

ASTA-Referat für Öffentlichkeitsarbeit und Digitales,
Schlossplatz 1, 48149 Münster

Referat für Öffentlichkeitsarbeit

Maurice Schiller und
Jonas Gromzik

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

Tätigkeitsbericht des Referats für Öffentlichkeitsarbeit (2022/23)

Der folgende Tätigkeitsbericht soll einen groben Überblick über die Arbeit des Referats für Öffentlichkeitsarbeit geben, die in der laufenden Amtszeit seit dem 24. Oktober 2022 geleistet wurde. Das Referat wurde von Maurice Schiller (seit Oktober 2022, Juso-HSG), Markus Schieferdecker (von Oktober 2022 bis Juli 2023, CampusGrün) und Jonas Gromzik (seit Juli 2023, CampusGrün) besetzt.

Angebote zum Semesterbeginn

Semestertimer

Zu Beginn unserer Amtszeit waren noch einige Semestertimer, die für den Start des Wintersemesters 22/23 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 haben wir uns dazu entschieden, insgesamt 1.250 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. In intensiver Rückkopplung mit dem AStA-Plenum sind wir dann der Qualitätsdruckerei Burlage treu geblieben und konnten durch eine Reduktion der Seitenzahl, Anzeigen und intensive Verhandlungen den Preis für die Semestertimer auf rund 5.000€ 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, haben wir den Semestertimer zum Sommersemester 2023 erstmals in Canva erstellt. Konsequenterweise können wir dadurch hoffentlich bald auf die kostenpflichtigen und wenig einsteiger*innenfreundlichen Grafikprogramme von Adobe, insbesondere InDesign, verzichten. Der Umstieg war einmalig sehr zeitintensiv, Canva wird sich aber von nun an ohne Mehraufwand als unser Standardprogramm für den Semestertimer etablieren.

Für das Wintersemester haben wir uns angesichts der größeren Menge an Erstsemestern und der Erstsemester-Messe für eine Auflage von 1.500 Stück entschieden. Aufgrund kleinerer

Tätigkeitsbericht des Referats für Öffentlichkeitsarbeit (2022/23)

Neuerungen ist die Seitenzahl auf 116 (zuvor 112) gewachsen. Im Timer befindet sich nur ein Bereich mit Rätseln sowie ein Cover zum Ausmalen. Beide Ideen kamen von AStA-Referent*innen. Beim Druck haben wir erneut auf die Druckerei Burlage gesetzt, die uns dank der langen Zusammenarbeit preislich sehr entgegengekommen ist. Im Gegensatz zum Sommersemester lief die Anzeigen-Akquise deutlich besser, was die Kosten für den Druck um rund 1.300€ reduzieren konnte.

Erstsemester-Beutel

Zu Beginn unserer Amtszeit waren noch einige Erstsemester-Beutel, die für den Start des Wintersemesters 22/23 gepackt 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 2023 haben wir uns dazu entschieden, insgesamt 1.000 Erstsemester-Beutel zu packen. Der Inhalt umfasste wie gewohnt Materialien des AStA, darunter Flaschenöffner, Feuerzeuge und die Ersti-Info, Gutscheine regionaler Anbieter, darunter Schlecks und elbën, sowie Informationsmaterialien, beispielsweise die ZEIT-Campus oder Organspendeausweise. Als Goodies sind insbesondere Bleistifte mit integrierten Blumensamen sowie modische Bechergläser der Stadtwerke hervorzuheben. Auch haben wir neue Beutel mit neuem Motiv angeschafft, die aufgrund des Mengenrabatts auch für das Wintersemester 23/24 vorgesehen sind. Die Distribution erfolgte wie gewohnt durch mehrere Verteilaktionen sowie Auslage im AStA.



*Beim Packen der Beutel konnten wir wieder auf Unterstützung durch zahlreiche Referent*innen setzen*



Die Bechergläser wurden von den Stadtwerken mit dem AStA-Bulli angeholt

Für das Wintersemester 23/24 planen wir mit 1.500 Beuteln. Zu Redaktionsschluss ist bereits ein Großteil des Inhalts entweder schon zugesagt oder bereits im AStA angekommen. Wir werden erneut eine gemeinsame und mehrtägige Packaktion im AStA durchführen und die Beutel insbesondere bei der Erstsemester-Messe verteilen.

