten überwiegend Studiengänge im ingenieurwissenschaftlichen Bereich an und orientieren sich teilweise am Branchenprofil der Stadt Hamm, welches sich vor allem durch Logistik, Energiewirtschaft und Technik auszeichnet. Da die Stadt Hamm circa 180.000 Einwohner hat, stellt dementsprechend eine Studierendenzahl von insgesamt 3100 gerade einmal eine Gruppe von rund 5% der Einwohner dar. An diesem Punkt muss jedoch erwähnt werden, dass aufgrund der nahe gelegenen Oberzentren Münster und Dortmund ebenfalls viele Studierende von anderen Hochschulen und Universitäten der Einfachheit halber bei den Eltern wohnen geblieben sind und täglich in andere Städte pendeln. Es kann also nicht genau bestimmt werden, wie groß der Anteil von Studierenden allgemein an der Gesamtbevölkerung ausfällt.

Heute, rund zehn bzw. sechs Jahre nach der Immatrikulation der ersten Studierenden stellt sich die Frage, inwieweit diese Entwicklung Einfluss auf die Stadt Hamm genommen hat und ob sie in Zukunft in Konkurrenz zu anderen Hochschulstandorten wettbewerbsfähig bleiben kann. Bei der Wahl der Hochschule sind nämlich neben Faktoren wie dem Studienangebot und der Qualität der Lehre weiche Standortfaktoren wie der Attraktivität einer Stadt oder die Lebensqualität von großer Bedeutung (TATA 2014). Durch das Zusammenspiel zwischen persönlichen, hochschulbezogenen und standortbezogenen Gründen bei der Entscheidung für oder gegen eine Hochschule ist es demnach besonders für das Stadtmarketing von großem Interesse herauszufinden, welchen Anteil das Image einer Stadt bei dieser Wahl hat, wie die Stadt allgemein wahrgenommen wird und wie die Lebensqualität in der Stadt von den Studenten bewertet wird. Untersuchungen durch eine Studie von

GREVEN (2011) bezüglich der Hochschulstandortwahl von BWL-Studierenden haben gezeigt, dass neben der Qualität der Lehre im finalen Entscheidungsprozess bei der Wahl der Hochschule das Stadtimage mit Abstand das wichtigste Kriterium darstellt. Auch Ivo Mossig kommt nach einer Auswertung von verschiedenen Untersuchungen bezüglich der Hochschulstandortwahl Gießen zu dem Schluss, dass „neben persönlichen Motiven vor allem studienortbezogene Aspekte die Entscheidung beeinflussen (...)“. Demnach „hat die Hochschule selbst kaum Möglichkeiten, die außerhochschulischen Aspekte wie die Attraktivität des Studienortes zu beeinflussen, trotzdem ist sie in hohem Maße vom Image ihrer Stadt abhängig“ (MOSSIG 2005). Es besteht also eine enge Wechselwirkung zwischen Hochschule und Hochschulregion.

Da natürlich der Zuzug von Studenten auch wirtschaftliche Vorteile für eine Hochschulstadt bringt, spielt in diesem Kontext die Verbundenheit der Studierenden mit ihrer Stadt eine große Rolle. Denn gerade in wirtschaftlich benachteiligten Städten ist es von großer Bedeutung, dass die Studierenden auch nach Abschluss ihres Studiums in der Stadt verbleiben, dort eine Familie gründen oder Steuern zahlen. Auch hier muss die Stadt in jeder Hinsicht attraktiv genug sein, um im Wettbewerb mit anderen Städten mithalten zu können.

2 Zielstellung

Ziel dieser Arbeit ist festzustellen, inwieweit die Stadt Hamm für Studierende bezüglich des Images attraktiv ist. Dazu soll im ersten Schritt ermittelt werden, welche Kriterien nach Meinung der Hammer Studierenden für eine „ideale Studentenstadt“ ausschlaggebend sind. Im Folgenden sollen diese Aspekte im Hinblick auf die Stadt Hamm bewertet werden, so dass eine vergleichende Analyse erfolgen kann. Auch die Frage, ob sich verschiedene Gruppen von Studierenden – Pendler, gebürtige Hammer, Zugezogene – in ihrer Bewertung der „Studentenstadt Hamm“ unterscheiden, soll in diesem Kontext beantwortet werden. Ebenfalls soll im Zuge dessen ermittelt werden, was die ausschlaggebenden Gründe für die Entscheidung für den Hochschulstandort Hamm waren. Insgesamt betrachtet soll sich hierdurch ein „Bild“ bzw. „Image“ der Stadt Hamm ergeben, differenziert in „vor dem Studium“, „während des Studiums“ und ebenso in „Eigen- bzw. Fremdimage“. Das Fremdimage kann durch die Bewertung der Pendler dargestellt werden. Im nächsten Schritt soll ermittelt werden, wie zufrieden die Studierenden mit verschiedenen Aspekten des studentischen Lebens in Hamm wie beispielsweise der Erreichbarkeit des Campus, den Freizeitmöglichkeiten und in diesem Kontext mit ihrer Integration in das gesellschaftliche Leben sind.

