

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

**Referat für
Öffentlichkeitsarbeit
und Kommunikation**

Elisa Schwarze, Maurice Schiller
und Markus Schieferdecker

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

Montag, 26. September 2022

Tätigkeitsbericht des Referats für Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation (2021/22)

Der folgende Tätigkeitsbericht soll einen groben Überblick über die Arbeit des Referats für Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation geben, die in der laufenden Legislatur seit dem 4. Oktober 2021 geleistet wurde. Das Referat wurde von Elisa Schwarze (seit Sept. 2021, CampusGrün), Jacob Hassel (Sept. 2021 – Nov. 2021, CampusGrün), Katarina Botta (Okt. 2021 – März 2022, Juso-HSG), Wiebke Wahler (Nov. 2021 – Aug. 2022, Juso-HSG), Maurice Schiller (seit März 2022, Juso-HSG) und Markus Schieferdecker (seit Sept. 2022, CampusGrün) besetzt. Die Aufteilung des Berichts orientiert sich an den im Koalitionsvertrag 2021/2022 definierten Unterüberschriften.

Angebote zum Semesterbeginn

Semestertimer

Sowohl im Wintersemester 21/22 als auch im Sommersemester 22 haben wir erneut einen Semestertimer für die Studierenden bereitgestellt. Die Erstellung der Timer für das Wintersemester wurde noch größtenteils von unseren Vorgängern übernommen. Wir haben uns um letzte inhaltliche Anpassungen sowie die Verteilung im Rahmen der Ersti-Messe und durch eine Auslage im AStA gekümmert. Den Timer für das Sommersemester haben wir schließlich grundlegend inhaltlich überarbeitet und Anlaufstellen in Münster, die neuen Services des AStA sowie aktualisierte Beschreibungen für Referate und Hochschulgruppen hinzugefügt. Linus Hamm, Beauftragter für Design und Layout, hat zwei verschiedene Cover entworfen, über die wir unsere Follower*innen auf Instagram haben abstimmen lassen. An der Abstimmung nahmen über 1000 Personen teil.

Die Timer wurden schließlich in einer Auflage von 1500 Stück gedruckt. An insgesamt drei Terminen haben wir Verteilaktionen vor der Mensa am Aasee organisiert, die von den Studierenden ausgesprochen gut angenommen wurden. Zudem haben wir die Auslagen im AStA und in der Mensa am Aasee mit Timern bestückt. Alle Exemplare konnten bis Dezember restlos ausgegeben werden.

Zum Redaktionsschluss für diesen Bericht haben wir den Timer für das Wintersemester 22/23 mit einer Auflage von 2.500 Stück bereits in Druck gegeben. Erneut waren einige inhaltliche Anpassungen nötig, eine grundlegende Überarbeitung fand jedoch nicht statt.

Ersti-Beutel

Auch das Angebot der Ersti-Beutel haben wir in dieser Legislatur fortgesetzt. Leider gab es von Seiten unserer Vorgänger einige Verzögerungen, weshalb die Jutebeutel für das Wintersemester erst im November geliefert wurden. Wir haben daher Papiertüten als kurzfristigen Ersatz besorgt, mehr als 2.000 Taschen gepackt und diese auf der Ersti-Messe verteilt. Wir waren bemüht, alle Beutel auszugeben, was uns aufgrund der zeitlichen Verzögerungen und der kurzen Vorlaufzeit allerdings nicht möglich war. Dennoch konnte etwa die Hälfte der Beutel verteilt werden.

Für das Sommersemester nahmen wir uns vor, rechtzeitig mit den Planungen zu beginnen, um entsprechende Komplikationen zu vermeiden und die Ersti-Beutel pünktlich zum Semesterstart anbieten zu können. Wir haben diverse Unternehmen und Anlaufstellen aus Münster kontaktiert und angefragt, ob sie uns mit Goodies unterstützen möchten. Positive Rückmeldungen kamen unter anderem von der Fairteilbar, von Yomaro und von elben. In Kombination mit Sponsoring-Anfragen, die uns von Seiten anderer Unternehmen erreichten, konnten wir für die Studierenden ein vielfältiges und abwechslungsreiches Angebot aus Zeitschriften, Info-Materialien, Schreibwaren, Snacks, Stickern und Gutscheinen bereitstellen. Verbliebene und weiterhin aktuelle Materialien aus dem Wintersemester wurden wiederverwendet.