Erstsemester-Info

Sowohl im Sommersemester 2023 als auch im Wintersemester 23/24 haben wir die Ersti-Info aktualisiert. Um die Ersti-Info sowohl in den Ersti-Beuteln als auch über Auslage zu verteilen, haben wir 1.250 beziehungsweise 1.500 Exemplare bestellt. Für das Wintersemester 23/24 ist es uns gelungen, auch die Ersti-Info in Canva zu erstellen, so dass wir perspektivisch auf unser kostenpflichtiges Adobe-Abo verzichten können.

Erstsemester-Messe

In unserer Amtszeit kümmert sich das Referat erstmals wieder hauptverantwortlich um die Präsenz des AStA bei der Erstsemester-Messe. Über die Universität wurde frühzeitig ein Stand bei der Messe genehmigt, der resultierend aus den Erfahrungen des letzten Jahres etwas mehr Platz bekommen soll. Auch ein AStA-Bulli wurde für den Transport von Materialien schon frühzeitig reserviert.

Uni-Wahlen

StuPa-Mat

Für die studentischen Wahlen haben wir uns erneut um die technische Umsetzung sowie die Bewerbungen des StuPa-Maten gekümmert, der vom Referat für Politische Bildung, Intersektionalität und Antifaschismus inhaltlich konzipiert wurde. Der StuPa-Mat wurde am 7. Juni 2023 veröffentlicht, vier Tage vor dem ersten Wahltag. Dies war wenige Tage später als ursprünglich beabsichtigt, jedoch deutlich früher als im letzten Jahr. Grund hierfür war, dass wir die Listen besser über das richtige Dateiformat für die Einsendung von Antworten informiert haben. Auch die Fehler wurden im Vergleich zum letzten Jahr deutlich reduziert. Vereinzelt traten falschen Antworten oder nicht richtig zugeordnete Begründungen auf, was jedoch zügig behoben werden konnte.

Weitere Verbesserungen sind jedoch möglich. Noch immer ist eine rechtzeitige und zuverlässige Veröffentlichung zu sehr von Einzelpersonen abhängig und auch die verwendete Software ist wenig benutzer*innenfreundlich und in Teilen schlicht veraltet. Bessere und vor allem kostenlose Alternativen waren jedoch nicht vorhanden.

Wahlgewinnspiel

Erneut haben wir auf das bewährte Mittel des Wahlgewinnspiels zurückgegriffen. Wir haben rund 15.000 farbige und nummerierte Lose gekauft und diese an den ZWA weitergegeben, damit alle Wähler*innen bei Stimmabgabe je ein Los erhalten. Im Gegensatz zum letzten Jahr haben wir uns aber dafür entschieden, statt vieler kleiner Gewinne einen großen Hauptgewinn anzubieten. Hierbei handelte es sich um zwei Tickets für das Green Juice Festival in Bonn, die einem Geldwert von rund 200€ entsprechen und frei personalisierbar waren.

Nach drei Auslosungen nach Veröffentlichung des Wahlergebnisses hatte sich leider noch keine Gewinnerin und kein Gewinner bei uns gemeldet. Um die Tickets nicht verfallen zu lassen haben wir deshalb in einem Beitrag dazu aufgerufen, diesen zu kommentieren und somit an einer weiteren Losrunde teilzunehmen. Somit konnte einige Tage vor Beginn des Festivals noch eine glückliche Abnehmerin gefunden werden.

Angesichts der zurückhaltenden Abnahme des einzigen Gewinns sowie nach Feedback aus der Studierendenschaft haben wir für uns aber die Bewertung getroffen, dass das Modell aus dem letzten Jahr zu bevorzugen ist. Ein einzelner Gewinn deckt mitunter nicht die Interessen aller Studierenden ab und die Gefahr einer nicht-Abnahme ist vergleichsweise groß.

Soziale Medien

Insgesamt haben wir sieben Beiträge spezifisch für die studentischen und akademischen Wahlen gepostet. Im Vorlauf der Wahlen haben wir über die zu wählenden Gremien, den Wahlzeitraum sowie den Ablauf der Wahl informiert. Auch dem StuPa-Maten sowie dem Wahlgewinnspiel waren jeweils Beiträge gewidmet. In der Wahlwoche haben wir täglich mit Storys auf die studentischen Wahlen hingewiesen und sind dabei auch über Verlinkungen nochmal gesondert auf das Wahlgewinnspiel, die Urnenstandorte sowie den StuPa-Maten eingegangen. Im

Nachgang haben wir das Wahlergebnis sowie die Auswertung des Wahlgewinnspiels über Beiträge auf Instagram und Facebook vermittelt.

