

**Referat für
Kommunikation und
Hochschulpolitik**

AStA-Referat für Kommunikation und Hochschulpolitik,
Schlossplatz 1, 48149 Münster

Lucy Eggert, Nele Brützke und
Jonas Gromzik

Raum 109
Tel 0251 83 22295
asta.oeffentlichkeit@ uni-
muenster.de

Münster, den 23.08.2024

Tätigkeitsbericht des Referats für Kommunikation und Hochschulpolitik (2023/24)

Der folgende Tätigkeitsbericht soll einen groben Überblick über die Arbeit des Referats für Kommunikation und Hochschulpolitik geben, die in der laufenden Amtszeit seit dem 25. September 2023 geleistet wurde. Das Referat wurde von Emma Würffel (von September 2023 bis Januar 2024, Juso-HSG), Lucy Eggert (seit Februar 2024, Juso-HSG), Theresa Dissen (von November 2023 bis April 2024, CampusGrün), Nele Brützke (von Mai 2024 bis Oktober 2024, CampusGrün) und Jonas Gromzik (seit Juli 2023, CampusGrün) besetzt.

1. Allgemeines

Dieser Tätigkeitsbericht stellt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Viele Aufgaben des Referats, wie die regelmäßige Teilnahme und inhaltliche Mitarbeit an AStA-Plena, Dienstbesprechungen/Open Spaces und Arbeitskreisen wie dem AK-Service oder AK-Kampagne finden in diesem Bericht keine ausführliche Erwähnung. Auch viele Teile der alltäglichen Arbeit im Referat, wie das Schreiben von Pressemitteilungen, das regelmäßige Bespielen der Social-Media-Kanäle des AStAs, die Beobachtungen aktueller Entwicklungen zu hochschulpolitischen Themen oder die Beantwortung zahlreicher Nachfragen von Studierenden oder der Öffentlichkeit werden keine explizite Erwähnung finden. Stattdessen werden in diesem Bericht alle großen Themen, an, bzw. zu denen gearbeitet wurde behandelt und beschrieben.

2. Angebote zum Semesterbeginn

Semestertimer

Zu Beginn unserer Amtszeit waren noch einige Semestertimer, die für den Start des Wintersemesters 23/24 angeschafft wurden, vorhanden. Diese konnten nahezu restlos an Studierende verteilt werden, insbesondere durch Auslage im AStA. Wie üblich wurden einige wenige Exemplare für unser Archiv zurückgehalten.

Für das Sommersemester entschieden wir uns dazu, insgesamt 750 Semestertimer anzuschaffen. Wie gewohnt sollte der Timer rund 120 Seiten lang sein, im Format A5 erscheinen und farbig mit einer Spiralbindung gedruckt werden. Unsere Wahl fiel hier auf die in der Region ansässige Druckerei Burlage, die hochwertig und klimaneutralen Druck anbietet. Angesichts der bekannten Preissteigerungen sahen wir uns in diesem Jahr noch mehr als zuvor dazu gezwungen, eine bestmögliche Abwägung zwischen Preis und Qualität zu finden. Nach intensiver Angebots-Akquise (Einnahmen von 2.150€) und Rückkopplung mit dem AStA-Plenum sind wir der Qualitätsdruckerei Burlage treu geblieben und konnten durch intensive Verhandlungen den Preis für die Semestertimer auf rund 3.960€ reduzieren. Die Distribution erfolgte wie gewohnt durch mehrere Verteilaktionen sowie Auslage im AStA.

Da wir darum bemüht sind, die Anzahl unserer kostenpflichtigen Abonnements zu reduzieren, erstellten wir den Semestertimer zum Sommersemester 2024 erneut in Canva. Konsequenz umgesetzt können wir dadurch auf die kostenpflichtigen und wenig einsteiger*innenfreundlichen Grafikprogramm von Adobe, insbesondere InDesign, verzichten. Der Umstieg war einmalig sehr zeitintensiv, Canva hat sich aber als unser Standardprogramm für den Semestertimer etabliert.

Für das Wintersemester entschieden wir uns angesichts der größeren Menge an Erstsemestern und der Erstsemester-Messe für eine Auflage von 1.500 Stück. Aufgrund kleinerer Neuerungen die positives Feedback erhielten, blieb die Seitenzahl bei 116 (zuvor 112) konstant. Im Timer befindet sich ein Bereich mit Rätseln sowie ein Cover zum Ausmalen. Beide Ideen kamen von AStAReferent*innen. Zum Zeitpunkt des Verfassens des Berichts, wurde der Druckauftrag noch nicht vergeben.