In einer gemeinsamen, zweitägigen Aktion, an der sich rund ein Drittel der AStA-Referent*innen beteiligte, wurden zunächst die verbliebenen Papiertüten ausgeleert und anschließend insgesamt rund 2500 Ersti-Beutel gepackt. Da es im Sommersemester keine Ersti-Messe gibt, haben wir als Referent*innen zentrale Verteiltermine organisiert. In Absprache mit den Fachschaften, die zum Sommersemester neue Studierende begrüßen, wurden zwei Termine in der O-Woche gewählt, die wir intensiv auf Social Media beworben haben. Trotz teils schlechter Wetterbedingungen (Schnee und Minusgrade) kamen rund 300 Erstis an den AStA, um sich einen Beutel abzuholen. Anschließend haben wir die Verteilung für Studierende aller Semester geöffnet. Weitere hunderte Exemplare wurden gemeinsam mit den Timern vor der Mensa am Aasee ausgegeben. Zudem lagen die Ersti-Beutel im AStA aus, die entsprechenden Kartons wurden regelmäßig von uns nachgefüllt. So konnten auch die Ersti-Beutel restlos verteilt werden.

Für das Wintersemester 22/23 wurden rund 30 Goodies und Informationsmaterialien angeworben und 2.500 Ersti-Beutel gepackt, die primär bei der zentralen Erstsemesterbegrüßung im Preußenstadion verteilt werden sollen.

Bewerbung der Hochschul- und Landtagswahlen

Wahlgewinnspiel

Um die Studierenden zur Teilnahme an den Hochschulwahlen zu motivieren, wurde erneut ein Wahlgewinnspiel organisiert. Dazu haben wir rund 50 Unternehmen, Kultureinrichtungen und Gastronomiebetriebe aus Münster kontaktiert und Preise angeworben. Insgesamt kamen so über 120 Gewinne zusammen, unter anderem ein Escape-Room-Gutschein, ein Gutschein für das Theater Münster und Eintrittskarten für das GOP Varieté. Die Lose für das Wahlgewinnspiel

wurden planmäßig an den Urnen ausgegeben. Leider gab es bei der Bestückung der Briefwahlunterlagen zunächst Schwierigkeiten, später erhielten die Briefwähler*innen jedoch das Angebot, sich nachträglich ein Los abzuholen, sofern sie sich in Münster aufhielten. Diese Umstände haben die Auslosung des Gewinnspiels zeitlich leicht verzögert, am 10. Juni konnten die Gewinner*innen jedoch auf der AStA-Website, der Wahlwebsite und auf Social Media bekannt gegeben werden. Alle Preise wurden im AStA-Büro hinterlegt und konnten innerhalb der folgenden zwei Wochen zu den regulären Öffnungszeiten abgeholt werden. Die verbliebenen Gewinne wurden in einer zweiten Runde neu verlost.

Soziale Medien

Auf Instagram und Facebook haben wir in einer 16-teiligen Reihe über die Wahlen informiert. Dazu zählten nicht nur Posts, die sich an den W-Fragen orientierten (Wo, wie, wann und was wird gewählt), sondern auch Informationen zum Wahlgewinnspiel und zum StuPa-Mat sowie Vorstellungsvideos der einzelnen Listen und ihrer Spitzenkandidierenden. Bis auf den SDS haben alle Listen Videos eingereicht, die von uns untertitelt und entsprechend der Reihenfolge auf den Stimmzetteln geteilt wurden. Alle Posts aus der Wahl-Reihe wurden mit einem einheitlichen Logo markiert, um ihren Wiedererkennungswert zu steigern. Des Weiteren haben wir in unserer Instagram-Story ein FAQ durchgeführt, bei dem Studierende offene Fragen stellen konnten, und so gut wie täglich auf die laufenden Wahlen hingewiesen.