Zusätzlich dazu hatten alle Listen die Möglichkeit, ein Reel auf dem Account des AStA zu veröffentlichen. Hiervon haben insgesamt sechs Listen gebrauch gemacht. Die Reels wurden eine Woche vor Beginn der studentischen Wahlen veröffentlicht und erzielten Aufrufe bis in den höheren sechsstelligen Bereich.

Die Resonanz auf die Beiträge zur Wahl war sowohl im Bezug auf Likes als auch Interaktionen durchschnittlich. Überlegungen, einzelne Beiträge oder die Storys in der Wahlwoche kostenpflichtig zu bewerben, wurden nicht weiterverfolgt. Im Vergleich zum letzten Jahr wurde auch leider versäumt reichweitenstarke Accounts wie etwa „Münster Dings“ um das Teilen unserer Beiträge zur Wahl zu bitten. Der Account der Universität hat hingegen auf unsere Angebote aufmerksam gemacht.

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 eine Woche vor den akademischen Wahlen umfänglich aktuell und wurde an vielen Stellen gesondert erwähnt, darunter auf Stickern oder in Storys auf den Sozialen Medien.

Druckprodukte

Rund eine Woche vor Beginn der akademischen Wahlen wurde am AStA ein großes Banner aufgehängt, welches über die akademischen und studentischen Wahlen sowie deren Wahlzeitraum informiert. Neu haben wir außerdem Sticker mit einem Wahlaufdruck samt Wahlzeitraum und Verweis auf die Wahlwebseite drucken lassen. 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.

Vorlesungswerbung

Neben unseren vielen anderen Angeboten ist auch die Bewerbung der Wahlen in verschiedenen Vorlesungen ein wichtiges und vertrautes Mittel. Im Vergleich zum letzten Mal haben wir in diesem Jahr versucht insbesondere solche Fachbereiche abzudecken, in denen keine sonderlich hohe Wahlbeteiligung zu erwarten ist. Der Fokus verschiebt sich also insbesondere von den politikwissenschaftlichen Studiengängen zu den Naturwissenschaften. Aufgrund der ohnehin ausgelasteten Kapazitäten hat es sich jedoch als schwierig herausgestellt, in der Wahlwoche nennenswert viele Vorlesungen zu besuchen.

Webseite

Terminkalender

Damit der Terminkalender auf unserer Webseite funktioniert ist ein gewisses Maß an Moderation erforderlich. Wir überprüfen jeden eingetragenen Termin und müssen ihn genehmigen, damit er im Kalender erscheint. In der Regel ist jedoch kein Eingriff erforderlich, da tatsächlich für Studierende relevante Termine eingetragen werden. Jedoch kommt es häufiger vor, dass das Erstellen von Kalendereinträgen als Möglichkeit, Termine bei Referaten zu buchen,

missverstanden wird. Hier können wir mit einer Mail an die betreffende Person hoffentlich Hilfestellung leisten. Im Sinne der Transparenz der AStA-Arbeit haben wir wie gewohnt Termin und Ort samt Zoom-Link in den Kalender eingetragen. Mit Blick auf die neue AStA-Webseite ist 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 gehören 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 gibt 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. Etabliert hat sich außerdem auf Ergebnisse von Gerichtsverfahren hinzuweisen, die mit Unterstützung der Studierendenschaft geführt wurden. Diese betrafen beispielsweise den Bezug von BAföG oder die Möglichkeit eines Zweitstudiums. Auch die seit dem Jahreswechsel veränderten Öffnungszeiten des AStA wurden hier bekanntgegeben.

Neue Webseite

Bereits zu Beginn unserer Amtszeit war klar, dass der AStA eine neue Webseite benötigt. Die von uns verwendete Joomla-Version wurde ab August nicht mehr vom Support bedient, Funktionsfähigkeit und Sicherheit der Webseite konnten jedoch noch um wenige Monate verlängert werden. Zu einem eingeschränkten Angebot musste es glücklicherweise nicht kommen.

Aufgrund der verstärkten Mitbestimmungsbereitschaft des Studierendenparlaments hat sich die endgültige Auswahl einer Agentur bis in den Sommer 2023 verzögert. Bis zu diesem Zeitpunkt haben 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 sind 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 haben uns insbesondere bei Design-Fragen sowie der schnellen Erreichbarkeit beliebter Angebote eingebracht. Wir sind zuversichtlich, dass die neue Webseite noch in diesem Jahr an den Start gehen kann.