Erstsemester-Beutel

Zu Beginn unserer Amtszeit waren noch einige Erstsemester-Beutel vorhanden, die für den Start des Wintersemesters 23/24 gepackt worden waren. Diese konnten nahezu restlos an Studierende verteilt werden, insbesondere durch Auslage im AStA. Wie üblich wurden einige wenige Exemplare für unser Archiv zurückgehalten.

Für das Sommersemester 2024 entschieden wir uns dazu, insgesamt 500 Erstsemester-Beutel zu packen. Der Inhalt umfasste wie gewohnt Materialien des AStA, darunter ein Flyer über die Hochschulpolitik, gesunde Ernährung und eine Wohnraumbroschüre, Gutscheine regionaler Anbieter, darunter Schlecks und elbēn, sowie Informationsmaterialien, beispielsweise die ZEIT-Campus oder Organspendeausweise. Als Goodies sind insbesondere Krombacher Spezi, Gebäck von Cibaria sowie Äpfel von Ökullus hervorzuheben. Durch das Netzwerken im Zuge des Adventskalenders 2023 konnten wir erfolgreich auf diese Kontakte zurückgreifen. Diese Art von Goodies kam außerordentlich gut bei den Erstsemestern an. Auch schafften wir neue Beutel mit neuem Motiv an, die aufgrund des Mengenrabatts auch für das Wintersemester 24/25 vorgesehen waren. Die Distribution erfolgte wie gewohnt durch mehrere Verteilaktionen sowie Auslage im AStA.

Für das Wintersemester 24/25 planten wir mit 1.000 Beuteln. Zu Redaktionsschluss lief die Beschaffung von Inhalten für den Beutel an. Wir wollten erneut eine gemeinsame Packaktion im AStA durchführen und die Beutel insbesondere bei der Erstsemester-Messe verteilen.

Erstsemester-Info

Im Zuge der Evaluation von Einsparpotenzial bezüglich der Ausgaben des AStAs schlugen wir dem AK Haushalt vor, die Ersti Info zu streichen. Die Informationen dieser Broschüre deckten sich größtenteils mit denen des Timers, der das deutlich beliebtere und nachgefragtere Produkt ist. Als Folge dessen wurde seit dem Sommersemester 2024 keine Ersti-Info mehr ausgegeben.

Erstsemester-Messe

In unserer Amtszeit kümmerte sich das Referat erneut hauptverantwortlich um die Präsenz des AStA bei der Erstsemester-Messe. Über die Universität wurde frühzeitig ein Stand bei der Messe genehmigt. Auch ein AStA-Bulli wurde für den Transport von Materialien schon frühzeitig reserviert.

3. Uni-Wahlen

Vorträge

Emma und Beatrice konzipierten in Vorbereitung auf die O-Woche einen Vortrag zur Hochschulpolitik und hielten mehrere Vorträge im Rahmen der O-Woche im Wintersemester 2023/24. Diese Vorträge dienten dazu, Erstsemester über die Bedeutung von Hochschulpolitik und ihre Beteiligungsmöglichkeiten aufzuklären. Auch im Sommersemester gaben wir den Fachschaften, die O-Wochen anbieten, die Möglichkeit eines Vortrags. Da im Sommersemester jedoch nur wenige Erstis anfangen und die Fachschaften sich gegen einen Vortrag entschieden, erstellte Lucy ein PDF-Dokument mit den wichtigsten Informationen zur Hochschulpolitik, das in die jeweiligen Learnweb-Ordner hochgeladen wurde. Dieses Dokument wird auch im Wintersemester wieder bereitgestellt, und es sind mindestens fünf Vorträge geplant. Zusätzlich gestaltete Emma einen Flyer zur Hochschulpolitik, der bei Veranstaltungen verteilt und in alle Ersti-Beutel gepackt wurde. Darüber hinaus veröffentlichte Lucy zusammen mit dem Vorsitz ein erklärendes Reel zur Hochschulpolitik auf Instagram.