StuPa-Mat

Im AK StuPa-Mat wurden unter Koordination des Referats für Politische Bildung und Intersektionalität inhaltliche Thesen erarbeitet, denen das Studierendenparlament am 09. Mai zugestimmt hat. Nachdem wir in der folgenden Woche die Positionen der Listen zu den Thesen hatten, haben wir mit der technischen Umsetzung des StuPa-Mat (stupamat.stupa.ms/) über die Software Mahlowat, die bereits in der Vergangenheit eingesetzt wurde, begonnen. Am 28. Mai, vier Tage vor Beginn der studentischen Wahlen, haben wir in Absprache mit dem Referat für Politische Bildung und Intersektionalität mit der Bewerbung des StuPa-Mat über Instagram und Facebook begonnen. Aufgrund technischer Gegebenheiten geschah dies noch mit der Startseite der vergangenen Wahlen im Jahr 2021, am folgenden Montag konnte diese jedoch aktualisiert werden. An diesem Montag, dem ersten Tag der studentischen Wahlen, berichteten wir auch dem Studierendenparlament über die Veröffentlichung des StuPa-Maten sowie weitere Fehler, die in den Stunden nach der Bewerbung bekannt geworden sind. Auf Bitten der Kritischen Linken kommunizierten wir die Probleme, insbesondere die zeitweise falschen Positionierungen der KriL, dann auch über Instagram und Facebook. Für die Zukunft werden wir mögliche Nachfolger*innen im Referat besser über die technische Umsetzung sowie die damit einhergehenden Herausforderungen des StuPa-Maten informieren und bewerten außerdem, ob es bessere Alternativen zur bisher genutzten Software gibt.

Angebote auf der AStA-Webseite

Auch im Internet haben wir über die anstehenden studentischen Wahlen informiert. Dazu haben wir eine Wahl-Website gestaltet, die unter anderem eine aktuelle Karte mit den Urnenstandorten, aktuelle Beschreibungen der Gremien und antretenden Listen, ein Info-Video einen Link zur Preisliste des Wahlgewinnspiels sowie einen Link zum Briefwahl-Antrag enthielt. Das Info-Video

Tätigkeitsbericht des Referats für Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation (2021/22)

haben wir aus dem Jahr 2021 übernommen, jedoch neu geschnitten und vertont, sodass es für die Präsenzwahlen auf dem aktuellen Stand war. Außerdem gab es auf der Website die Möglichkeit, sich einen von uns gestalteten Zoom-Hintergrund und einen Profilbild-Rahmen mit Hinweis auf die Wahlen herunterzuladen.

Podiumsdiskussion

Im Zuge der Landtagswahlen in NRW am 15. Mai 2022 hat das Referat für Politische Bildung und Intersektionalität am 22. April eine Podiumsdiskussion mit den Kandidierenden verschiedener Parteien aus Münster veranstaltet. Als Referat haben wir es ermöglicht, dass die Podiumsdiskussion über YouTube gestreamt wird und im Nachhinein zum Abruf bereitsteht. Insgesamt hatte der Livestream 121 Aufrufe, welche sich bis in den Juli noch auf 188 erhöht haben. Auch die Möglichkeit, über den Live-Chat Fragen an die Kandidierenden zu stellen, wurde genutzt. Über die YouTube-Analytics konnten wir im Nachhinein feststellen, dass viele Menschen den Livestream entweder direkt über die Kanalseite des AStA (25%) oder die YouTube-Suche (23%) gefunden haben. Unter den externen Weiterleitungen (20%) war unser Instagram-Kanal die bedeutendste Quelle - hier hatten wir den Livestream mehrfach in der Story verlinkt. Der Link wurde außerdem auch über Messenger wie WhatsApp oder Telegram verschickt.

AStA-Website

Referate und Beauftragungen

Wir haben die Website regelmäßig aktualisiert und wechselnde Besetzungen von Referaten und Beauftragungen möglichst schnell auf die Website übertragen. Von den Referent*innen haben wir zudem immer ein aktuelles Foto gemacht und dieses ebenfalls auf der Website aktualisiert.

