

3.01 Haus der Wissenschaft (Handlungsempfehlung)

Beschreibung der Maßnahme

Um Wissen als Motor unserer Gesellschaft noch besser nutzen zu können, bedarf es Begegnungen und Dialog, bedarf es mehr Kooperationen und gemeinsamer Lösungen gesellschaftlicher Herausforderungen – gerade auch im lokalen Kontext. Diese Aufgabe können die Hochschulen nicht allein meistern. Neben den Hochschulen als klassischen Orten der Wissenschaft entwickelt sich mit einem „Haus der Wissenschaft“ (Arbeitstitel) in der Innenstadt ein Ort, der die Wissenschaftsstadt Bielefeld symbolisiert und für eine breite Öffentlichkeit lebendig werden lässt. Als Brückenschlag zwischen Wissenschaft und Stadt kann es die nun begonnene Strategie nachhaltig verstetigen, weiterführen und sie partizipativer und inklusiver werden lassen.

Die Ergebnisse der AG 3 zeigen: Der Wissenschaftsstandort Bielefeld wird bereits von einer lebendigen Wissenschaftskommunikation und tragfähigen Netzwerken geprägt, aber es mangelt an Sichtbarkeit, Bündelung und strategischer Kommunikation der Inhalte. Einen entscheidenden Beitrag zur Verbesserung dieser Diagnose kann das Haus der Wissenschaft leisten. Es bündelt einerseits bereits bestehende Angebote und hilft, sie effektiver zu kommunizieren, initiiert aber andererseits auch neue Formate und Strategien.

Im Anschluss an die europäische und internationale Entwicklung soll das Haus der Wissenschaft mehr sein als ein bloßes Schaufenster der Ergebnisse Bielefelder Forschung: Anstatt wissenschaftliche Erkenntnisse und Ergebnisse nur zu präsentieren, bezieht das Haus der Wissenschaft die Bielefelder Stadtgesellschaft aktiv in den Innovations- und Forschungsprozess ein, fördert die Freude am Entdecken und (Noch-) Nicht-Wissen. Die Veranstaltungen im Haus der Wissenschaft sollen nicht ausschließlich neues Wissen vermitteln, sondern darüber hinaus Perspektivwechsel, Zusammenarbeit und gemeinsames Handeln anregen. Als Sparringspartner für Akteure aus Wissenschaft, Bildung, Stadt, Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Kunst- und Kreativszene usw. wird es zu einem dynamischen Netzwerkknotenpunkt, der als Impulsgeber sowie Förderer von Partizipation und Kompetenz zur Teilhabe zur aktiven Gestaltung der Wissensgesellschaft beiträgt. Für die Bespielung des Hauses sind ein kontinuierliches Workshop-Programm, temporäre und dauerhafte interaktive Ausstellungen sowie andere Formate der Wissenschaftskommunikation wie Science Slams, Science-Cafés, Podiumsdiskussionen etc. denkbar. Konkurrenzen sowie inhaltliche oder personelle Doppelstrukturen sollen in jedem Fall vermieden werden.

Die pädagogische und wissenschaftliche Begleitung spielt in der Organisation des Hauses eine wichtige Rolle und sollte in enger Kooperation mit den Hochschulen, vornehmlich der Universität und der Fachhochschule Bielefeld, erfolgen. Mit der alten Stadtbibliothek bietet sich eine Immobilie im Herzen der Stadt für die Nutzung an.

Zielgruppe

In der weiteren Konzeption noch zu spezifizieren. Reichweite: lokal und regional, landesweit, ggf. auch bundesweit.

Umsetzungshorizont

Abhängig von den Baumaßnahmen in der ehem. Kreissparkasse/alte Stadtbibliothek. Eröffnung frühestens 2019.

Meilensteine

- Konzepterstellung
- Entscheidung Rat der Stadt Bielefeld
- Umbau ehem. Kreissparkasse/alte Stadtbibliothek

Beitrag zur Entwicklung der „Wissenschaftsstadt Bielefeld“

- Verortung und zentrales Symbol der Wissenschaftsstadt Bielefeld als sichtbarer Brückenschlag zwischen Hochschulen und Stadt (Sichtbarkeit; Kommunikation)
- „Belebung“ der Wissenschaftsstadt
- Ansprechpartner, Netzwerkknotenpunkt und Impulsgeber (Bündelung; strategische Weiterentwicklung)
- Überregionales Alleinstellungsmerkmal mit Anschluss an den Puls der europäischen Entwicklung

Bezug zu anderen Maßnahmen

Anknüpfungspunkte zu diversen Maßnahmen des Strategiekonzepts, insbesondere zu AG 3.

Beteiligte Akteure

Stadt Bielefeld, Hochschulen, Bielefeld Marketing (v.a. Wissenschaftsbüro), diverse Akteure aus Kultur, Bildung und Freizeiteinrichtungen, Initiativen, Verbände, Vereine. Universität Bielefeld und Fachhochschule Bielefeld. Die Partner werden sich in der weiteren Konzeptionierungsphase konkretisieren.

„Motor“

Bielefeld Marketing GmbH (Wissenschaftsbüro)