StuPa-Mat

Für die studentischen Wahlen kümmerten wir uns erneut um die technische Umsetzung sowie die Bewerbung des StuPa-Maten, der von Lucy Eggert (HoPo-Zuständigkeit) inhaltlich im AK StuPa-Mat konzipiert wurde. Der StuPa-Mat wurde am 27. Mai 2024 veröffentlicht und zwei Wochen vor dem ersten Wahltag so früh wie noch nie. Es gab keine Beanstandungen von z. B. fehlenden oder falschen Antworten. Weitere Verbesserungen waren jedoch möglich. Noch immer war eine rechtzeitige und zuverlässige Veröffentlichung zu sehr von Einzelpersonen abhängig, und auch die verwendete Software war wenig benutzer*innenfreundlich und in Teilen schlicht veraltet. Bessere und vor allem kostenlose Alternativen waren jedoch nicht vorhanden. Des Weiteren erstellten wir eine Grafik, die auf den Displays des Hochschulsports, der Uni und des Studierendenwerks (vorwiegend Mensen) zu sehen war und auf den StuPa-Maten und die Wahl aufmerksam machte. Wir baten alle Dekan*innen, diese Folie an die Dozierenden weiterzuleiten, damit sie in den Lehrveranstaltungen gezeigt werden konnte. In diesem Zusammenhang kontaktierten wir auch Prorektorin Weyland, um die Dekan*innen auf die Aktion aufmerksam zu machen. Diese intensive - aber aufwendige - Zusammenarbeit mit anderen Akteuren war bis dato neu, zahlte sich aber der Wahlbeteiligung nach zu urteilen (17,92 % vs. 11,14 %) aus.

Wahlgewinnspiel

Erneut griffen wir auf das bewährte Mittel des Wahlgewinnspiels zurück. Im Gegensatz zum letzten Jahr entschieden wir uns dafür, statt eines großen Hauptgewinns mehrere Festival-Tickets anzubieten. Hierbei handelte es sich um Tickets für das Green Juice Festival, Juicy Beats Festival, Ruhr in Love Festival, Randale & Freunde und Lollapalooza Festival. Wir empfahlen, auf thematisch verwandte Preise zu setzen, anstatt eine Vielzahl kleiner Gewinne (z. B. unterschiedlicher Gutscheine), um die Kommunikation zu vereinfachen und eindrücklicher gestalten zu können. Nach zwei Auslosungen nach Veröffentlichung des Wahlergebnisses, die wir im Reel-Format veröffentlichten, meldete sich ein Großteil der Gewinner*innen. Anzumerken ist, dass in Zukunft Tickets für Festivals angeboten werden sollten, die eine größere Zeitspanne zwischen Auslosung und Veranstaltungsdatum zulassen. Das Randale und Freunde-Ticket wurde nur äußerst kurzfristig an die entsprechenden Personen versandt. Das Reel zur Bewerbung des Gewinnspiels knüpfte an einen Trend auf TikTok/Instagram an und konnte so eine außergewöhnliche Clickzahl (24.560 Aufrufe) generieren. Außerdem organisierten wir eine Plakat-Kampagne, indem wir für alle Wahlrunden A1-Gewinnspiel-Plakate designten und selbst verteilten. Darüber hinaus veröffentlichten wir ein weiteres Video, das auch einen Trend der sozialen Medien aufgriff und zum Urnengang aufrief. Auch das Reel vom 12.06. erfreute sich großer Aufmerksamkeit und kam sehr gut beim Publikum an. Im Nachgang vermittelten wir das Wahlergebnis sowie die Auswertung des Wahlgewinnspiels über Beiträge auf Instagram - auch hier ein interaktives Reel - und unter asta.ms, um so keine Menschen auszuschließen, die keine sozialen Medien konsumieren.

Wahlwebseite

Unter asta.ms/wahlen wurden wie in den letzten Jahren auch alle wichtigen Informationen zu den studentischen Wahlen gesammelt. Das umfasste neben aktualisierten Selbstbeschreibungen der Listen auch die Standorte der Urnen auf einer interaktiven Karte, detaillierte Schilderungen zur Briefwahl oder die Erklärung der zu wählenden Gremien. Die Webseite war rund zwei Wochen vor den akademischen Wahlen umfänglich aktuell und wurde an vielen Stellen gesondert erwähnt, darunter auf Stickern oder in Storys auf den Sozialen Medien.