Terminkalender

Außerdem haben wir den Terminkalender auf der Website auf dem aktuellen Stand gehalten und sowohl AStA-interne als auch -externe Veranstaltungen aufgenommen und beworben.

Neue Website

Da das Backend der AStA-Website stark veraltet und nicht barrierefrei ist und einige Anwendungen nicht mehr unterstützt werden, haben wir in dieser Legislatur Bemühungen für eine neue Website angestoßen. Diese kamen allerdings nur schleppend voran, da es vor allem von Seiten der Mitarbeitenden Bedenken gab. In Anbetracht dieser Umstände übernahm der AStA-Vorsitz die Hauptverantwortung für die Planungen, da dieser einen besseren Draht zu den Mitarbeitenden hat. Für die kommende Legislatur soll die Einrichtung einer neuen Website zu den zentralen Aufgaben des AStA zählen.

Dokumente

Auf unserer Website asta.ms ist eine Reihe von Dokumenten zu finden. Hierzu gehören insbesondere die Protokolle der AStA-Plenas, die nach der Bestätigung durch das Plenum auf die Webseite hochgeladen werden. Auch die Tätigkeitsberichte der Referate sind online auffindbar. Auf Anfrage wurden diese auch der ULB als sogenannte Pflichtexemplare für die elektronische Sammlung zur Verfügung gestellt.

Zusätzlich zur Bewerbung von Ausschreibungen über die sozialen Medien finden sich auf der Webseite auch ausführlichere Beschreibungen der offenen Stellen, die in den entsprechenden Beiträgen verlinkt werden. Ebenfalls stellen wir Publikationen des AStA, wie beispielsweise die jeweils aktuelle Ausgabe des Semestertimers, auf unserer Website zur Verfügung.

Auftritt in den Sozialen Medien

Wochenschau

Die Wochenschau ist eine Terminübersicht mit Veranstaltungen in Münster, die jeweils Sonntags in der Instagram-Story des AStA gepostet und anschließend in den Highlights gespeichert wird. Sie wurde zu Beginn dieser Legislatur ins Leben gerufen und erfreut sich seitdem großer Beliebtheit. Jeweils rund 1100 Personen schauen die Wochenschau bis zum Ende. Für die Erstellung sichten wir verschiedene Homepages und Kalender, um eine ansprechende Mischung an Terminen für die studentische Zielgruppe zusammenzustellen. Seit Januar wird die Wochenschau auch als englischsprachige PDF-Version angeboten. Die Übersetzung übernimmt die AStA-Übersetzerin Fabiana Taliani, das kurzfristige Anpassen und Hinzufügen von Terminen liegt in den Händen der Öffentlichkeitsreferent*innen.

Plenums-Update

Bei Redaktionsschluss haben wir zu insgesamt 47 stattgefundenen Plena 29 mal ein Plenums-Update erstellt. Bei diesem Format berichten Referent*innen in mehreren Instagram-Stories von den Themen eines AStA-Plenums und weisen häufig auch auf kommende Veranstaltungen des AStA oder einzelner Referate hin. Neben dem AStA-Vorsitz, der häufig an den Updates beteiligt war, haben wir auch probiert, den autonomen Referaten die Möglichkeit zu geben, von ihrer Arbeit zu berichten, wie beispielsweise dem Referat für schwule und bisexuelle Studierende im Rahmen des Pride Month. Auf Anregung des Referats für behinderte und chronisch kranke Studierende wird das Plenums-Update immer mit Untertiteln versehen. Das Design dieser Untertitel haben wir mit der Zeit vereinheitlicht und hierbei die Farben sowie das Logo des AStA benutzt. Mit Freude haben wir außerdem bemerkt, dass die häufig humorvoll gestalteten letzten Storys des Updates hin und wieder in den sozialen Medien geteilt wurden. Danken möchten wir an dieser Stelle auch Madita (10 mal), Florian (8 mal) und Jacob (5 mal), die besonders häufig vor der Kamera standen, um vom Plenum zu berichten.