Soziale Medien

Wochenvorschau

Den beliebten Service, jeden Sonntag über Instagram eine Vorschau mit den Terminen der kommenden Woche zu veröffentlichen, haben wir auch in dieser Amtszeit fortgesetzt. 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:

Längts überfällig war die Umbenennung in Wochenvorschau statt Wochenschau. Ungewollte Assoziationen gehören damit hoffentlich der Vergangenheit an. Die Umbenennung wurde Anfang des Jahres 2023 vollzogen und erforderte die Anpassung der Storys sowie des Titelbilds für Highlights, über wie auch rückblickend ein Zugriff auf alle Ausgaben besteht.

Außerdem wurde die Wochenvorschau in Form eines Werkvertrages ausgelagert. Aufgrund der Regelmäßigkeit sowie des Aufwands bei der Recherche hat die Wochenvorschau bislang große Kapazitäten des Referats beansprucht. Durch die Ausschreibung konnten wir es jedoch erreichen, dass die Wochenvorschau sowie die englische Übersetzung nun aus einer Hand kommen. Dadurch können die Termine auch mit weniger Vorlauf ausgesucht werden, da die zusätzliche Zeit für die Übersetzerin wegfällt. Das Hochladen der Übersetzung sowie Posten der einzelnen Storys liegt jedoch noch immer in der Hand des Referats, da wir die Zugangsdaten für den Instagram-Account nicht an

Plenums-Update

Bereits aus der letzten Amtszeit ist das Format des Plenums-Updates bekannt, bei dem in mehreren Instagram-Storys Themen aus dem AStA-Plenum transparent gemacht werden. Zu Beginn unserer Amtszeit haben wir durchschnittlich etwa zwei Plenums-Updates pro Monat aufgenommen und dabei wo nötig auch mehrere Plena in einem Update zusammengefasst. Dabei sind insgesamt X Updates entstanden. Die etablierte Tradition, die letzte Slide etwas humoristisch zu beenden, wurde dabei fortgeführt.

Zur Mitte unserer Amtszeit wechselte der Plenums-Termin auf einen späten Mittwochnachmittag. Damit war es aufgrund von Terminkollisionen nicht mehr möglich, unmittelbar nach dem Plenum ein Update aufzunehmen. Eine spätere Aufnahme hat sich aus organisatorischen Gründen nicht ergeben, weshalb das Format weitestgehend eingestellt werden musste. Auch wenn die Veröffentlichung der Protokolle der ohnehin öffentlichen Plena für Transparenz sorgt, sehen wir jedoch weiterhin den Bedarf für ein vergleichbares Format. Sollte in Zukunft ein Plenums-Update in audiovisueller Form nicht mehr möglich sein, regen wir deshalb einen textbasierten Nachfolger an.

Instagram

Kernelement unserer Arbeit ist das Bespielen der Sozialen Medien, wobei insbesondere Instagram eine herausgehobene Rolle spielt. Hier haben wir viele mögliche Formate, erreichen die meisten Menschen und statistisch gesehen auch am ehesten Studierende. Unser bekanntes Corporate Design haben wir weiter konsequent angewendet und um kleinere Feinheiten erweitert. Auch das einheitliche Erscheinungsbild von Storys, insbesondere für Ausschreibungen und Terminhinweise, haben wir verstetigt und verbessern können.