Druckprodukte

Erneut ließen wir außerdem Sticker mit einem Wahlaufufruf samt Wahlzeitraum und Verweis auf die Wahlwebseite drucken. Verbunden haben wir diese Sticker-Aktion mit Stickern, die zu Engagement in der Hochschulpolitik aufforderten. Diese waren auch rund eine Woche vor Beginn der akademischen Wahlen vorhanden und konnten teils an den ZWA gegeben werden, um sie an den Urnen auszulegen. Durch die Weitergabe an weitere Personen wurden die Sticker auch in der Umgebung einiger universitärer Einrichtungen öffentlich sichtbar angebracht. Dies ist jedoch nicht unmittelbar dem Referat zuzurechnen.

Auf Werbung in einzelnen Vorlesungen verzichteten wir, da dies nach einer Kosten-Nutzen-Abwägung die Kapazitäten des Referats zu sehr binden würde. In Zukunft empfehlen wir eine engere Zusammenarbeit mit den Fachbereichen, sodass frühzeitig an die Dekan*innen herangetreten wird und so in allen Vorlesungen eine Grafik zum Wahlaufufruf gezeigt wird. Insgesamt wurden die studentischen Wahlen 2024 auf so vielfältige und intensive Weise beworben wie nie zuvor.

4. Webseite

Terminkalender

Damit der Terminkalender auf unserer Webseite funktioniert, ist ein gewisses Maß an Moderation erforderlich. Wir überprüften jeden eingetragenen Termin und mussten ihn genehmigen, damit er im Kalender erschien. In der Regel war jedoch kein Eingriff erforderlich, da tatsächlich für Studierende relevante Termine eingetragen wurden. Jedoch kam es häufiger vor, dass das Erstellen von Kalendereinträgen als Möglichkeit, Termine bei Referaten zu buchen, missverstanden wurde. Hier konnten wir mit einer Mail an die betreffende Person hoffentlich Hilfestellung leisten. Im Sinne der Transparenz der AStA-Arbeit trugen wir wie gewohnt Termin und Ort samt Zoom-Link in den Kalender ein. Mit Blick auf die neue AStA-Webseite war es uns ein Anliegen, Funktionen wie das Erstellen sich regelmäßig wiederholender Termine für die Nutzer*innen des Terminkalenders zu ermöglichen.

Dokumente

Auf der Webseite des AStA sind zahlreiche wichtige Dokumente zu finden. Neben der Satzung der Studierendenschaft, der Geschäftsordnung des AStA und dem aktuellen

Koalitionsvertrag gehörten hierzu insbesondere die Protokolle der AStA-Plena. Wir waren stets bemüht, alle zur Verfügung stehenden Protokolle der Plena zeitnah auf unserer Webseite zu veröffentlichen. Meist erfolgte monatlich eine Aktualisierung der Dokumente.

Aktuelle Informationen

Unsere bisherige Webseite gab uns die Möglichkeit, auf der Startseite wechselnde aktuelle Meldungen anzuzeigen. Diese Möglichkeit wurde punktuell insbesondere im Zusammenhang mit den studentischen Wahlen sowie dem Start des Semesters genutzt. Darüber hinaus nutzten wir diese Funktion intensiv dazu, über die Semesterticket-Thematik aufzuklären und den aktuellen Stand permanent zu kommunizieren, um so größtmögliche Planungssicherheit für unsere Studierenden zu gewährleisten.

Neue Webseite

Bereits zu Beginn unserer Amtszeit war klar, dass der AStA eine neue Webseite benötigte. Die von uns verwendete Joomla-Version konnte in Funktionsfähigkeit und Sicherheit jedoch noch um wenige Monate verlängert werden. Zu einem eingeschränkten Angebot musste es glücklicherweise nicht kommen.

Bis zu diesem Zeitpunkt hatten wir als AStA jedoch bereits eine Struktur und eine Liste mit den gewünschten Funktionen der neuen Webseite erarbeiten können. Unser Anliegen war es insbesondere, die Struktur an die tatsächlichen Interessen der Nutzer*innen anzupassen und Tools wie den Terminkalender oder den Newsletter zu erhalten und zu verbessern. Daneben waren auch die Barrierefreiheit sowie Mehrsprachigkeit wichtige Zielsetzungen.

