

AntragstellerIn:

RCDS Freiburg

Antragsinhalt:

Der Studierendenrat möge beschließen,
zur Steigerung der Wahlbeteiligung und seiner Bekanntheit, den vorliegenden Werbeentwurf als eigenes Vorstellungsentwurf zu beschließen.
Dieses soll als Anhang in einer durch den Rektor versendeten Wahl-Rundmail dienen, um möglichst für jeden verständlich die Wahl zu erklären und zu ihr aufzurufen.

Begründung:

Der Studierendenrat und die gesamte Verfasste Studierendenschaft sind leider innerhalb der Universität noch deutlich zu unbekannt. Viele wissen daher gar nichts von Ihren Möglichkeiten, mitzubestimmen und sich –egal ob in den Fachbereichen oder dem StuRa- aktiv einzubringen. Das ist sehr schade, da man die Universität deutlich partizipativer gestalten und durch mehr Ideen und Unterstützung nachhaltiger verbessern könnte.

Zugleich braucht die Verfasste Studierendenschaft eine „starke Stimme“ durch den StuRa, um ihre Anliegen gegenüber dem Rektorat besser durchsetzen zu können. Kurzfristig abgesagte Redebeiträge, fehlende Einbindung bei universitären Vorhaben und Jour fixe, die entweder ausfallen oder ohne den Rektor stattfinden, zeigen, dass die VS nicht hinreichend ernst genommen wird und es zu häufig ein Leichtes ist, sie zu übergehen.

Dies kann der Rektor nur so lange, wie er von der VS wenig „Gegenwehr“ zu befürchten hat.

Eine Erhöhung der Reichweite des StuRas und der Wahlbeteiligung gehen Hand in Hand.

Eine Wahlbeteiligung zwischen 11 und 13 % zeigt, dass das Interesse am StuRa bzw. seine Bekanntheit noch deutlich verbesserungswürdig sind. Sobald der StuRa ein höheres Interesse an Hochschulpolitik schafft und gleichzeitig besser demokratisch rückgebunden ist, ist es ihm möglich, mehr Druck bei falschen Entscheidungen

ausüben und seine satzungsgemäßen Aufgaben besser wahrzunehmen.

Über den Emailverteiler des Rektors wäre man in der Lage, alle an der Universität zu erreichen. Damit würden diejenigen –und leider ist dies ein viel zu großer Anteil-, die noch nie von uns und der Wahl gehört haben, zugleich auf beides aufmerksam. Zugleich würde man diejenigen, die weder durch die Wahl noch sonst partizipieren, dazu ermuntern.

Ein möglichst kurzes und verständliches Werbedokument ist besonders auf die Zielgruppe angepasst, die kaum Wissen über die Universitätsgremien verfügt und nicht durch zu umfangreiche Texte überfordert werden soll.

Hinweis:

Es ist explizit erwünscht, in den Anträgen an die Studierendenvertretung genderneutrale Sprache zu verwenden (beispielsweise „Mitarbeiter*innen“ statt „Mitarbeiter“).