

1. PERSPEKTIVE DER STUDIERENDEN

A. Soziales Miteinander & Aufenthaltsqualität

- Der Campus wird hauptsächlich funktional genutzt – **Ankommen, Vorlesung, Gehen**.
- Es fehlt an **natürlichen Begegnungsräumen**: Orte, an denen man sich gerne und freiwillig aufhält, gibt es kaum.
- **Zufällige Begegnungen** sind selten, da es keine einladenden zentralen Aufenthaltsorte gibt.
- Der Wunsch nach einem stärkeren „**Wir-Gefühl**“ ist groß – auch unabhängig vom Studiengang oder Semester.
- Besonders **internationale Studierende** empfinden den Einstieg als schwierig und den Alltag als isoliert.

B. Freizeitangebote & Veranstaltungsleben

- **Veranstaltungen** sind selten, schwer auffindbar oder richten sich nur an bestimmte Gruppen.
- **Eigeninitiative** wird gehemmt durch organisatorische Hürden, Unsicherheit und mangelnde Unterstützung.
- Es fehlt an Orten für **Freizeitgestaltung, kreatives Arbeiten oder Hobbys** (z. B. Gaming, Musik, Kunst, Kochen).
- Viele wünschen sich ein vielfältigeres Campusleben mit **Sport, Kultur, niedrigschwelligen Aktionen**.

C. Raum- & Campusgestaltung

- Innenräume werden als **steril und zweckgebunden** empfunden – „keine Atmosphäre zum Verweilen“.
- **Außenflächen sind da**, werden aber **nicht genutzt** – es fehlen Sitzgelegenheiten, Schatten, Struktur.
- Der Bedarf an **modularen, flexibel nutzbaren Räumen** ist hoch – idealerweise kombinierbar für Arbeiten, Entspannung, Austausch.
- **Rückzugsorte** für ruhige Momente fehlen ebenso wie „offene“ Treffpunkte für Gruppen.

D. Kommunikation & Orientierung

- Viele wissen **nicht**, wo relevante Informationen zu **Veranstaltungen, Gruppen, Räumen oder Angeboten** zu finden sind.

- Bestehende Kanäle (z. B. TH-Websites, Aushänge, Moodle) gelten als **unübersichtlich oder unvollständig**.
- Besonders Erstsemester fühlen sich **allein gelassen**: keine zentrale Infoquelle, zu wenig Einbindung.
- Wunsch nach **digitalen und physischen Kommunikationsorten**: z. B. Schwarzes Brett, App, Discord, Displays.

E. Essen & Verpflegung

- Die **Mensa** wird als solide, aber ausbaufähig bewertet – besonders bei Auswahl, Flexibilität und Öffnungszeiten.
- **Snacks, Getränke, Coffee-to-go** fehlen außerhalb der Mensazeiten.
- Es gibt **kaum Alternativen** (z. B. Foodtrucks, Pop-up-Angebote, Automaten mit gesunden Snacks).

F. Verbindung zur Stadt

- Der Campus wirkt **abgekapselt** von der Stadt – viele Studierende kennen zentrale Orte Gummersbachs kaum.
- **Freizeitangebote der Stadt** (Kino, Bars, Parks) werden nicht aktiv beworben oder sichtbar gemacht.
- Wunsch nach **Kooperationen mit der Stadt** – Events, Gastronomie, Kultur, öffentliche Räume.
- Der Campus wird **kaum als Teil des städtischen Lebensraums** empfunden.

2. PERSPEKTIVE DER HOCHSCHULE (LEHRENDE, VERWALTUNG, MITARBEITENDE)

A. Wahrnehmung des Campus

- Der Campus wird als **modern und gut ausgestattet** wahrgenommen – technisch auf hohem Niveau.
- Dennoch: Auch aus Sicht der Mitarbeitenden gibt es **kaum gelebte Campuskultur**.
- Die Hochschule ist **offen für neue Ideen**, sieht sich aber in einem Spannungsfeld zwischen Regelbetrieb, Sicherheit, Budget und Engagement.

B. Räumliche Rahmenbedingungen

- **Raumvergabe und -nutzung** sind klar geregelt, lassen aber **wenig Spielraum** für spontane Aktionen oder flexible Nutzung.

- Viele Räume stehen **nur eingeschränkt oder nicht dauerhaft** zur Verfügung – z. B. nach Dienstschluss oder am Wochenende.
- Bei Events fehlt es an **Zuständigkeiten, Transparenz und klaren Ansprechpartner:innen**.

C. Kommunikationsstruktur

- **Viele Informationsprozesse** laufen klassisch über E-Mail, Aushänge oder interne Systeme – nicht immer intuitiv für Studierende.
- Die Hochschule ist **bemüht um studentische Partizipation**, kämpft aber mit geringer Resonanz und schwer erreichbaren Zielgruppen.
- Es besteht der Wunsch nach **mehr studentischer Initiative** – z. B. eigene AGs, Clubs oder studentisch getragene Angebote.

D. Veranstaltungsorganisation & Sicherheit

- **Rechtliche Rahmenbedingungen** (z. B. Brandschutz, Lärmschutz, Datenschutz) müssen berücksichtigt werden.
- Viele **Veranstaltungen scheitern an Genehmigungsverfahren oder fehlender Infrastruktur** (Strom, Technik, Mobiliar).
- Es gibt Bedarf an **klarerer Leitfäden oder Ansprechpartner:innen**, die studentische Projekte begleiten.

3. PERSPEKTIVE DER EXTERNEN STAKEHOLDER

A. Stadt Gummersbach

- Die Stadt sieht die TH Köln als **wichtige Zukunftskraft und kulturellen Motor** für die Region.
- Es besteht der Wunsch, Studierende **mehr ins Stadtbild und das öffentliche Leben einzubinden**.
- Hemmnisse bestehen v. a. in der **fehlenden Sichtbarkeit von studentischem Leben** und in der Wahrnehmung von Gummersbach als „Durchgangsort“.
- Interesse an **Kooperationen für Events, Flächen, Kulturangebote** ist vorhanden.

B. Studierendenwerk

- Das Studierendenwerk ist offen für **Erweiterungen im gastronomischen Bereich**, benötigt jedoch konkrete, umsetzbare Vorschläge.
- Wichtig sind dabei **Nachhaltigkeit, wirtschaftliche Machbarkeit und personelle Ressourcen**.

- Ein möglicher Ausbau von **Mensa-Angeboten, Foodtrucks oder Kaffeeangeboten** wurde positiv aufgenommen – mit klaren Rahmenbedingungen.

C. Regionale Unternehmen & Partner

- Lokale Unternehmen zeigen grundsätzlich **Interesse an Projekten, Events und Kooperationen** – z. B. bei Hackathons, Sportaktionen oder Sponsoring.
- Voraussetzung ist dabei eine **professionelle, klare Kommunikation** und sichtbare Mehrwerte.
- Wunsch: **Mehr Sichtbarkeit für Studierende** in der Stadt und mehr **Raum für Talentförderung & Netzwerke**.