In enger Absprache mit dem Vorsitz und der AStA-IT wurde dann in Rückkopplung mit der ausgewählten Agentur Stück für Stück die neue Webseite konzipiert. Wir brachten uns insbesondere bei Design-Fragen sowie der schnellen Erreichbarkeit beliebter Angebote ein und erarbeiteten eigene Entwürfe. Aufgrund von Krankheit und internen Umbrüchen in der Agentur kam es zu einer Verzögerung im Entwicklungsprozess. Wir waren zuversichtlich, dass die neue Webseite noch in diesem Jahr an den Start gehen kann.

5. Soziale Medien

Wochenvorschau

Den beliebten Service, jeden Sonntag über Instagram eine Vorschau mit den Terminen der kommenden Woche zu veröffentlichen, setzten wir auch in dieser Amtszeit fort. An nahezu jedem Sonntag unserer Amtszeit gab es eine solche Vorschau inklusive englischer Übersetzung. Ausbleibende Terminüberblicke gab es aus technischen und terminlichen Gründen nur sehr vereinzelt. Zwei maßgebliche Änderungen am Angebot gab es jedoch: Längst überfällig war die Umbenennung in Wochenvorschau statt Wochenschau. Ungewollte Assoziationen gehörten damit hoffentlich der Vergangenheit an. Die Umbenennung wurde Anfang des Jahres 2023 vollzogen und erforderte die Anpassung der Storys sowie des Titelbilds für Highlights (März 2024). Außerdem bewährte sich die Auslagerung der Wochenvorschau in Form eines Werkvertrages. Aufgrund der Regelmäßigkeit sowie des Aufwands bei der Recherche beanspruchte die Wochenvorschau bislang große Kapazitäten des Referats. Durch die Ausschreibung konnten wir es jedoch erreichen, dass die Wochenvorschau sowie die englische Übersetzung nun aus einer Hand kommen.

Dadurch konnten die Termine auch mit weniger Vorlauf ausgesucht werden, da die zusätzliche Zeit für die Übersetzerin wegfiel. Das Hochladen der Übersetzung sowie das Posten der einzelnen Storys lag jedoch noch immer in der Hand des Referats, da wir die Zugangsdaten für den Instagram-Account nicht an Referats-Externe weitergeben wollten.

Instagram

Kernelement unserer Arbeit war das Bespielen der Sozialen Medien, wobei insbesondere Instagram eine herausgehobene Rolle spielte. Hier hatten wir viele mögliche Formate, erreichten die meisten Menschen und statistisch gesehen auch am ehesten Studierende. Unser bekanntes Corporate Design wendeten wir weiter konsequent an und erweiterten es um kleinere Feinheiten. Auch das einheitliche Erscheinungsbild von Storys, insbesondere für Ausschreibungen und Terminhinweise, verstetigten wir und konnten es verbessern.

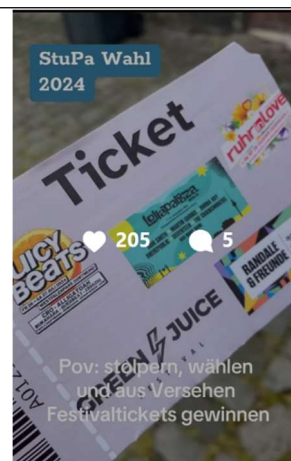
Eine Präsenz in Sozialen Medien war kein Selbstzweck. Für uns als AStA diente sie insbesondere der Bewerbung von Veranstaltungen, Vermittlung von Informationen sowie der öffentlichkeitswirksamen Positionierung. Mit Blick auf die reichweitenstärksten Beiträge des vergangenen Jahres schien gerade Letzteres statistisch gesehen sehr erfolgreich:



17.05.2024 Bewerbung Wohnraum-Camp



12.04.2024 Ersti-Beutel-Packen



06.06.2024 Bewerbung Wahlgewinnspiel

Insbesondere durch die strategische Ausrichtung zu hochformat-Video-Content konnten wir für unseren Instagram-Kanal bis dato unbekannte Aufrufzahlen erreichen (siehe Auszug oben). Um eine stetige Präsenz zu erreichen und den Algorithmus von Plattformen bestmöglich zu nutzen, orientierten wir uns als Referat an einer Zielmarke von zwei Beiträgen in der Woche. Je nach Sachlage war es sinnvoll hiervon abzuweichen, langfristig gesehen war ein solcher Wert jedoch erfahrungsgemäß sehr zielführend. In unserer Amtszeit luden wir durchschnittlich 2,25 Beiträge pro Woche hoch. Hochpunkte waren insbesondere während der Kampagne oder den studentischen Wahlen, Tiefpunkte in den Semesterferien zu erkennen. Die Bereitstellung von Informationen bezüglich der QUISPOS-Anmeldephase oder Zahlung des Semesterbeitrages fanden ebenso sehr guten Anklang. (u.a. 9.723 Aufrufe). Darüber hinaus müssen die Statements „AStA gegen Rechts“ und „Kein Raum für Antisemitismus“ (jeweils ca. 600 Likes) erwähnt werden. In diese Legislatur fielen ferner zwei bis dato unbekannte Sachverhalte. Zum einen musste die Kommentarsektion unter dem Post „Zur langen Nacht der Bildung“ deaktiviert werden, da die Auseinandersetzung von User*innen derart eskalierte, dass eine angemessene Moderation nicht mehr möglich war. Zum anderen brachte die außerordentliche Reichweite (insbesondere der Reels zum Wohnraum-Camp und zur Hochschulpolitik) einen unschönen Begleiteffekt mit sich. Die Reels wurden von Bots und Anderen mit diffamierenden, beleidigenden, rechtsextremen und unangemessenen Kommentaren geflutet. Auch hier entschieden wir uns - wegen der schieren Menge an Kommentaren (zeitweise über 100) - dazu, die Kommentarsektion zu deaktivieren.

In der Legislatur 23/24 konnte der AStA die Zahl seiner Followerinnen auf Instagram erheblich steigern. So konnten wir uns von 8.634 Followerinnen zu Beginn unserer Amtszeit (Stand 17.09.2023) auf 10.153 (Stand 18.08.2024) steigern, was ein Wachstum von rund

17,58 % darstellte. Die Reichweite konnte im Vergleich zum Zeitpunkt vor dem 21.10.2023 um 193,3% und die Content-Interaktionen um 100% gesteigert werden (Stand 18.08.2024).

Facebook

Als große und bekannte Plattform bespielten wir selbstverständlich auch Facebook. Unser Fokus lag jedoch auf Instagram, und die Zahlen gaben uns hierbei weiter recht. Nicht nur war Facebook insgesamt weniger von jüngeren Menschen geprägt (5 % 18–24-Jährige), auch war hier die Reichweite um ein Vielfaches geringer als auf Instagram (9.256 zu 116.302). Dennoch erschienen alle Beiträge und Storys gleichwertig auf beiden Plattformen.

Kampagne: (Wo)hn Raum?

Unter dem Titel „(Wo)hn Raum“ startete der AStA in diesem Jahr eine Kampagne zum Thema Wohnraum. Wir brachten uns schon früh im AK Kampagne ein, um auch die Perspektive der Öffentlichkeitsarbeit einzubringen. Für die Kampagne designten wir Sticker. Für die Fassade des AStA wurden Banner beschafft.

Im Vordergrund stand dabei für uns die Bewerbung von Veranstaltungen sowie thematisch passende Informationen. Gemeinsam mit Linus, der im AStA für Design und Layout zuständig war, entwarfen wir nicht nur ein Logo, sondern auch ein angepasstes Design für die Sozialen Medien. In diesem Design erschienen im Laufe von zwei Wochen insgesamt 16 Beiträge.

Die Reichweite der Beiträge war sehr variabel. Über 14 Tage hinweg täglich ein bis zwei Beiträge hochzuladen, führte jedoch dazu, dass einige davon untergingen und nur eine sehr unterdurchschnittliche Reichweite erzielten. Besonders gut kamen wie gewohnt Statements wie das gleich zum Auftakt (nach 14 Tagen 276 Likes und 3.702 Aufrufe) sowie ein Teaser (nach 14 Tagen 237 Likes und 4.120 Aufrufe) an.

6. Lehre

Zum Tag der Lehre organisierte Emma in Zusammenarbeit mit dem Sozialreferat (SoWo) einen Workshop zum Thema Debattenkultur in Seminaren. Im Anschluss daran traf sich Emma mit einer Dozentin, die sich besonders dafür einsetzt, das Lehramtsstudium zugänglicher zu gestalten und dies in Zusammenarbeit mit der Lehramtsbeauftragung mehr umsetzen möchte. Zudem gab es Treffen mit dem AStA der Fachhochschule Münster und der