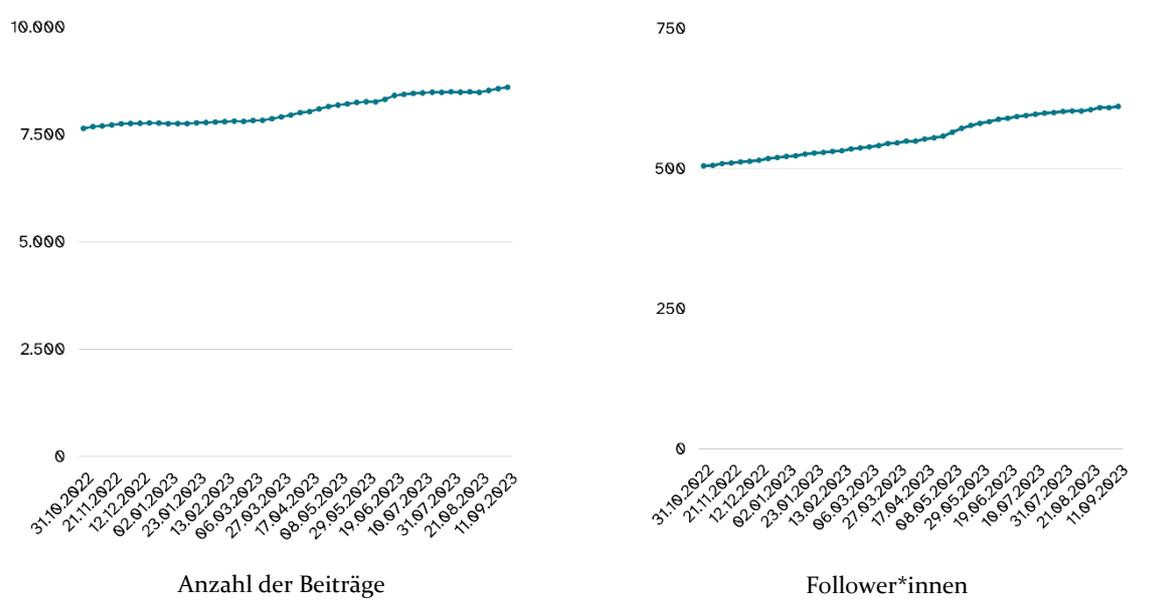
Eine Präsenz in Sozialen Medien ist kein Selbstzweck. Für uns als AStA dient sie insbesondere der Bewerbung von Veranstaltungen, Vermittlung von Informationen sowie der öffentlichkeitswirksamen Positionierung. Mit Blick auf die reichweitenstärksten Beiträge des vergangenen Jahres scheint gerade letztere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

Tätigkeitsbericht des Referats für Öffentlichkeitsarbeit (2022/23)



Um eine stetige Präsenz zu erreichen und den Algorithmus von Plattformen bestmöglich zu nutzen, orientieren wir uns als Referat an einer Zielmarke von zwei Beiträgen in der Woche. Je nach Sachlage ist es sinnvoll hiervon abzuweichen, langfristig gesehen ist ein solcher Wert jedoch erfahrungsgemäß sehr zielführend. In unserer Amtszeit haben wir durchschnittlich 2,2 Beiträge pro Woche hochgeladen. Hochpunkte sind insbesondere während der Kampagne oder den studentischen Wahlen, Tiefpunkte in den Semesterferien zu erkennen.

In der Legislatur 21/22 konnte der AStA die Zahl seiner Follower*innen auf Instagram fast verdoppeln. Eine solch monumentale Leistung lässt sich wenig überraschend nicht jedes Jahr wiederholen. Dennoch konnten wir uns von 7.644 Follower*innen zu Beginn unserer Amtszeit auf 8.634 (Stand 17.09.2023) steigern, was ein Wachstum von rund 12,5% ist.



Facebook
Als große und bekannte Plattform bespielen wir selbstverständlich auch Facebook. Unser Fokus liegt jedoch auf Instagram und die Zahlen geben uns hierbei weiter recht. Nicht nur ist Facebook insgesamt weniger von jüngeren Menschen geprägt, auch ist hier die Reichweite um ein Vielfaches geringer als auf Instagram. Dennoch erscheinen aber natürlich alle Beiträge und Storys gleichwertig auf beiden Plattformen.

