

Politik Praktisch

Das 1x1 der Kampagnenarbeit

15.-17. 03.2019 in Leipzig



VEREIN DEMOKRATIE
UND HOCHSCHULE

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

1. Ziele von Kampagnen

Ziele

1. Hochschulpolitische Ziele verwirklichen
2. Menschen zum Nachdenken bewegen
3. Erfahrungen sammeln und austauschen
4. Gesellschaftliche Sensibilisierung für Inhalte
5. Interesse für Studierendenschaften wecken

2. Kampagnen-Themen vor Ort

Themen vor Ort

HoPo - Regelungen



- VS stärken
- Mitbestimmung stärken
- Selbstbestimmtes Studieren
- Möglichkeit von mdz. Prüfungen
- Bedingungsloser 2. Prüfungstermin
- Entloppelung Semesterbeitrag
- Quotierung

Infrastruktur

- Digitalisierung
- Ausbau ÖPNV
- Ruherräume
- Lernräume
- Raumausstattung
- Sozialer Wohnraum
- Räume für autonome studentische Gremien
- Internationalisierung

Hochschulzertifikat

- Ausbau von Beratung
- Ausbau von Kulturangeboten / Kulturteil

- ÖPNV ausbauen 
- Bibliothek (digitale Bücher, Plätze)
- Bezahlbarer Wohnraum 
- Beratungsangebote ausweiten
- Mensa (Preise ↓, Auswahl / ↑) \uparrow PP \uparrow Qualität \uparrow
- Schließfächer
- gegen Anwesenheitspflichten
- Mitbestimmung

Themen vor Ort

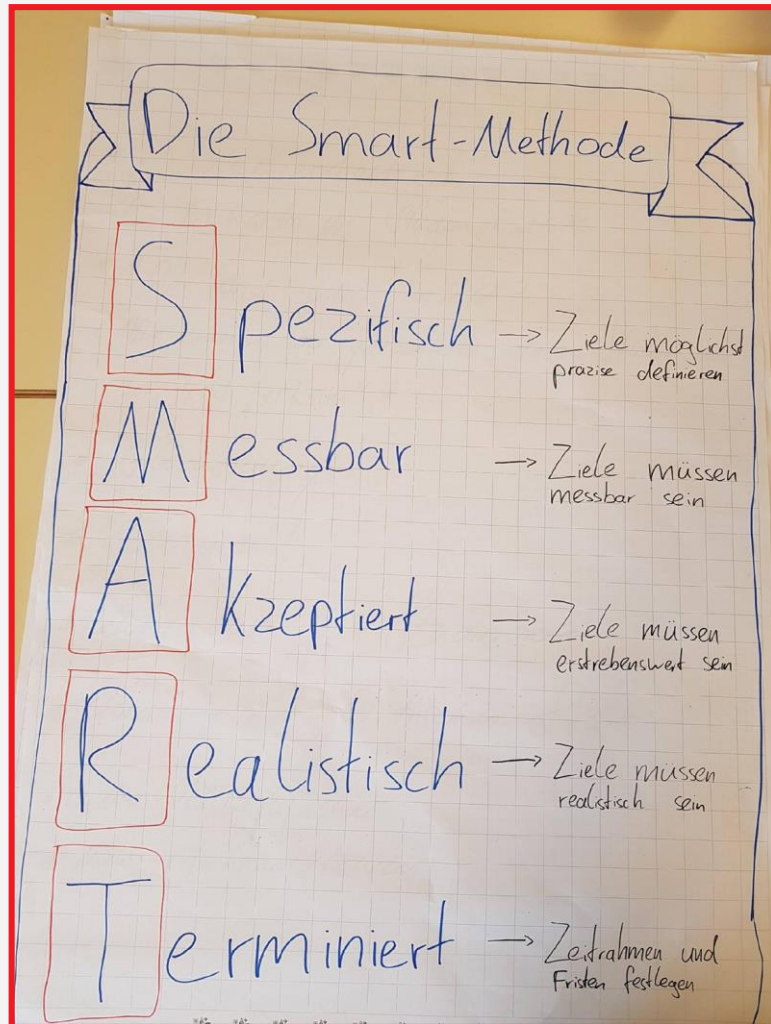
- "Studierbarkeit"
↳ Erhalten der Studienqualität
- "Wie wird Geld verteilt?"
↳ Wie können wir garantieren, dass Studierende das Geld "erhalten"?
- Gleichstellung
- Wasserspender!
- Wohnraum für Studierende
- Förderung der kritischen Lehre
- mehr Schließfächer
- mehr Fahrradstände