Katholische Hochschule Nordrhein-Westfalen, um sich über das Semesterticket und weitere Themen auszutauschen. Ein weiteres Treffen fand mit der studentischen Gleichstellungsbeauftragten statt, um Kooperationsmöglichkeiten zu erörtern. Aus diesen Treffen entstand die Idee für eine gemeinsame Veranstaltung, die Lucy und die studentische Gleichstellungsbeauftragte im Juni mit einem Vortrag zu sexualisierter Diskriminierung und Gewalt an Hochschulen umsetzten. Darüber hinaus fand ein Treffen mit dem Compliance Office statt, um zu besprechen, wie die Meldewege für Studierende verbessert werden können, damit diese bei Bedarf angemessene Unterstützung erhalten. Diese Kooperation soll nun zu Beginn jedes Wintersemesters regelmäßig fortgeführt werden.

Lucy engagierte sich zudem aktiv in der Kommission für Lehre und Studium sowie in der Arbeitsgruppe zum Thema Machtmissbrauch in der Wissenschaft, wodurch sie Anliegen und Perspektiven der Studierenden einbringen konnte. Auch wurden mehrere Statements veröffentlicht, beispielsweise zum deutschlandweiten Semesterticket und zu den Änderungen beim Bafög, die gemeinsam mit der Bafög-Beauftragung auf Instagram veröffentlicht wurden. Die Zusammenarbeit mit Beauftragungen hat sich als sehr sinnvoll erwiesen und sollte in Zukunft vermehrt und enger fortgeführt werden.

Darüber hinaus nahm Lucy an einer Podiumsdiskussion zum Thema Künstliche Intelligenz an Hochschulen teil, bei der sie die Anliegen und Perspektiven der Studierenden einbringen und vertreten konnte.

Außerdem leitete Emma den AK Semesterticket, in dem sich monatlich (zeitweise jede zweite Woche) über die mögliche Zukunft des Semestertickets ausgetauscht wurde und die aktuellen Entwicklungen im Blick behalten, sowie mögliche Handlungsschritte diskutiert wurden. Die Einführung des günstigeren bundesweiten Semestertickets ist ein großer Erfolg.

7. Nachgeordnete Referatsstellen

Design und Layout

Seit einiger Zeit war Linus Hamm im AStA nun schon für Design und Layout zuständig. Aufgrund seiner guten Arbeit und der verlässlichen Kommunikation verlängerten wir seinen leicht angepassten Vertrag Anfang 2024 deshalb auch um ein weiteres Jahr. Eine Herausforderung war es jedoch weiterhin, einen ständigen Überblick über die Auslastung von Linus Kapazitäten zu haben. Zu Linus Arbeit gehörten neben dem Cover für die Semestertimer insbesondere Aufträge im Rahmen der Wohnraum-Kampagne. Diese umfassten beispielsweise das Logo der Kampagne sowie ein angepasstes Design für unsere

Beiträge in den Sozialen Medien. Andere Referate wandten sich beispielsweise mit dem Design von Plakaten oder einem Logo an Linus. Diesbezüglich ist anzumerken, dass die Koordination von Aufträgen für Linus - die über unser Referat lief - häufig nicht zuverlässig zu leiten war. Grund hierfür war, dass Referent*innen aus anderen Referaten spontan oder ohne ausführlichere Absprache Aufträge an Linus vergaben.

Newsletter

Anne Niedoba verantwortete in dieser Amtszeit die Erstellung sowie Versendung des Newsletters. Mit ihrer Arbeit waren wir insgesamt zufrieden. Eine ausbleibende oder verspätete Versendung des Newsletters war in der Regel auf eine verzögerte bis ausbleibende Moderation der Mailingliste, die jedoch nicht in der Hand des AStA lag, zurückzuführen.

Wochenvorschau

Anfang 2023 wurde der Werkvertrag Wochenvorschau neu geschaffen, ausgeschrieben und nach Bewerbungsgesprächen besetzt. Mit der Besetzung von Ana Tamblyn, die sowohl die Erstellung als auch die Übersetzung der Wochenvorschau aus einer Hand übernahm, waren wir zufrieden. Vereinzelt wurden bedeutende Veranstaltungen nicht erwähnt oder es schlichen sich kleine inhaltliche Fehler ein.

Lehramt

Mit der Beauftragung Lehramt bestand regelmäßiger Kontakt. Durch die Beauftragung Lehramt wurden unter anderem viele Vorträge und Lehramts-Pubquize organisiert, und es fand eine Vernetzung mit relevanten Akteuren statt, darunter Prorektorin Weyland, die Fachschaften Politik/Soziologie und PWR sowie die psychologische Beratung des AStA.