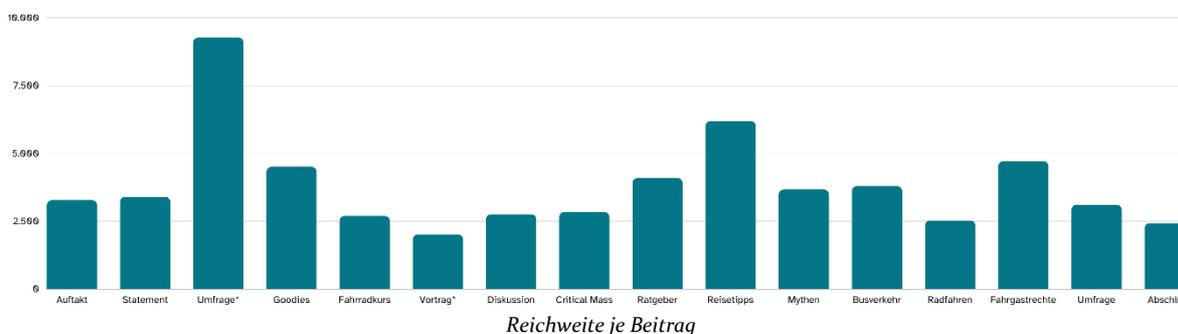
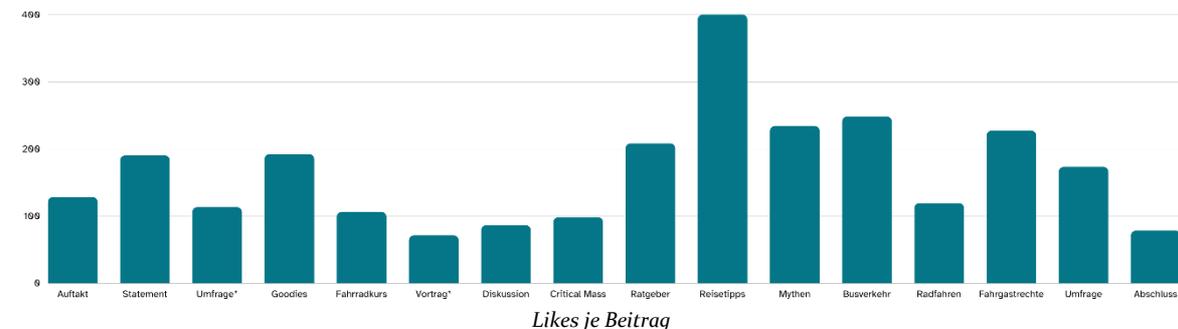
Kampagne: We Like to Move It

Unter dem Titel „We Like to Move It“ hat der AStA in diesem Jahr eine Kampagne zum Thema Mobilität gestartet. Wir haben uns schon früh im AK Kampagnenplanung eingebracht, um auch die Perspektive der Öffentlichkeitsarbeit einzubringen. Für die Kampagne haben wir Sticker designt sowie Fahrradklingeln sowie Sattelschoner mit dem Logo der Kampagne bedrucken lassen. Für die Fassade des AStA wurde ein Banner beschafft.



Im Vordergrund stand dabei für uns natürlich die Bewerbung von Veranstaltungen sowie thematisch passende Informationen. Gemeinsam mit Linus, der im AStA für Design und Layout zuständig ist, haben wir nicht nur ein Logo, sondern auch ein angepasstes Design für die Sozialen Medien entworfen. In diesem Design erschienen im Laufe von zwei Wochen insgesamt 16 Beiträge. Wir haben neben dem Statement die Beiträge „Unterwegs mit dem Semesterticket“ sowie „Was darf ich wo mit dem Fahrrad?“ inhaltlich ausgestaltet.

Die Reichweite der Beiträge war sehr variabel. Im Durchschnitt gab es mehr Likes als auf klassische Beiträge und auch mehr als bei der letzten Kampagne im Jahr 2022. Über 14 Tage hinweg täglich ein bis zwei Beiträge hochzuladen führt jedoch dazu, dass einige davon untergehen und nur eine sehr unterdurchschnittliche Reichweite erzielen. Besonders gut kamen wie gewohnt Statements wie das gleich zum Auftakt (nach 14 Tagen 190 Likes und 3.269 Aufrufe) sowie Informationen zum Semesterticket (nach 14 Tagen 400 Likes und 6.185 Aufrufe) an. Der Aufruf zur Teilnahme an der Mobilitäts-Umfrage sowie der Beitrag zum Vortrag zur Verkehrswende wurden mit 17,88€ sowie 16,00€ beworben, was zumindest beim Aufruf zur Umfrage deutlich an der Reichweite (9.259 Aufrufe nach 14 Tagen) erkennbar ist.



Organisatorisch haben wir die Critical Mass am letzten Tag der Kampagne organisiert. Hierzu nutzt man Regelungen aus dem §27 der StVO zum „geschlossenen Verband“ und fährt mit einer

Tätigkeitsbericht des Referats für Öffentlichkeitsarbeit (2022/23)

Gruppe von mindestens 15 Radfahrenden auf der Straße, statt eigentlich benutzungspflichtige Radwege zu nutzen. Die Route führte vom AStA, wo zeitgleich ein Ständefest von Fridays for Future stattfand, über die Scharnhorststraße und den Ludgerikreisel (mit zwei vollen Umrundungen) zur Wolbecker Straße. Die Zahl der Teilnehmenden schwankte von 15 bis 25 und vergrößerte sich teils im Verlauf der Aktion. Eine weitere Aktion unter dem Titel „Parkplatzblockade“ konnte aus organisatorischen Gründen leider nicht stattfinden.



