

Antragsbereich H: Hochschulfinanzierung

Antrag H1_18/2

1 **H1_18/2 Für unabhängige Hochschulen:** 2 **Unternehmen raus aus den Hörsälen!**

3 In deutschen Hochschulen gilt das Prinzip der akademischen Freiheit, welches in Freiheit der
4 Forschung und Freiheit der Lehre gegliedert ist. Dieses wichtige Prinzip sollte von Lehrenden und
5 Forschenden hoch angesehen werden, unter anderem da es die Arbeit an Hochschulen derart
6 einzigartig macht und eine Hochschullandschaft wie die unsere erst ermöglicht.

7 Allerdings profitieren nicht nur die Gruppen der Professor*innen und Wissenschaftlichen
8 Mitarbeiter*innen von diesen Freiheiten, sondern maßgeblich auch die Studierenden, die in freien
9 und unabhängigen Bildungseinrichtungen lernen können, die sonst nicht existieren würden.

10 Obwohl auf dem Papier eigentlich alle von unabhängigen Hochschulen profitieren, stößt die Idee
11 eines solchen freien Ortes der Bildung in Finanzierungsfragen oft schnell an ihre Grenzen.
12 Die Grundfinanzierung durch die Länder und die Paktfinanzierung durch den Bund sind nicht
13 ausreichend, um die Aufgaben von Forschung und Lehre vollständig zu erfüllen und jeder
14 Hochschule ein freies Wählen aller Schwerpunkte zu ermöglichen. Von einer gesicherten,
15 angemessenen Grundfinanzierung würden auch Studierende stark profitieren, da mehr Geld in die
16 Lehre fließen würde und nicht jeder Studiengang nach seiner Wirtschaftlichkeit überprüft werden
17 müsste. Die defizitäre Finanzierung bringt Hochschulen dazu, gegeneinander in Wettbewerben um
18 begrenzte „Exzellenz“-Mittel anzutreten, teils problematische Drittmittel aus verschiedenen Quellen
19 anzuwerben und die Forschungsleistung der Hochschule nach den verfügbaren Drittmitteln
20 auszurichten.

21 Das Problem der Finanzierung zieht sich durch alle Bereiche der Hochschulen, die wirtschaftliche
22 Nutzung der Forschung ist dabei bei weitem nicht die einzige Komplikation.
23 So haben Unternehmen zum Beispiel früh erkannt, dass einerseits Studierende eine nicht zu
24 vernachlässigende Zielgruppe für Werbung und allerlei Produkte sein können und andererseits,
25 dass ein positives Bild des Unternehmens unter jungen Menschen langfristige Markentreue sichern
26 kann und das Anwerben möglicher zukünftiger Arbeitnehmer*innen vereinfacht.
27 Daher finden sich vielerorts Angebote speziell für Studierende oder Kampagnen, deren Inhalte auf
28 Studierende ausgerichtet sind. Daneben ist aber ebenfalls so, dass nicht nur Kampagneninhalte
29 angepasst werden, sondern auch die Hochschule physisch als Ort für Werbung und Aktionen
30 gewählt wird. Plakate in Hochschulnähe, Flyer vor und in der Mensa oder Messen an der
31 Hochschule sind nur einige mögliche Modi, mit denen Industrie und Firmen in die Hochschulen
32 vorrücken.

33 Diese Entwicklung wird besonders dort problematisch, wo dieser Eingang in den Lehrbetrieb findet
34 und so Studierende mehr oder weniger explizit beeinflusst. Sei es im Bereich der
35 Berufsorientierung nach dem Studium oder in verengten Feldzugängen in Wissenschaftsbereichen.
36 Das Studium sollte sich nicht an Partikularinteressen einzelner Wirtschaftsakteur*innen orientieren,
37 sondern seiner gesellschaftlichen Verantwortung nachkommen.

38 Ein Weg, auf dem die Unternehmen ihren Weg in die Hochschulen sucht, ist das Raum-Sponsoring.
39 Dies ist dabei meist ein Modus, in dem die Hochschule Unternehmen anbietet, sich entweder durch
40 einen wiederkehrenden, kleineren finanziellen Beitrag oder einmalig durch einen größeren die
41 Möglichkeit zur Benennung eines Hörsaales oder anderweitigen Raumes zu sichern und diesen für
42 ihre Veranstaltungen zu nutzen. Häufig wird der Raum nach dem Sponsor selbst benannt.
43 Auswirkungen der Namensgebung können dabei unter anderem folgende sein:
44 Logos und Namen der Unternehmen außerhalb und innerhalb des Raums, Einblendung des
45 Firmenlogos bei Einschalten des Beamers. Hörsaalsponsoring ist einerseits für die chronisch
46 unterfinanzierten Hochschulen eine kurzfristige Einnahmequelle, soll aber auch langfristig Spenden
47 für die Hochschule sichern. Gleichzeitig bietet sie Unternehmen eine bisher nicht vorhandene
48 Präsenz an den Hochschulen. Die primäre Motivation für Werbung und Sponsoring an Hochschulen
49 ist jedoch die desaströse Finanzlage vieler Hochschulen. Dies ist als besonders kritisch zu
50 betrachten, da es sich um Werbung handelt, die dort weder etwas zu suchen hat, noch als solche
51 gekennzeichnet wird, der sich Studierende nicht entziehen können und die auch ohne Absprache
52 mit Studierenden, die am meisten betroffen sind, dort platziert wurde.

53 Eine andere, vor allem in technischen Studiengängen beliebte Vorgehensweise sind Gastvorträge,
54 welche ebenfalls kritisch zu sehen sind. Bei diesen muss der Mehrwert für die Studieninhalte
55 erkennbar sein und sie dürfen nicht unternehmerischen Werbezwecken dienen. Das
56 Zustandekommen solcher Veranstaltungen muss transparent und nachvollziehbar sein. Außerdem
57 dürfen Gastvorträge nicht Ergebnis einer finanziellen Zuwendung der Unternehmen an die
58 Hochschulen sein.

59 Um derartigen Entwicklungen entgegen zu wirken und auch in Zukunft unabhängige,
60 demokratische, soziale und offene Hochschulen zu ermöglichen, fordern wir:

- 61 • Ein Ende des Hörsaal-Sponsorings! Denn kritische Lehre, die auch Kapitalismus-Kritik
62 beinhalten muss, verkommt gesponserten Räumen und Gebäuden schnell zur Farce!
- 63 • Wir fordern für Räume, in denen wir lernen, lehren und arbeiten ein allgemeines Werbeverbot
64 für Unternehmen.
- 65 • Eine Überprüfung aller Gastvorträge aus der Wirtschaft und eine Streichung all derer, die
66 keinen tatsächlichen Mehrwert für die Veranstaltung haben!
- 67 • Keine Kommerzialisierung der Lehre!
- 68 • Dass insbesondere durch Unternehmen finanzierte Stiftungsprofessuren auf den Prüfstand
69 gestellt und mittelfristig abgeschafft werden.
- 70 • Eine langfristige, bedarfsdeckende und gerechte Hochschulfinanzierung ohne Wettbewerbe
71 und Pakte!

72
73 Denn nur Hochschulen, die kritische, selbstständige Absolvent*innen ausbilden, können den Weg in
74 eine freie Zukunft gehen und ebnen!