Als letzter Schritt soll durch die Ermittlung des Grades der Verbundenheit mit der Stadt Hamm geklärt werden, inwieweit die Hammer Studierenden sich mit der Stadt identifizieren, ob sie nach dem Studium in Hamm bleiben wollen oder warum sie sich gerade nicht eine Zukunft in Hamm vorstellen können. Mit Hilfe einer offenen Frage am Ende jedes Themenblocks wird den Studierenden im Anschluss Raum für Anregungen oder Kritik gegeben, damit seitens der Stadt Hamm Maßnahmen zur Optimierung der Bedingungen für die Studenten innerhalb der Stadt diskutiert werden können.

Da Hamm ein sehr junger Hochschulstandort ist, und eine – auch allgemeine Imageanalyse der Stadt – zuletzt im Jahr 1972 erfolgte, gibt es kein derartiges Vergleichsmaterial. Dennoch ist gerade aus diesem

Grund die Ermittlung der oben beschriebenen Aspekte sehr interessant, um in Erfahrung zu bringen, inwieweit die Studierenden die Stadt innerhalb der letzten 10 Jahre geprägt bzw. verändert haben und welche Probleme in Zukunft angegangen werden müssen. Auch ob die Studierenden in Zukunft durch eine hohe Verbundenheit zur Stadt ökonomisch einen wichtigen Beitrag leisten könnten und Hamm sich dadurch weiterentwickeln könnte, ist im Hinblick auf die Wettbewerbsfähigkeit zwischen den Städten und den Hochschulen eine spannende Frage, welche zu klären sein wird. Handelt es sich bei der Stadt Hamm also bereits um eine Studentenstadt, oder besteht diesbezüglich noch Handlungsbedarf?

3 Vorgehensweise und Methodik

Im theoretischen Teil der Arbeit sollen zunächst grundlegende Informationen zum Thema Image, Studentenstadt, Identität und Wechselbeziehungen zwischen Stadt und Hochschule erläutert werden. Im Anschluss daran werden zentrale Begriffe definiert, der Problemzusammenhang dargestellt und Forschungsfragen erarbeitet. Danach folgen eine Darstellung der Rahmenbedingungen innerhalb der Stadt Hamm und ein Profil der Hochschulen, sowie ein Überblick über ihre Entstehungs- bzw. Ansiedlungsgeschichte. Die Grundlage hierfür liefern Literaturrecherchen. Der zweite Teil der Arbeit umfasst den methodischen Teil, also mit welchem Instrument die Datenerhebung erfolgen soll und wie sich die Stichprobe der Befragten zusammensetzt. Da dies voraussichtlich durch eine Online-Befragung geschehen soll, wird an dieser Stelle außerdem eine ausführliche Methodenkritik erfolgen. Im dritten und größten Teil der Arbeit soll dann die Befragung ausgewertet, Ergebnisse dargestellt und Hypothesen angenommen oder abgelehnt werden. Im Detail wird an dieser Stelle beispielsweise die Bewertung der Kriterien einer „idealen Studentenstadt“ in Bezug zu den Ergebnissen der Bewertung der Stadt Hamm als Studentenstadt gesetzt und weitere Aspekte bezüglich des Stadtimages aus Sicht der Studierenden dargestellt.

4 Zeitplan

ARBEITSSCHRITTE	WOCHE
1. – 2. Woche	Literaturrecherche, Gliederung, Vorbereitung Fragebogen
3. Woche	Pretest, Programmierung Fragebogen
4.-5. Woche	Durchführung der Umfrage
6.-9. Woche	Auswertung der Ergebnisse
10.-11. Woche	Niederschrift
12. Woche	Korrektur

6 Literatur

BACK, Hans-Jürgen u. Dietrich FÜRST (2011): Der Beitrag von Hochschulen zur Entwicklung einer Region als „Wissensregion“. In: E-Paper der Arl 11, abrufbar unter: http://shop.arl-net.de/media/direct/pdf/e-paper_der_arl_nr11.pdf (letzter Abruf am 28.10.2015)

GREVEN, G. (2011): Hochschulen als Marken. Ein Beitrag zur Hochschulwahl auf verhaltenstheoretischer Grundlage. (Springer Verlag) Wiesbaden.

HAUFF, Thomas: Braucht Münster ein neues Image? Empirische Befunde zum Selbst- und Fremdbild als Grundlage eines Integrierten Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingkonzeptes. in: BISCHOFF, C. und C. KRAJEWSKI (Hrsg.) (2003): Beiträge zur geographischen Stadt- und Regionalforschung. Festschrift für Heinz Heineberg. Münster, S. 43-56 (Münstersche Geographische Arbeiten, H.46)

MOSSIG, I. (2005): Das Image der Stadt Gießen aus Sicht der Studierenden und seine Bedeutung bei der Wahl des Studienortes. Gießener Universitätsblätter 38, S. 75-85.

OBSZERNINKS, B.: Hamm- Vom Bergbaustandort zur Hochschulstadt. In: Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft(Hrsg.)(2011): Wissensbasierte Stadtentwicklung. (Edition Stifterverband,) Essen.

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

SCHÜTTEMEYER, A. (1998): Eigen- und Fremdimage der Stadt Bonn. Eine empirische Untersuchung. In: Bonner Beiträge zur Geographie 1998, H. 9.

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>; letzter Aufruf: 19. Oktober 2015)