Eine von mehreren Umrundungen des Ludgerikreisel



Die Teilnehmenden hatten sichtlich Spaß

Nachgeordnete Referatsstellen

Design und Layout

Seit einiger Zeit schon ist Linus Hamm im AStA nun schon für Design und Layout zuständig. Aufgrund seiner guten Arbeit und der verlässlichen Kommunikation haben wir seinen leicht angepassten Vertrag Anfang 2023 deshalb auch um ein weiteres Jahr verlängert. Eine Herausforderung ist es jedoch weiterhin einen ständigen Überblick über die Auslastung von Linus Kapazitäten zu haben.

Zu Linus seiner Arbeit haben neben dem Cover für die Semestertimer insbesondere Aufträge im Rahmen der Mobilitäts-Kampagne gehört. Diese umfassten beispielsweise das Logo der Kampagne sowie ein angepasstes Design für unsere Beiträge in den Sozialen Medien. Andere Referate haben sich beispielsweise mit dem Design von Plakaten oder einem Logo an Linus gewandt.

Newsletter

Auch Anne Waack hat bereits in der letzten Amtszeit die Erstellung sowie Versendung des Newsletters verantwortet. Mit ihrer Arbeit waren wir insgesamt zufrieden. Positiv hervorzuheben ist insbesondere, dass Anne aufgrund technischer Probleme auch für eine Erstellung des Newsletters im AStA bereit war. 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 liegt, zurückzuführen. Nach einem Hinweis auf diesen Umstand hat sich die Lage jedoch verbessert. Da uns Anne frühzeitig über ein Ende

ihrer Tätigkeit informiert hat, werden wir den Werkvertrag zukünftig anderweitig besetzen und bedanken uns deshalb an dieser Stelle für die gute Zusammenarbeit.

Wochenvorschau

Anfang 2023 haben wir den Werkvertrag Wochenvorschau neu geschaffen, ausgeschrieben und nach Bewerbungsgesprächen besetzt. Glücklicherweise ist es uns gelungen eine Besetzung zu finden, die sowohl die Erstellung als auch die Übersetzung der Wochenvorschau aus einer Hand übernimmt. Da die Zusammenarbeit aber noch immer neu ist müssen sich bestimmte Abläufe noch immer etablieren und können sicherlich in Zukunft noch optimiert werden.

Sonstiges

AStA-Plena

Als Referat mit vielen Verbindungen zu anderen Referaten sowie aufgrund der Wichtigkeit, über viele Prozesse auf dem laufenden zu sein, ist 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 haben wir von unserer Arbeit berichtet. Darüber hinaus ist das Plenum für uns insbesondere dann wichtig, wenn sich beispielsweise für die Angebote zum Semesterstart abgesprochen werden muss oder ein Finanzantrag notwendig wird.

Studierendenparlament

Da unsere Arbeit oft nach außen sichtbar wird ist 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 17 Sitzungen des Studierendenparlamentes vertreten. Davon haben wir 9 mal berichtet, insbesondere zu unseren Angeboten zu den studentischen Wahlen sowie den Vorbereitungen auf den Semesterstart. Daneben stellten insbesondere die Diskussionen rund um die neue AStA-Webseite sowie deren Kosten 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 zu geben.

Arbeitskreise

Unser Referat macht es häufig erforderlich in Arbeitskreisen des AStA mitzuwirken. In dieser Amtszeit gehörte hierzu der AK Services, der AK Semesterticket sowie der AK Kampagnenplanung. Besonders eingebracht haben wir uns gerade dann, wenn es um die Bewerbung von Veranstaltungen oder anderweitige Aktivitäten mit Bezug zu den Sozialen Medien oder der Webseite ging. Gerade beim AK Semesterticket spielen auch öffentlichkeitswirksame Positionierungen eine Rolle, an denen wir uns gern beteiligt haben.

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 des Projekts haben wir außerdem bei der Schaffung eines neuen Social Media-Auftritts unterstützt und regelmäßig Rückmeldungen zu den Aufrufzahlen des Podcast gegeben.