Neues Corporate Design

Nachdem wir Ende 2021 die Zusammenarbeit mit Linus Hamm begonnen haben, erarbeiteten wir mit ihm zum Jahreswechsel ein neues Corporate Design, das wir seitdem für unsere

Instagram-Beiträge nutzen. Neben der Übersichtlichkeit und Ästhetik war uns insbesondere auch der Wiedererkennungswert anhand der AStA-Farben im Design wichtig. Sehr viel Wert legten wir auch auf die möglichst große Barrierefreiheit unserer Beiträge. Dazu verwenden wir in unseren Beiträgen die Schriftart “Atkinson Hyperlegible” und beschreiben jedes Bild im Alternativtext. Seit der Einführung des neuen Corporate Designs haben wir über 150 Beiträge (durchschnittlich >4 Beiträge pro Woche) geteilt und konnten somit unsere Reichweite, vor allem auf Instagram, stark erhöhen.

Reichweitensteigerung

Zu Redaktionsschluss hat der Instagram-Account *asta.ms* über 7.000 Follower und 489 Beiträge. Zu Beginn der Legislatur waren es rund 3.700 Follower. Das Instagram-Tool Insights ermöglicht es uns, Daten über unsere Reichweite und unsere Aktivität in der jüngeren Vergangenheit einzusehen. So haben wir beispielsweise in den letzten 30 Tagen insgesamt 428 Follower dazugewonnen, 9 Beiträge erstellt und 106 Storys hochgeladen. Unser erfolgreichster Beitrag in den letzten Monaten trägt den Titel “Semesterticketaktion im Herbst” und wurde von 8.316 Menschen angesehen. Der Blick auf die jüngere Vergangenheit ist damit für uns durchaus positiv, denn wir erreichen zunehmend mehr Menschen. Auch bei Aktionen wie dem Verteilen von Ersti-Beutel konnten wir feststellen, dass uns an diesen Tagen besonders viele neue Menschen folgten. Für die zukünftige Evaluation tragen wir jedoch alle relevanten Daten aus Instagram-Insights in eine Tabelle ein, um auch eine Zeitspanne von mehr als 90 Tagen beurteilen zu können.

Unsere Facebook-Seite “AStA Uni Münster” folgen mit 6.246 ähnlich viele Menschen wie auf Instagram. Dieser Wert hat sich in den vergangenen 90 Tagen - auch hier existiert diese Beschränkung - um etwas über 5% erhöht. Auch wenn die Beiträge auf Instagram und Facebook identisch sind, haben wir auf Instagram jedoch eine deutlich größere Reichweite, weshalb hier auch unser Fokus liegt. Knapp 2.000 Seitenaufrufe in den letzten 90 Tagen auf Facebook stehen weit über 30.000 bei Instagram gegenüber. Die Annahme, dass auf Facebook vermehrt ältere Menschen aktiv sind, lässt sich außerdem mit Blick auf unsere Follower bestätigen.

Linktree

Im Februar haben wir begonnen, das Programm Linktree zu nutzen, um teils lange und komplexe Website-Links einfacher darzustellen und von den Sozialen Medien aus auf verschiedene Websites und Einträge verweisen zu können. Linktree ermöglicht es, mehrere Links in einer Liste zu sammeln und diese Liste dann an anderen Orten, in unserem Fall in der Instagram-Bio, zu verlinken. So müssen unsere Follower Instagram nicht verlassen, um beispielsweise auf Ausschreibungen oder Anmeldetools zugreifen zu können.

Vorstellung von Referent*innen

Sobald alle Referate neu besetzt waren, haben wir aktuelle Fotos aller Referent*innen gemacht und Selbstbeschreibungen eingeholt. Diese haben wir nicht nur auf der Website, sondern im Dezember auch in einer eigenen Social Media-Reihe veröffentlicht. Die Posts stießen, vor allem im Verhältnis zu unserer damaligen Followerzahl, auf viel Zuspruch.

Vorstellung der AStA-Services

In einer Reihe aus insgesamt 16 Social Media Posts stellten wir von März bis Mai 2022 die Services des AStA vor. Um mehr Vielfalt und Abwechslung in unsere Beiträge zu integrieren, ließen wir die Captions von den AStA-Übersetzer*innen in die Sprachen Portugiesisch, Spanisch, Arabisch, Kurdisch, Russisch, Ukrainisch und Türkisch übersetzen. Die Posts erlangten im Schnitt ca. 100 Likes und wurden in einem Instagram-Guide zusammengefasst, um die Informationen auch für neue Follower*innen gebündelt zugänglich zu machen.

