

Schriftliche Kleine Anfrage

des Abgeordneten Carsten Ovens (CDU) vom 15.01.19

und Antwort des Senats

Betr.: 100 Jahre Universität Hamburg – Was ist der Stand der Dinge?

Mit der Drs. 21/13440 beschloss die Hamburgische Bürgerschaft, am 27.06.2018 das 100. Jubiläumsjahr der Universität Hamburg umfassend zu unterstützen, Maßnahmen zu befürworten, die im Jubiläumsjahr durchgeführt werden, diese Maßnahmen ins Stadtmarketing aufzunehmen und Mittel dafür bereitzustellen.

Mit der Drs. 21/15505 folgte am 11.12.2018 eine erste Unterrichtung zum Stand der Dinge. Bis auf einige wenige Maßnahmen, wie einen Festakt im Audimax, ein Jubiläumskonzert in der Laeiszhalle, einen Senatsempfang und ein Abschlusskonzert in der Elbphilharmonie enthält die Drucksache wenig Konkretes; ebenso wenig dazu, wie die eingestellten Mittel in Höhe von 1 Million Euro verteilt werden.

Vor diesem Hintergrund frage ich den Senat:

Der Senat beantwortet die Fragen teilweise auf der Grundlage von Auskünften der Universität Hamburg wie folgt:

1. *Wann genau sind beziehungsweise wurden die Planungen zum Jubiläumsjahr von der Universität Hamburg und der zuständigen Behörde abgeschlossen?*

Die Planungen sind noch nicht abgeschlossen. Das bisher veröffentlichte Jubiläumsprogramm ist detailliert aufgeführt unter: <https://www.jubilaeum.uni-hamburg.de/programm.html>.

2. *Liegt die Liste der geplanten Einzelmaßnahmen bereits vor?*

- a) *Wenn ja, seit wann, und welche Einzelmaßnahmen beinhaltet diese?*

Siehe Antwort zu 1.

- b) *Wenn ja, welche Gesamtkosten entstehen durch diese Einzelmaßnahmen und wie verteilen sich diese auf die einzelnen Maßnahmen?*
- c) *Wenn nein, warum nicht?*
- d) *Wie hoch sind die Gesamtkosten der bisher geplanten Einzelmaßnahmen aus der Drs. 21/15505 und wie verteilen sie sich auf die einzelnen Maßnahmen?*

Siehe Drs. 21/15684.

- e) *Wurden die einzelnen Maßnahmen bereits in das Stadtmarketing aufgenommen?*

Wenn ja, welche Maßnahmen, und wie?

Ja. Die Awareness-Kampagne „Wie die Stadt, so die Uni“ lief im Dezember 2018 und im Januar 2019 über die SIA-Stadtmarketing-Freiflächen. Im Juni wird die Kampagne für den „Sommer des Wissens“ ebenfalls über die SIA-Stadtmarketingflächen verbreitet.

- f) *Reichen die bisher eingestellten Mittel in Höhe von 1 Million Euro aus, um die bisher geplanten Maßnahmen und die noch nicht in der Drs. 21/15505 genannten Maßnahmen zu finanzieren?*

Die Verwendung der Mittel ist überwiegend für die unter 2. b) bis d) genannten Maßnahmen vorgesehen. Diese werden zu den kalkulierten Kosten umgesetzt.

- g) *Wenn nein, warum nicht, und wie wollen der Senat beziehungsweise die zuständige Behörde die Mehrkosten ausgleichen?*
- h) *Inwieweit sind die bisher geplanten Maßnahmen geeignet, die „Bedeutung des Wissenschaftsstandortes Hamburg und der Universität Hamburg zu verdeutlichen“?*
- i) *Inwieweit sind die bisher geplanten Maßnahmen geeignet, „einen bleibenden Wert zu schaffen und damit auch nachhaltig für Bürgerinnen und Bürger“ zu sein?*
- j) *Inwieweit sind die bisher geplanten Maßnahmen geeignet, „die Sichtbarkeit der Universität zu erhöhen“?*

Anlässlich des Universitätsjubiläums sind 2019 zahlreiche Veranstaltungen und Formate geplant, die die Stadt zum Campus machen und damit den Bürgerinnen und Bürgern sowie der Stadt, den Gästen und der Metropolregion die Bedeutung von Wissenschaft, Forschung und Lehre zeigen. Die Universität geht mit ihren Themen in die Stadt, zum Beispiel bei dem Format „Vorlesung für Alle“. Damit macht sie auf die Bedeutung der Wissenschaft für Hamburg aufmerksam. Insbesondere beim Sommer des Wissens im Juni, wo auf der Premiumfläche der Stadt vor dem Rathaus an vier Tagen alle Hochschulen, Universitäten und wissenschaftlichen Einrichtungen aktuelle Forschungsthemen allgemeinverständlich präsentieren und ein umfassendes Programm bieten, wird dies deutlich werden.

Die neu entwickelten Formate können auch zukünftig Teil des Programms der Wissenschaft für die Stadt sein. Zudem schafft die Universität mit einer Ausstellungsfläche im historischen Hauptgebäude einen Ort, an dem Universität, Wissenschaft, Lehre und Bildung verständlich gezeigt und erlebbar werden.

Indem die Universität die Stadt zum Campus macht und bei zahlreichen Veranstaltungen im gesamten Stadtgebiet präsent ist, wird die Sichtbarkeit deutlich erhöht. Eine Kampagne sowie PR-Aktivitäten führen zu einer Vermittlung der Themen an die jeweiligen Zielgruppen.

- k) *Gibt es bereits die geplante Jubiläumskampagne und was sieht diese vor?*

Neben der bereits im Oktober 2018 gestarteten Kampagne „Wie die Stadt, so die Uni“ wird es ab Februar ganzjährig eine Jubiläumskampagne geben. Zudem wird die Reihe „Wahrzeichen gratulieren“ im Januar 2019 den Auftakt für eine Vielzahl an PR-Aktionen in der Stadt markieren.

- l) *Wie steht es um die Realisierung der geplanten „Vorlesung für alle“?*

Die „Vorlesung für Alle“ wird wie geplant umgesetzt. An ungewöhnlichen Orten im gesamten Stadtgebiet (Stadtteilzentren, Kirchen, Elbphilharmonie, Einkaufspassagen und vor allem Barkassen) werden die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ihre Forschungsthemen leichtverständlich erklären.

3. *Wann genau und in welcher Form gedenkt der Senat beziehungsweise die zuständige Behörde, die Bürgerschaft über die genauen Maßnahmen und deren Kosten sowie den Umsetzungsstand im Detail zu informieren?*

Siehe Drs. 21/15505 und 21/15684.