

INTERVIEW

Studie zu ostdeutschen Hochschulen: Gutes Abschneiden von Sachsen-Anhalt*

Wie engagieren sich die Hochschulen der ostdeutschen Flächenländer in ihren Regionen? Diese Frage beantwortet das Institut für Hochschulforschung an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg in einer neuen Studie.

Mit welchem Selbstverständnis treten die 45 Hochschulen auf? Welche Rolle spielen Kooperationen mit der Wirtschaft und Kommunen? Gibt es Forschungsprojekte oder regelmäßige Veranstaltungen mit regionalen Partnern? Die Ergebnisse für Sachsen-Anhalt haben wir im Interview mit dem Leiter der Studie Prof. Peer Pasternack ausgewertet.



Prof. Dr. Peer Pasternack vom Institut für Hochschulforschung an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (HoF). Bild: Pressestelle Uni Leipzig/Jan Woitas.

Herr Prof. Pasternack, wie haben Sie die Daten für die Studie erhoben?

Wir haben uns zunächst die öffentlichen Auftritte, das heißt unter anderem Jahresberichte und Internetauftritte, der Hochschulen angesehen. Die Ergebnisse sind in jeweils ein Datenblatt geflossen, das wir dann an die Hochschule zur Prüfung geschickt haben.

Wie waren die Reaktionen?

Zunächst haben von den 45 Hochschulen 30 geantwortet. Die Reaktionen gingen in zwei Richtungen: Die einen waren selbst überrascht, mit wie vielen Maßnahmen sie etwas für die Region unternehmen. Die anderen wurden darauf aufmerksam, dass sie noch nicht alle Aktivitäten für ihre Regionen öffentlich kommunizieren und haben entsprechend ergänzt.

Wie schneiden die Hochschulen von Sachsen-Anhalt ab?

Das war für uns eine kleine Überraschung. Im mitteldeutschen Vergleich liegt Sachsen zwar vorn. Unmittelbar dahinter kommt aber Sachsen-Anhalt mit einer fast ebenso hohen Dichte an Maßnahmen für die Regionalentwicklung. Dabei muss man berücksichtigen, dass Sachsen-Anhalt nur halb so viele Hochschulen wie Sachsen hat.

Wie erklären Sie sich das gute Abschneiden Sachsens-Anhalts?

Es ist meines Erachtens eine Mischung aus der Förderung regionaler Projekte durch die Politik, zum Beispiel von Forschungs- und Entwicklungsprojekten und dem Willen von Hochschulangehörigen selbst, sich in der Region zu engagieren. Dass es ungleich schwerer ist, diese Anstrengungen in einen tatsächlichen Technologie- und Wissenstransfer zu verwandeln, liegt in der kleinteiligen Wirtschaftsstruktur Sachsens-Anhalts begründet.

Infos und Kontakt

Justus Henke / Peer Pasternack / Stefan Zierold (Hrsg.): Schaltzentralen der Regionalentwicklung. Hochschulen in Schrumpfungsregionen, Akademische Verlagsanstalt, Leipzig 2015, 315 S. ISBN 978-3-931982-93-5.

Inhalt und Leseprobe: <http://www.hof.uni-halle.de/web/dateien/pdf/Schaltzentralen-Inh-u-leseprobe.pdf>

Zum Anhang der Studie mit Interviewleitfaden, Fragebogen und Datenbank: http://www.hof.uni-halle.de/web/dateien/pdf/Schaltzentralen_Anhang.pdf

Prof. Dr. Peer Pasternack, Institut für Hochschulforschung an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (HoF), Tel.: 03491 – 466 254, E-Mail: peer.pasternack@hof.uni-halle.de

Welche Empfehlung würden Sie den Hochschulen geben, die sich regional engagieren wollen?

All ihre Aktivitäten, Angebote und Möglichkeiten deutlich und immer wieder zu kommunizieren. Es ist nicht mit dem einmaligen Statement getan. Dass die Hochschulen ein wichtiger regionaler Partner sein können, gerät im unternehmerischen Alltagsstress, aber auch bei Stadtverwaltungen, Kammern oder Vereinen immer wieder aus dem Blickfeld. Dabei kann es für die regionalen Interessenten im Übrigen entscheidend sein, dass eine Hochschule auch überregional erfolgreich ist. Anders gesagt: Nur durch die überregionalen Aktivitäten einer Hochschule haben Unternehmen vor Ort die Möglichkeit, an wichtigen Wissenskreisläufen zu partizipieren.

Welche Empfehlung geben Sie Unternehmern, die eine Hochschule vor Ort haben?

Sich das Wissen der Hochschulen zu Nutze zu machen. Es entstehen zum Beispiel ständig Seminar-, Bachelor- oder Masterarbeiten, die in Bezug auf technische Entwicklungen oder Fragen der Organisation wie Personalentwicklung oder Marketing hilfreich sein können. Dabei dürfen Unternehmer nicht immer sofort passgenaue Angebote erwarten, denn Wissenschaft und Wirtschaft sind zwei verschiedene Felder. Aber: Wissenschaftler können passgenaue Angebote erarbeiten. Die Brücke dahin ist die richtige Kommunikation und die Kanäle sind vorhanden.

* Wenn in dieser Pressemitteilung von Wissenschaftlern oder Forschern, Unternehmern, Existenzgründern, Studierenden, Teilnehmern oder Interessenten die Rede ist, sind damit sowohl weibliche als auch männliche Vertreter gemeint.