

Wie lockt man Jugendliche?

Wer an Nürnberg denkt, der denkt nicht gerade zuerst an einen Hochschulstandort. Das soll sich ändern. Studenten des „Campus M21“ haben für einen Wettbewerb Ideen entwickelt, die junge Menschen für einen Studienplatz in Nürnberg begeistern sollen.

Wie kann man Jugendliche am besten für sich gewinnen? Freilich über das Internet. Das haben auch die Mitarbeiter der Stadtentwicklung im Bürgermeisteramt erkannt. Zusammen mit dem „Campus M21“-Studienzentrum haben sie den Wettbewerb „Ideen für Nürnberg“ ins Leben gerufen. Marketing-Studenten sollten hierfür moderne Kampagnen erarbeiten, um Studenten in die Stadt zu locken.

Der städtische Verantwortliche Michael Ruf weiß, dass viele ihren Studienort auch nach der Attraktivität der Umgebung aussuchen. Eine breite Fächerauswahl etwa reiche nicht mehr allein aus. Angehende Studenten fragen sich, was die Stadt sonst noch zu bieten hat. Zunehmend seien weiche Standortfaktoren ausschlaggebend, erklärt Ruf – also die Kultur, das Freizeit- oder Einkaufsangebot.

Dass die Noris viel zu bieten hat, das wissen die Bewohner natürlich, erläutert Bürgermeister Christian Vogel. Nun gehe es darum, dies auch die Menschen außerhalb wissen zu lassen. „Nürnberg wird oft unterschätzt“, sagt er. Und was kaum jemand wisse: „Wir sind die Großstadt, in der es am wenigsten regnet.“

Ohne Hashtags läuft heute nichts mehr

Ohne Hashtags, soziale Netzwerke und witzige Videos läuft bei den Jugendlichen heute bekanntlich nichts mehr. Ein Blog, der all diese modernen Phänomene auf einer persönlichen Webseite vereint, scheint da des Rätsels Lösung, wie junge Leute gelockt werden können. Auch Franca Hildebrandt und Anna Gauch haben sich für ihr Siegerprojekt „#0911 – Nürnberg is calling“ (also Hashtag 0911 – Nürnberg ruft), den Trend Blogger zunutze gemacht. Ihre Idee: Eine Blogger-Wohngemeinschaft gründen, in der Neu-Nürnberger ihr Ankommen im Unialltag im Internet dokumentieren. Zum Beispiel könnten die Nürnberg-Blogger für die Internetplattform „YouTube“ ein Videotagebuch führen oder Fotos auf dem Bilder-Onlinedienst „Instagram“ veröffentlichen. So könnten auch internationale oder bundesweite Interessierte hautnah miterleben, was das Leben hier ausmacht – und dass es eben nicht nur aus „Drei im Weggla“ und Christkindlesmarkt besteht. Eine siebenköpfige Jury kürte diese Idee zum Gewinner. 500 Euro bekamen die Studentinnen dafür. Aber auch die anderen Projekte, so Ruf abschließend, haben der Stadtentwicklung wichtige Impulse für ihr Konzept zum Ausbau der Hochschul- und Bildungsgesellschaft geliefert.

Meike Kreil