Kampagnen

Antirassismus

Die Antirassismus-Kampagne des AStA war bereits für den März 2021 angesetzt, konnte aufgrund der damaligen Corona-Beschränkungen allerdings nur in reduziertem Umfang stattfinden. Der AStA entschied sich deshalb dazu, die Kampagne im Februar 2022 neu aufzulegen. Im Zuge dessen haben wir die entsprechende Kampagnenwebsite antira.asta.ms auf den aktuellen Stand gebracht und in sechs weitere Sprachen übersetzen lassen. Die entsprechenden Texte haben wir selbst eingepflegt. Zudem haben wir ein Banner anfertigen lassen und während der Kampagnenwoche an der Fassade des AStA angebracht.

Gemeinsam mit Linus Hamm wurde eine Lösung erarbeitet, wie wir unser Corporate Design auch während der Kampagne fortsetzen und dennoch die bereits vorhandenen Sharepics nutzen können. In der Woche vom 13. bis zum 19. Februar haben wir täglich ein bis zwei Posts veröffentlicht, darunter auch zwei neue Posts, die im Voraus noch nicht geteilt worden waren. Überraschenderweise verzeichnete die Kampagne auf Social Media eine ähnliche und teils sogar schlechtere Reichweite als im März 2021.

Nachhaltigkeit

Die Kampagne “food for thought”, die vom 25. April bis zum 1. Mai 2022 stattfand, wurde von uns mit insgesamt 24 Beiträgen auf den Sozialen Medien begleitet. Um die Beiträge im Rahmen der Nachhaltigkeits-Kampagne besser von anderen Beiträgen abzuheben, haben wir in Zusammenarbeit mit der zuständigen Stelle “Design & Layout” unser Corporate Design farblich angepasst. Neben sieben Beiträgen zur Bewerbung von Veranstaltungen im Rahmen der Kampagne gab es auch sieben Info-Beiträge, zu deren Ausgestaltung auch andere Referate aus dem AStA beigetragen haben. Zusätzlich haben wir noch 6 Rezepte vorgestellt.

Während der Kampagne konnten wir dauerhaft überdurchschnittlich viel Reichweite und neue Follower*innen verzeichnen. Das besonders der erste Beitrag der Kampagne die höchste Zahl an neuen Follower*innen (26) beigesteuert hat, zeigt uns, dass es offenbar ein großes Interesse an den angebotenen Inhalten gegeben hat. In Punkto Reichweite stechen insbesondere die Beiträge zu den Ergebnissen der Mensa-Umfrage (3.746, Stand Juli) und Anlaufstellen zum Thema Nachhaltigkeit in Münster (3.802, Stand Juli) heraus.

Neben den referatsspezifischen Aufgaben unterstützten wir die Kampagne auch bei Veranstaltungen wie der Küche für Alle oder der Verteilung von Goodies.

Förderung der Digitalisierung von Angeboten und Services

Erste Gespräche mit der Uni

Auf Initiative eines ehemaligen Studenten, der mit einem konkreten Vorschlag auf uns zugekommen ist, haben wir mit Vertreter*innen der Universität ein erstes Gespräch zum Thema “Digitaler Studierendenausweis” geführt. An dem Treffen nahmen Andreas Zirkel und Thien Trang Do (Studierendensekretariat), Eva Mundanjohl (Dezernat 1) sowie Alice Fleury (WWU IT) teil. Leider blieb das Gespräch ohne Ergebnis, da von Seiten der Universität zunächst eine Art “Grundsatzpapier” gefordert wurde, in dem der AStA seine Positionen und Wünsche zum Thema Digitalisierung darlegt.