2. Grundlagen der Kampagnenarbeit

Von der Idee zur Kampagne

- Klares, erreichbares und messbares Ziel
- Klaren Anfang und klares Ende
- Klare personelle Verantwortlichkeiten
- Planungsarbeit
- Vielfalt in Aktion
- Finanzen

SMART-Methode



Disney-Methode

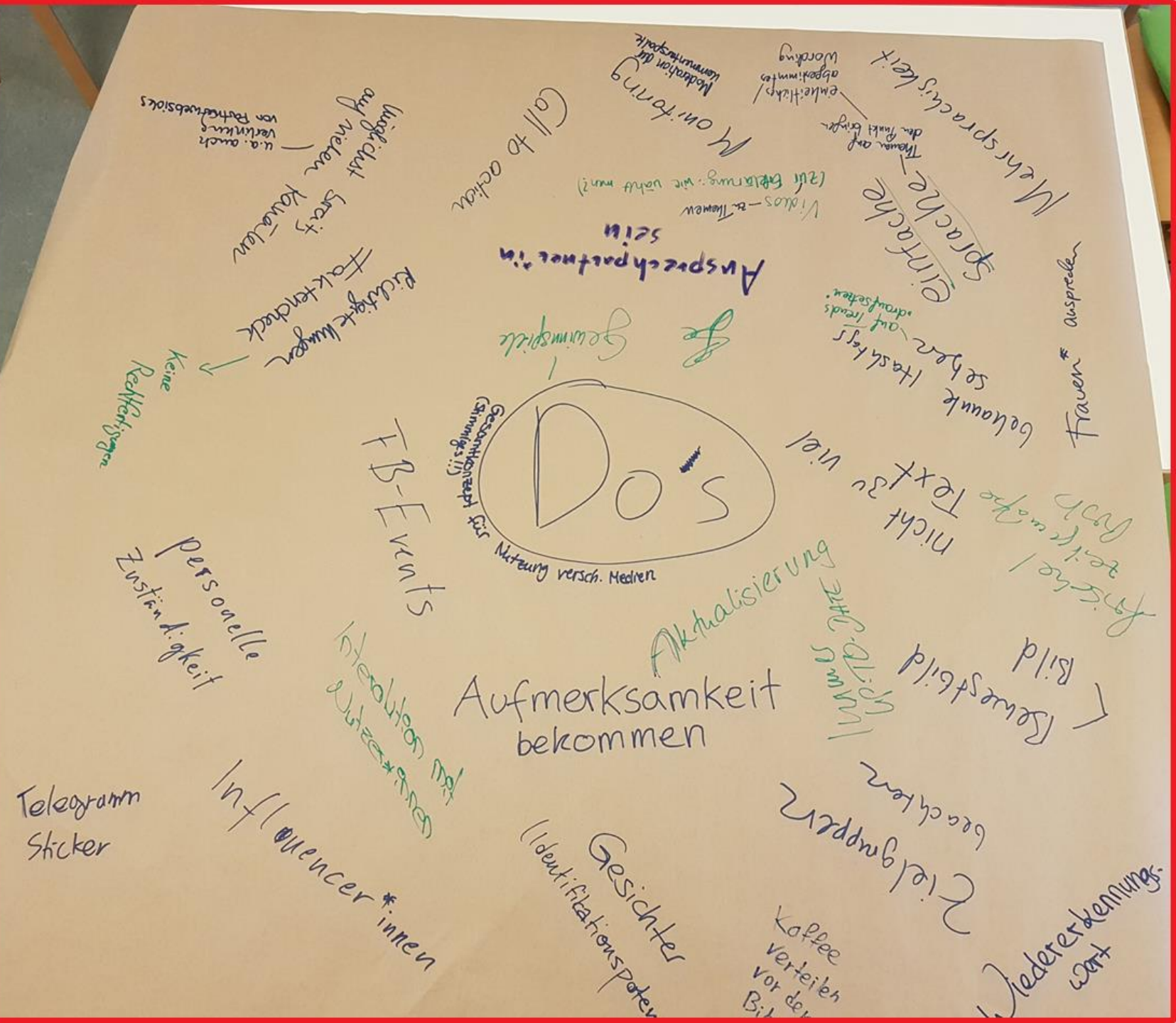
- Zielfindung in drei Phasen:
- Traumphase
 - subjektiv und enthusiastisch
- Realismusphase
 - pragmatisch und praktisch
- Kritikphase
 - Prüft die Vorgaben der anderen

