

# Protokoll “AK mit Herz” - Außendarstellung und Neumitgliederwerbung

68. BuFaTa ET

02.06.2011

<b>Moderation</b>	Juliane Mönch - HTW Berlin
<b>Protokollant</b>	Sandra Bender - TU Dresden
<b>Sitzungsdatum</b>	02.06.2011, 14:30 bis 18:00
<b>Fassung</b>	1
<b>Anwesende</b>	HTW Berlin, TU München, Uni Paderborn, HS Regensburg, HS Karlsruhe, TU Chemnitz, Uni Rostock, Uni Freiburg
<b>Abwesende</b>	
<b>Gäste</b>	2
<b>Sitzungsort</b>	BAR/H-205

## Inhaltsverzeichnis

1	Wahl des AK-Leiters	2
2	Probleme	2
3	Ursachenforschung	2
4	Was kann man machen?	3
5	Werbung	4
6	Zusammenfassung	5
7	Offene Punkte, Anregungen	5

# 1 Wahl des AK-Leiters

Juliane Mönch erklärt sich den bereit, den AK zu leiten. Sie wird als Leiterin einstimmig angenommen.

Die in den alten Protokollen (59. Bufata in Dresden, 64. Bufata in Aachen) genannten Anregungen werden meist schon durchgeführt.

## 2 Probleme

Folgende Probleme beschäftigen die anwesenden Fachschaften

- geringe Wahlbeteiligung -> mangelnde Legitimierung
- zu wenige Mitglieder, um die Plätze in der Fachschaft vollständig zu besetzen
- Konkurrenz mit vielen, z.T. attraktiveren, Organisationen
- es gibt schon fast alles -> was bietet man Neues an
- viel Arbeit im Hintergrund, die den Studenten nicht auffällt

## 3 Ursachenforschung

Warum finden sich bei uns so wenige engagierte Studenten, wenn z.B. in den USA trotz hohen Studiengebühren sehr viele engagierte Studenten zu finden sind (lt. Teilnehmer der HS Regensburg). Möglicherweise ist das natürlich eine Mentalitätsfrage oder dort wird einfach mehr Wert auf einen schöner Lebenslauf gelegt.

Warum fehlen uns also die Studenten? Möglichkeiten:

- andere Initiativen werben Leute weg (v.a. Für Leistungspunkte und mit besser klingenden Namen)
- die Studenten wollen schnell durchstudieren (Studiengebühren)
- es engagieren sich immer die Gleichen (Schule, Studium usw.)

Warum machen die Anwesenden das/ Ansatzmöglichkeiten:

- sie hat das Konzept angesprochen
- sie haben Vorteile (Profbekanntschaften, Kaffeeflat, eigenes Büro an der Universität)
- sie haben Spaß!

Oft funktioniert Neumitgliederwerbung augenscheinlich auch über Bekanntschaften und Mundpropaganda. Allerdings müssen breitenwirksamere Werbemaßnahmen gefunden werden.

Ziele dieser Werbung wären:

- demokratische Legitimation (Wahlwerbung)
- Akzeptanz der Arbeit
- Mitglieder für Gremienarbeit

## 4 Was kann man machen?

Was gemacht wird:

- Klausurensammlung
- Foren
- Erstsemesterzeitungen
- Checklisten für Studienbeginn
- Esetag(e)/Esewoche
- Berlin: virtuelle campusreally (an Terminen, an denen alle Erstis frei haben)
- HTW Berlin: Vorfinanzierte Rhetorikkurse (offensichtlich von Ingenieuren weniger angenommen)
- spontane Aktionen, um Bekanntheit zu steigern (Infostand + Eisverkauf, Grillen, alles was Aufmerksamkeit zieht, dann mit Gespräch ködern)
- u.v.m.

