

Erntebblatt Fokusgruppe 2 – HDH Uni-Stadt

22.02.2013, 15.00 - 17.00 Uhr, Rathaus Heidenheim, Raum 643

Sitzungsleitung: Stefan Hornischer (Themenpate)

TeilnehmerInnen: Horst Neugart, Thomas Ille, Klaus Kögler, Cornelia Kirchmayr, Johannes Geiger

Herr Dieter Henle lässt sich wegen Krankheit entschuldigen.

Themen / Inhaltliche Schwerpunkte

- Öffentlichkeitsarbeit / Werbung für "HDH als Hochschulstadt"
- Ideenbörse für die Gestaltung des WCM-Areals

Ergebnisse

Eine HZ-Umfrage, ob Heidenheim von seinen Bürgern als Hochschulstadt wahrgenommen wird, zeigt die Aktualität der Fragestellung unserer Fokusgruppe. Wie kann die Duale Hochschule noch mehr in das Bewusstsein der Bevölkerung gerückt werden?

Öffentlichkeitsarbeit / Werbung für "HDH als Hochschulstadt" :

Um Heidenheim als Hochschulstadt besser in das Bewusstsein der Bevölkerung zu bringen und zu bewerben, wurden die folgenden Vorschläge gemacht:

- Optische Impulse an den Zufahrten nach Heidenheim (z. B. große Leuchtreklamen mit den Buchstaben HDH und darüber als Schriftzug „Hochschulstadt“)
- Die Stützwand an der Seewiesenbrücke stadteinwärts könnte für das Anbringen von Bannern genutzt werden (HDH als Hochschulstadt)
- die Flächen könnten für andere Veranstaltungen wie Opernfestspiele ebenfalls genutzt werden
- Werbung / Schriftzug am DHBW-Gebäude bzw. auffälligerer Namenszug (Dies könnte als Projektarbeit der DHBW einvernehmlich mit dem Architekten bearbeitet werden, um keine Urheberrechte zu verletzen)
- Leuchtreklame in den Außenanlagen
- Einladung der DHBW an Verbindungslehrer / Studienberater an der weiterführenden Schulen als Mediatoren für die Studienangebote der Hochschule
- Kooperation / Kommunikation mit SIA
- Informationsabend der DHBW (welche Berufsbilder werden erreicht)
- Schlossarkaden-Infotage sollen genutzt werden
- Tag der offenen Tür in der DHBW
- Lokalteil der Zeitungen könnte mit Logo "Heidenheim – Hochschulstadt" überschrieben bzw. gekennzeichnet sein.
-
- Ebenso könnte zyklisch eine "Hochschulseite" in die Zeitung aufgenommen werden, wo vom Geschehen der Hochschule berichtet wird.

- Nutzung der Billboards am Kino bzw. an der Gaststätte Linde („von HDH in die Welt“ – Leute aus HDH, die nach dem Studium an der DHBW Ihre Karriere in der weiteren Welt gemacht haben, keine glatten Werbemodells)
- Welche (Werbe-) Maßnahmen fordert / fördert die DHBW selbst, um sich besser zu "vermarkten"

Ideenbörse für die Gestaltung des WCM-Areal:

Die Ideenbörse für die Gestaltung des WCM-Areals wurde grundsätzlich mit dem "Campus-Gedanken" verbunden. Das WCM-Areal sollte optisch als Hochschul-Bereich erkennbar sein. Dazu nannten wir folgende Stichworte:

- Stilistisch, architektonisch erkennbar als "Hochschulgelände"
- Erlebbarkeit : die Bebauung sollte auch nach "Feierabend" belebt sein, etwa durch Shops; Gastronomie; freie Plätze, öffentliche Sitzgruppen
- "Zweiter Würfel" (Arbeitstitel) für Erweiterungsbau der DHBW
- Brückensteg vom WCM-Areal zum jetzigen Gelände, möglichst markante, auffällige Architektur
- Eine Riegelbebauung längs der B19 soll Schalldämmung für das Areal erreichen
- Die Neubauten sollen großzügig Parkraum in Tiefgaragen bereithalten, um das Areal weitestgehend optisch "autofrei" zu gestalten
- Flächenreserve für städtebauliche Weiterentwicklung bereithalten (z.B. III.Würfel; Akademiegebäude; Forschungseinrichtungen o.ä.), also nicht jeden Meter verbauen
- Das Gelände auch für studentisches Wohnen nutzen
- Den (von der "Roten Halle" aus gesehen) nördlichen Bereich bis zum Festplatzgelände in die Areal-Planung einbeziehen

Unsere gesammelten Impulse konnten im Anschluss an unsere Sitzung Herr Ille und Stefan Hornischer in der Fokusgruppe "WCM_Areal" vorstellen. Zwischen den Vorstellungen der beiden Fokusgruppen gab es große Übereinstimmung.

**nächste moderierte Fokusgruppensitzung:
08.03.2012, 16.00 - 18.30 Uhr, Rathaus ; Raum 643**

Abschlussveranstaltung: 15.06.2013