Die Schritte der Planung

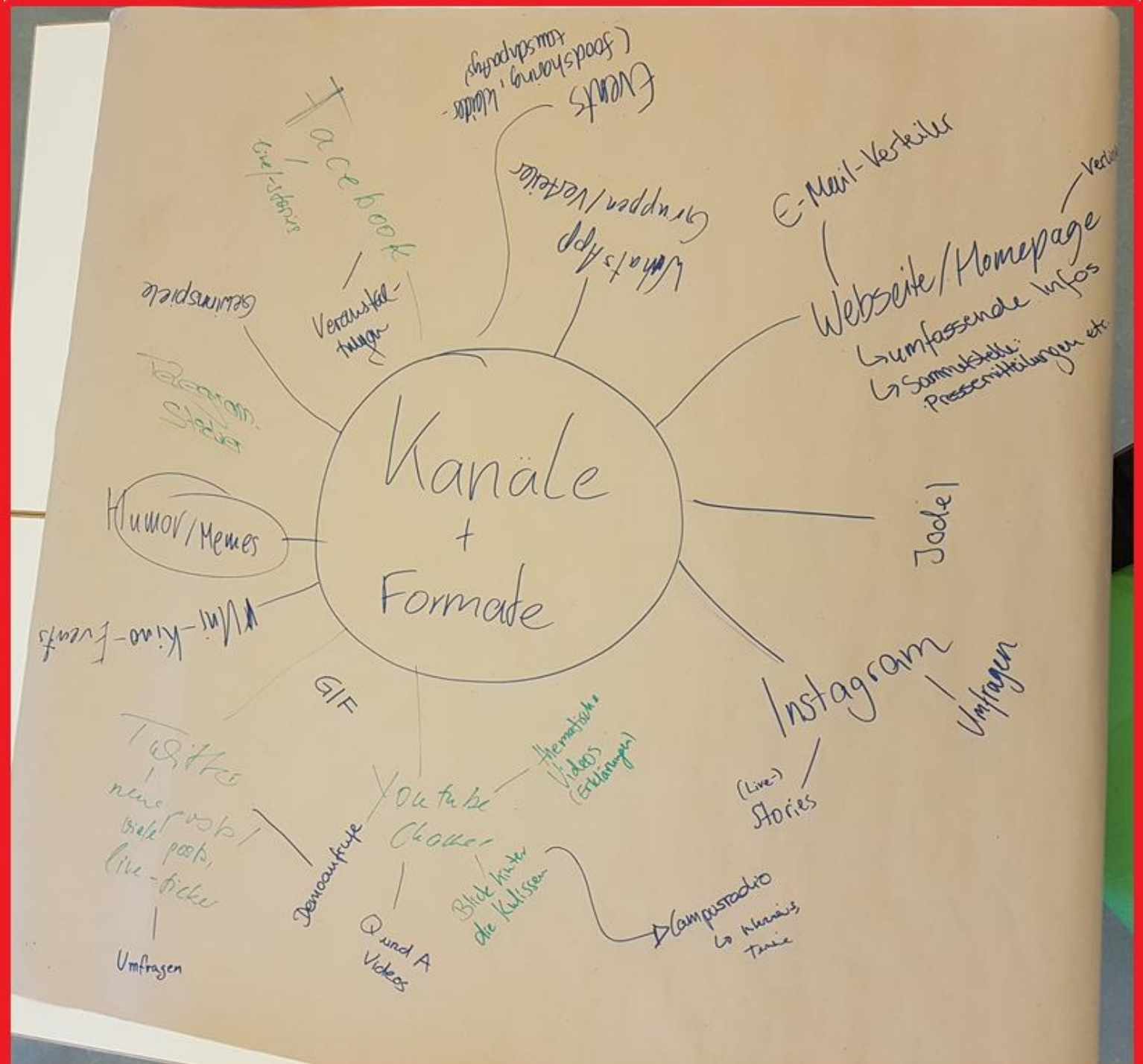
1. Vorbereitung
2. Situationsanalyse
3. Ziele und Indikatoren für den Erfolg
4. Strategie
5. Taktik
6. Aktivitäten/Aktionen
7. Zyklischer Planungsprozess

3. Online-Kampagnen

Dos



Kanäle und Formate



4. Frauen als Zielgruppe

Probleme

- Frauen haben weniger Interesse an (institutionalisierter) Politik als Männer
- Die Formen politischer Arbeit sind männlich geprägt und Frauen eher fremd
- Politikerinnen werden in den Medien marginalisiert und trivialisiert
- Sexismus in der Politik
- Fehlende Vorbilder

Lösungsansätze

- Empowerment von Frauen
- Frauenveranstaltungen
- Frauenkampagnen

Ideen für Kampagnen und Aktionen

- Frauen*Mensa-Treffen
- Vernetzung mit queeren Hochschulgruppen
- Hörsäle nach berühmten Frauen benennen