AK Digitalisierung

Zur Erarbeitung dieses Grundsatzpapiers wurde ein Arbeitskreis eingerichtet. Im Rahmen des ersten Termins haben wir eine Liste mit Vorschlägen für digitale Services (bspw. Digitalisierung des Einschreibungsprozesses, Vereinfachung des Raumverteilungssystems, Integrierung von Lage- und Gebäudeplänen mitsamt Hinweisen zu Kapazitäten und Barrierefreiheit, Campus-App mit Bibliothekssystem und Angeboten des Studierendenwerks) und weiteren Punkten zum Thema Digitalisierung (bspw. zentraler Laptop- oder Tabletverleih, Info-Bildschirme in Unigebäuden, Ausstattung von Seminarräumen und Hörsälen mit Kamera, Mikro und Beamer, Schulungen für Dozierende) angelegt. Auf der folgenden Fachschaftenkonferenz wurden die Fachschaften dazu eingeladen, sich ebenfalls am AK zu beteiligen und ihre eigenen Ideen einzubringen. Hier war die Rückmeldung jedoch eher verhalten, sodass kein zweites Treffen zustande kam.

Die Liste wurde daraufhin an die Teilnehmer*innen des ersten Gesprächs weitergeleitet. Anschließend erhielten wir jedoch die Rückmeldung, dass diese Personen teils nicht mehr zuständig seien und die Kommunikation verstärkt über Vorsitz und Rektorat laufen solle. Dieses Verfahren schien uns undurchsichtig und unpassend, was wir der Universität rückmeldeten. Daraufhin wurde uns angeboten, die Gespräche unter Umständen doch in der ursprünglichen Runde fortzusetzen. Dies soll in der nächsten Legislatur geschehen.

Mitarbeit in Arbeitskreisen

AK Kampagnenplanung

Da Kampagnen immer auch eine intensive Begleitung über die Soziale Medien und andere Kanäle erforderlich machen, waren wir als Referat in der Regel auch im zuständigen Arbeitskreis für die Kampagne “food for thought” präsent. Neben der generellen Mitarbeit an der Kampagne betraf dies insbesondere in Zusammenarbeit mit der Stelle “Design & Layout” das generelle Design, das Logo und die Farben der Kampagne.

Awareness-AK

Tätigkeitsbericht des Referats für Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation (2021/22)

Der Awareness-AK wurde auf Initiative des Fachschaftenreferats im März gegründet und hat zur Aufgabe, Awareness-Workshops zu organisieren sowie ein Awareness-Telefon für die O-Woche vorzubereiten und umzusetzen. Als Öffentlichkeitsreferat nahmen wir an mehreren AK-Treffen teil und beteiligten uns aktiv an der Ideenfindung sowie der Bewerbung der geplanten Workshops. Dies geschah unter anderem durch Direktnachrichten an die Fachschaften, durch Storys und eigene Instagram-Posts. Zudem verwalteten wir die Bewerbungen für das Awareness-Telefon, führten Bewerbungsgespräche und organisierten einen Einführungsworkshop für das Telefonteam.

AK StuPa-Mat

Im AK StuPa-Mat, der vom Referat für Politische Bildung und Intersektionalität geleitet wurde, wurde der StuPa-Mat inhaltlich vorbereitet. An den Treffen nahmen neben uns Vertreter*innen der Listen sowie der AStA-Vorsitz teil. Wir haben die Thesen aus den vergangenen Jahren überarbeitet und uns gemeinsam neue Thesen überlegt.

Nachgeordnete Referatsstellen

Design

Im November besetzten wir die Stelle “Design und Layout” neu und vergaben diese nach mehreren Vorstellungsgesprächen mit verschiedenen Bewerber*innen an Linus Hamm, nachdem Jana Bernhardt aus dem Rahmenvertrag ausschied und die Stelle einige Wochen unbesetzt blieb.

Newsletter

Nachdem Roman Lay zum April 2022 seinen Honararvertrag zur Verwaltung des Newsletters kündigte, übernahm diese Stelle ab April Anne Waack, für die wir uns nach Bewerbungsgesprächen mit verschiedenen Bewerber*innen entschieden.

Zusammenarbeit mit anderen Stellen

CareCast

Weiterhin übernahmen wir den Upload des Podcasts “CareCast” auf unserem Soundcloud-Account. Zudem bewarben wir die neuen Folgen über Social Media und haben dabei verschiedene Wege evaluiert, möglichst viele Aufrufe für eine Folge zu generieren.