8. Sonstiges

AStA-Plena

Als Referat mit vielen Verbindungen zu anderen Referaten sowie aufgrund der Wichtigkeit, über viele Prozesse auf dem Laufenden zu sein, war es uns immer ein wichtiges Anliegen, bei den Plena des AStA präsent zu sein. Im Laufe unserer Amtszeit waren wir bei insgesamt 43 Plena vertreten, oft auch in voller Besetzung. Wo sinnvoll berichteten wir von unserer Arbeit. Darüber hinaus war das Plenum für uns insbesondere dann wichtig, wenn sich beispielsweise

für die Angebote zum Semesterstart abgesprochen werden musste oder ein Finanzantrag notwendig wurde. Aufgrund einer Überschneidung mit einer universitären Veranstaltung war es für uns ab dem Sommersemester nicht mehr möglich, das AStA-Plenum in gewohntem Maße zu besuchen.

Studierendenparlament

Da unsere Arbeit oft nach außen sichtbar wurde, war es uns außerdem immer sehr wichtig, auch im Studierendenparlament präsent zu sein und dort bei Bedarf auch von unserer Arbeit zu berichten. Im Verlauf unserer Amtszeit war das Referat bei insgesamt 15 Sitzungen des Studierendenparlaments vertreten. Davon berichteten wir 7-mal, insbesondere zu unseren Angeboten zu den studentischen Wahlen sowie den Vorbereitungen auf den Semesterstart. Daneben stellten insbesondere die Nachfragen rund um die neue AStA-Webseite einen wesentlichen Teil unserer Aktivität im StuPa dar. Hier waren wir bemüht, die Wichtigkeit dieses Projekts generell sowie die Dringlichkeit im Speziellen zu erläutern sowie Einblicke in aktuelle Probleme mit der bestehenden Webseite und des Entwicklungsprozesses zu geben.

Arbeitskreise

Unser Referat machte es häufig erforderlich, in Arbeitskreisen des AStA mitzuwirken. In dieser Amtszeit gehörten hierzu der AK Services, der AK Semesterticket sowie der AK Kampagne. Besonders brachten wir uns gerade dann ein, wenn es um die Bewerbung von Veranstaltungen oder anderweitige Aktivitäten mit Bezug zu den Sozialen Medien oder der Webseite ging. Gerade beim AK Semesterticket spielten auch öffentlichkeitswirksame Positionierungen eine Rolle, an denen wir uns gern beteiligten. Die Statements und Updates zum Semesterticket wurden außergewöhnlich oft geliked (u.a. 901 und 602 Likes)

CareCast

Angegliedert an das Referat für Soziales und Wohnraum gibt das Projekt Mental Health des AStA einen monatlichen Podcast heraus. Aufgabe unseres Referats ist es dabei, diesen hochzuladen, auf den bekannten Plattformen zugänglich zu machen sowie auch die Bewerbung zu unterstützen. Im Zuge einer Neustrukturierung wurde dieses Projekt eingestellt.

Initiativ-Projekte

In unsere Legislatur fiel die Neugestaltung der (nicht Referat-spezifischen) Türschilder und der Anbringung von Wegweisern. Bei der Gestaltung wurde auf die Corporate-Schriftart und Inklusivität geachtet, indem alle Angaben auch in Englisch und wesentliche Informationen mit Piktogrammen verständlicher gemacht wurden.

Außerdem gab es diese Legislatur erstmalig einen AStA-Adventskalender, der großen Anklang fand. Durch aufwendiges und intensives Netzwerken, konnten viele schöne Gewinne (z.B. Gutscheine fürs Fyal oder GustavGrün) angeboten werden. Die Umsetzung dieses Kalenders bedürfte zukünftig jedoch einer weiteren Formalisierung und Unterstützung in Bezug auf Personal.

Darüber hinaus unterstützen wir die Kampagne „Münster strahlt gegen rechts“ und beteiligten uns an der Verteilung von fluoreszierenden Plakaten und Stickern.

Wir danken allen Kooperationspartner*innen, Projektbeteiligten und konstruktiven Kritiker*innen für eine ereignisreiche, aufregende und erfolgreiche Legislatur.

Mit freundlichen Grüßen

Lucy Eggert, Nele Brützke und Jonas Gromzik