

[Neue Wege in Heidelberg: Wissenschaftsmarketing](#)

Athena Wissenschaftsmarketing als erste geisteswissenschaftliche Ausgründung der Universität Heidelberg

Seit Oktober 2006 sind das Heidelberg Center for American Studies (HCA) und die Universität Heidelberg um eine Innovation reicher: „Athena Wissenschaftsmarketing“ ist eine neue Ausgründung im noch jungen Gründerzentrum der Universität, die den neuen Anforderungen des entstehenden Wissenschaftsmarktes gerecht werden will. Als unabhängige Agentur steht Athena auch anderen Instituten, Zentren, Lehrstühlen, Bibliotheken und Universitäten zur Verfügung.

Die drei Gründer, Christiane Rösch, Daniel Sommer und Dr. Alexander Emmerich, haben zuvor als jahrelange Mitarbeiter am Heidelberg Center for American Studies ein Gespür für den internationalen Bildungsmarkt entwickelt und erfolgreich ihre Konzepte beim Aufbau des einjährigen, kostenpflichtigen Masterstudiengangs „American Studies“ angewandt. Der inzwischen international verankerte Studiengang hat bereits Studierende aus über 40 Ländern nach Heidelberg gelockt. Nach drei Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit unterstützten sowohl der Gründungsdirektor des HCA, Prof. Dr. Dr. h.c. Detlef Junker, wie auch das Forschungsdezernat der Universität den Schritt der drei Jungunternehmer in die Selbständigkeit.

„Athena Wissenschaftsmarketing“ unterstützt Wissenschaftler dabei, die neuen Herausforderungen des Bildungsmarktes zu meistern. „Niemand kann zugleich forschen, lehren, publizieren und auf der anderen Seite sich um die Außendarstellung des Instituts, die Erstellung von Info- bzw. Werbematerialien, die Anwerbung von Studierenden sowie den Aufbau eines Alumni-Netzwerks kümmern,“ so Sommer. „Athena Wissenschaftsmarketing“ bietet hierbei die Möglichkeit, einzelne Prozesse aus den Universitäten auszugliedern oder gar neue Aufgabenbereiche wie Graduierungsfeiern von Athena konzipieren und durchführen zu lassen. „Das Kerngeschäft von Athena ist das Marketing für Studiengänge und Institute. Aber wir verstehen uns auch als Mittler zwischen Wissenschaft und Wirtschaft“, so Emmerich.