Pressearbeit

In der vergangenen Legislatur haben wir auch die Zusammenarbeit mit der lokalen und überregionalen Presse vertieft. Zu verschiedenen Anlässen, unter anderem zur Wiedereröffnung des AStA, zum Hörsaalslam, zur StuPa-Stellungnahme “Studierende, hinsetzen!” und zur Veröffentlichung der Umfrageergebnisse aus dem Wintersemester 21/22 haben wir Pressemitteilungen an diverse Medien verschickt. Diese wurden regelmäßig in den Westfälischen Nachrichten veröffentlicht. Im Zuge der Diskussionen um das 9 Euro-Ticket konnten wir Journalisten von 24RHEIN, Ippen Digital und Business Insider mit Informationen aus Münster unterstützen. Darüber hinaus waren wir auch für die Koordination von Presseanfragen an den

Tätigkeitsbericht des Referats für Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation (2021/22)

AStA-Vorsitz, beispielsweise zur Armut unter Studierenden oder dem Studienstart während der Corona-Pandemie, verantwortlich.

Uni-Archiv

Auf Anfrage des Uni-Archivs übergaben wir im Juni 2022 zahlreiche alte Ausgaben der Erst-Information und des Semestertimers aus dem Büro des Öffentlichkeitsreferats zur Aufbewahrung an das Archiv. Über ein Exemplar zukünftiger Ausgaben würden sie sich freuen.

Sonstiges

Berichte im StuPa

Gerade als Referat für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit ist es uns wichtig, auch dem Studierendenparlament über unsere Arbeit zu berichten. In der vergangenen Legislatur haben wir insgesamt sieben mal im StuPa über unsere Arbeit berichtet. Insbesondere im Zuge der Probleme mit der Veröffentlichung des StuPa-Mat waren wir bemüht, die Hintergründe hinter den Problemen zu erläutern und auch für Verständnis zu werben. Dem Wunsch des StuPa, auf den Sozialen Medien die Fehler des StuPa-Mat, insbesondere die zeitweise fehlerhaften Antworten der Kritischen Linken, zu kommunizieren, sind wir sehr gern gefolgt. Darüber hinaus standen wir bei den Sitzungen auch für Fragen zur Verfügung und haben auch Anfragen von Mitgliedern des Studierendenparlaments per Mail gewissenhaft beantwortet.

Landes-ASten-Treffen

In der vergangenen Legislatur haben wir den AStA der Uni Münster insgesamt fünf Mal beim Landes-ASten-Treffen (LAT) vertreten, im November 2021 sowie im März, Juli, August und September 2022. Neben Forderungen zur Landtagswahl oder dem Umgang mit geflüchteten Menschen aus der Ukraine, in dessen Zusammenhang wir unter anderem die Erweiterung unserer Wohnbörse als Positivbeispiel einbringen konnten, spielte mit dem Preissystem in den Mensen der Studierendenwerke auch eine Thema eine Rolle, was insbesondere an unserer Uni viel diskutiert wurde. Die Kampagne "SOS Semesterbeitrag" oder die Stellungnahmen zum Heizkostenzuschuss haben wir unterstützt und auch in unsere Präsenz in den Sozialen Medien einfließen lassen. Aktuell wird an einer landesweiten Vernetzung der studentischen Mitglieder im Verwaltungsrat des Studierendenwerks gearbeitet.

Als Referat ist uns aber auch bewusst, dass unsere Präsenz beim Landes-ASten-Treffen größer sein könnte, als sie es in der Vergangenheit war. Dies hängt auch damit zusammen, dass über einen langen Zeitraum das AStA-Plenum sowie das LAT zum selben Zeitpunkt stattfanden. Für die nächste Legislatur haben wir angeregt zu prüfen, ob gegebenenfalls ein anderes Referat für die Mitarbeit im LAT (mit)verantwortlich sein kann.

Bei Nachfragen zu einzelnen Themen und weiterem Interesse freuen wir uns über eine Mail an asta.oeffentlichkeit@uni-muenster.de.