15:40 – FSR der Uni Siegen trifft ein

Probleme dabei:

- rapider Präsenzabfall nach Eseveranstaltungen -> Einhaken bevor die studentsiche Faulheit einsetzt
- Regensburg: „Vielleicht mehr auf Augenhöhe“ -> Kommunikationbarriere?
- Büro und Sprechzeiten eher weniger angenommen
- Angst, das Studium nicht zu schaffen, führt zu Zurückhaltung der Erstsemester, ab zweiten, drittem Semester wird man vergessen

Offene Fragestellungen -> Konzepte und Vorschläge gesucht zu:

- Werbung und Werbungsfinanzierung
- Rekrutieraktionen
- Präsenz und Sprechzeiten
- Interesse wecken – wie wird man Ansprechpartner für Fragen

16:00 Uhr - es erfolgt halbstündige Pause

16:30 Uhr - die zweite Hälfte beginnt, zusätzlich mit der Uni Freiburg (FS Technik)

## 5 Werbung

Ideen und Anregungen zum Punkt Werbung:

- Flyer (klein, handlich, in München z.B. auch Lesezeichen)
- Banner (regelmäßig aushängen + für Aktionen)n
- gegen Überbewerbung: auffällig, hässlich, knapp und präzise zieht Aufmerksamkeit
- Aufsteller
- facebook, Homepage, Forum und twitter, evtl. miteinander gekoppelt, um Arbeit zu sparen
- Vorlesungswerbung als effektiv angesehen (wie bleibt man jedoch effektiv bei vielen versch. Studiengängen?)
- Vernetzung zwischen den Studiengängen und Semestern fördern -> Mundpropaganda fördern
- Mailwerbung
- existierende, gut angenommene Foren nutzen, falls an HS existent
- die älteren Semester bei der Werbung nicht vergessen
- nicht nur zu Wahlen werben, sondern immer, wenn Leute gebraucht werden könnten

Mailwerbung:

- Mailwerbung mit Newslettern und Mailinglisten
- entweder Hochschulverteiler oder eigene Mailingslisten
- effektiv, vorausgesetzt die Studenten nutzen ihre Uni-Mailadressen (bei den Hochschulverteilern)

Wahlwerbung:

- die Dauer der Wahlen schwankt zwischen einem Tag und einer Woche
- die Beteiligung ist großteilig schlecht
- zentrales Wahllokal ist enorm wichtig
- fast alle locken mit Grillen/Glühwein ... funktioniert mäßig, aber ohne vermutlich noch katastrophaler
- Regensburg hat vor der Wahl zu über alle Kanäle zu seiner Konventssitzung eingeladen (hohe Resonanz, genauso viele Gäste wie Mitgleider)

Sprechzeiten

- Berlin: keine, Büro eh immer besetzt
- Chemnitz: bringt nichts, hat sich aber vielleicht noch nicht genug rumgesprachen
- Dresden: Sprechzeiten sind gut, wenn die Studenten einen Umweg zum Büro machen müssen (bei uns z.B. die Erstis)
- Paderborn: verkauft zwischendurch Kaffee und Snacks zum Selbstkostenpreis -> volles Büro in Pausen, Dauerrekrutierungsaktion

## Bürokraft

Regensburg überlegt eine Halbtagesbürokraft zu organisieren, weil auch die Qualität der Fachschafts-Arbeit damit stiege, dort gibt es allerdings keine Zwischenebenen (StuRa, Asta) -> viel Bürokratie für die Fachschaften. Paderborn hatte eine SHK als Sekretärin eingestellt, das kam aber nicht gut an und wurde vom Fakultätsrat gestrichen. Allerdings wäre eine zentrale Stelle in punkto Papierkramwissen geschaffen. Vermutlich wirkt es aber auch abschreckend auf die Freiwilligen, die kostenlos in der Fachschaft arbeiten.

## 6 Zusammenfassung

Aktionen	Nutzen	Probleme
Infoabend im Studentenclub mit Vorträgen, Getränken	Öffentlich wirksam	Schlechte Quote
Eis- und Grillstände etc. gekoppelt mit Infoaktionen	Nützlich zur Wahllistenfüllung	-
Plakate	Auffällig und im großen Stil hilfreich	Problem: Überplakatierung an der Uni
Wahllisten in Vorlesungsumgebung	Hat Chemnitz aktive Mitglieder beschert	Bei Fehlgriffen (Schläfern) hilft Rücktritt nahelegen
Konkrete Aufgabenfelder benennen	Studenten können sich mit potentiellen Aufgaben identifizieren	-

## 7 Offene Punkte, Anregungen

- wie macht man sich zum Ansprechpartner für Probleme
- E-learning Portale nutzen
- übersichtliche und klare Homepage: vielleicht mal einander Feedback über die jeweiligen Homepages geben