

Vorgestern durfte ich als Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät ein Vielzahl neuer Studierender persönlich begrüßen und ihnen zur Wahl ihrer Universität gratulieren. Denn die Universität Bern ist im Aufwind: Die Studierendenzahl hat gegenüber dem Vorjahr um fast drei Prozent auf über 15 000 Studierende zugenommen und ist somit stärker gewachsen als das Bruttoinlandsprodukt der Schweiz. Im internationalen QS World University Ranking stieg die Universität Bern von weltweit Platz 193 im Jahr 2009 auf Platz 142 im Jahr 2011 und konnte damit beispielsweise die Universität Basel überbunden (Platz 151). Auch unsere Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften konnte hier einen Beitrag leisten: Im «Handelsblatt»-Ranking der Topfakultäten für Volkswirtschaftslehre konnte sich Bern vom 13. auf den 12. Platz im deutschsprachigen Raum vorarbeiten. Wenn auch solche Rankings – wie von unserem Rektor Martin Täuber in der Berner Zeitung bereits erläutert – gewissen Verzerrungen unterliegen, so ist die hohe Bedeutung der Rankings in den Medien ein wichtiges Indiz für folgendes Phänomen: Der internationale Wettbewerb zwischen Universitäten um die besten Studierenden und Mitarbeiter gewinnt an Intensität. In einem solchen Umfeld gewinnt die strategische Posi-

BZKolumne



Harley Krohmer
ist Professor für
Marketing, Uni-
versität Bern

Die Universität der Hauptstadt im Aufwind

tionierung einer Universität und ihrer einzelnen Fakultäten an Bedeutung.

Auch an der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften stellt sich daher die Frage, wie wir uns strategisch positionieren können, um zum zunehmenden Erfolg der Universität Bern beitragen zu können. Eine wichtige Chance ist aus unserer Sicht hierbei der zentrale Standortvorteil der Universität Bern – wir sind die Universität in der Bundeshauptstadt, also die Hauptstadtuniversität (Capital University). Wie wir diese Chance aufgreifen, möchte ich beispielhaft an drei Forschungseinheiten unserer Fakultät illustrieren.

Das erste Beispiel ist das Institut für Politikwissenschaft unter seiner neuen Leitung durch Professor Adrian Vatter. Mit der Lancierung eines neuen Studiengangs «Schweizer und vergleichende Politik» auf Masterstufe, der innovativen Reform des traditionellen Jahrbuchs für Schweizer Politik und insbesondere gezielten Neuberufungen von herausragenden Forschern im Bereich der Schweizer Politik knüpft das politikwissenschaftliche Institut an seine ruhmreiche Vergangenheit als renommiertes Forschungszentrum für Schweizer Politik an. Es nutzt damit gezielt den starken natürlichen Standortvorteil von Bern als politisches Zentrum der

Schweiz und Sitz der Bundesregierung, des Parlaments, der politischen Parteien und Verbände und den damit verbundenen Arbeitsmarktchancen für Akademiker, um sich gegenüber anderen Universitäten abzuheben. Die neuesten Studierendenzahlen zeigen, dass die strategische Neuausrichtung erste Früchte trägt.

Ein zweites Beispiel ist das von den Professoren Wolf Linder, Norbert Thom und Ulrich Zimmerli gegründete Kompetenzzentrum für Public Management (KPM), das die Bedeutung des Verwaltungsstandortes Bern nutzt und Grundlagenforschung im Bereich der Verwaltungswis-

«Bern hat einen Standortvorteil.»

senschaften durchführt. Kernprodukt des Kompetenzzentrums im Bereich der Lehre ist ein erfolgreicher Nachdiplomstudiengang mit Masterdiplom in Verwaltungswissenschaften. Darüber hinaus werden stark beachtete Dienstleistungen für die öffentliche Hand in Form von Beratungen, Gutachten und Evaluationen erbracht.

Das dritte und jüngste Beispiel ist das neue Zentrum für Regionalwirtschaft unter der Leitung von Professor Aymo Brunetti. Mit diesem Center for Regional

Economic Development können wir unsere Rolle als Hauptstadtuniversität besonders gut zum Ausdruck bringen. Hier sollen in Zukunft grundlegende Fragen der regionalen Wirtschaftsentwicklung untersucht werden. Das Zentrum setzt sich zum Ziel, eine Anlaufstelle für praxisnahe Forschung in den Bereichen Regionalökonomie und -entwicklung sowie Entrepreneurship zu werden. Dem Zentrum ist eine «Graduate School» angegliedert, die den Nachwuchs in diesem interdisziplinären Bereich ausbilden soll.

Diese drei Beispiele zeigen deutlich, dass die Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften den einzigartigen Wettbewerbsvorteil (Unique Selling Proposition) der Universität Bern als Hauptstadtuniversität der Schweiz erkannt hat. Die Formulierung einer klaren Hauptstadtstrategie mit eindeutiger Schwerpunkt- und Profilbildung in Lehre und Forschung ist unserer Ansicht nach angesichts des zunehmenden Wettbewerbs der Universitäten von herausragender Bedeutung für die Zukunft der Universität Bern. Wenn in einigen Jahren dann die heutigen Studienanfänger bei der nationalen wie auch internationalen Jobsuche gefragt werden, wo sie denn so erfolgreich studiert hätten, können sie mit Stolz antworten: an der Hauptstadtuniversität der Schweiz.

schweiz@bernerzeitung.ch