

CAMPUSBLATT

//////////////////////////////////AUSGABE Nr. 2



Titelthema

**TELL US
YOUR
STORY**



AUSGABE 02

WAS STECKT DRIN ...

IMPRESSUM

Herausgeber des Campusblatts

AStA der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (HWR)

www.asta-hwr.de
asta@asta-hwr.de

Facebook: @astahwrberlin
Twitter: @HWR_AStA

Campus Schöneberg

Badensche Straße 50-51
10825 Berlin
Raum 1.21 / Gebäude B
030 30877-1555

Campus Lichtenberg

Alt – Friedrichsfelde 60
10315 Berlin
Raum 003 / Gebäude 6A
030 30877-2590

Design von Norman Treiber
www.norman-treiber.de

Jede/r Autor/in ist für den Inhalt seines Texts selbst verantwortlich.

BILDNACHWEISE

Cover: Norman Treiber / Bild: Jean Philippe & Andreas Kind on Unsplash

Seite 3 & 6: Katharina Hauff

Seite 4: © Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Seite 9: Greg Kantra on Unsplash

Seite 10: Claudio Schwarz on Unsplash

Seite 13: Norman Treiber

Seite 14: Daniel Tafjord on Unsplash

Seite 16: Sushil Nash on Unsplash

Seite 18/19: Unseen Histories on Unsplash

Seite 20/21: Norman Treiber

Seite 24/25: mika-baumeister on Unsplash

Seite 26: Magnet.me on Unsplash

INHALT

04 VORWORT

05 MEHR INTER-
NATIONALITÄT
Bilingualität in der Hochschulpolitik

06 ALLES HAT
ZWEI SEITEN
Erfahrungen aus dem Homeoffice
und ein Gedicht zum Abschied

07 CORONA-
REGELUNGEN
Wo die Liebe hinfällt und was man
aus Freizeit alles machen kann

08 WHITE FEMINISM
Warum „white feminism“ uns
nicht retten wird

10 MARKETING
STRATEGIEN
Mit 11 Strategien durch die Krise

12 UNGEWISSE
ZEITEN
Für was es sich zu kämpfen lohnt

13 30 JAHRE
HOMOPHOBIE
Ein Besuch am Mahnmal

14 TRY & ERROR
Online-Semester mit Höhen & Tiefen

16 ANTIDISKRIMINIE-
RUNGSGESETZ
Das Land Berlin als Vorreiter

17 AKTUELLE
EINBLICKE
Wie sich das SÖB für Euch einsetzt

20 INTERVIEW MIT
EINER STUDENTIN
Schilderungen aus dem Studienalltag

22 ZAHLEN & FAKTEN
Der größte Beitragszahler
mit dem geringsten Gewinn

24 STARTUP
KLASSE 2020
Ideen-Workshop für zwei Wochen

27 DAS ASTA-TEAM
SOSE 2020



VORWORT

ERZÄHL UNS DEINE GESCHICHTE!



Das Campusblatt bekommt seine zweite Ausgabe! Im Wintersemester 2019/2020 hat der AStA zum allerersten Mal in Zusammenarbeit mit euch die HWR-eigene Publikation veröffentlicht. Das soll nun zu einer Tradition werden, die wir jedes Semester pflegen wollen. Nicht nur der (digitale) Campus-Alltag, sondern auch all eure Erfahrungen und Meinungen zu verschiedensten Themen interessieren uns und wir wollen euch dafür eine neutrale und hochschulweite Plattform bieten.

Auch wenn das Sommersemester durch Corona stark entschleunigt wurde und wir uns allen auch in der Hochschule an starke Veränderungen anpassen mussten, so haben wir als AStA uns dennoch bemüht, so gut es nur geht für euch da zu sein. Und auch neue Engagements haben sich ausgezahlt. Trotz Pandemie haben wir erstmals die Treffen der HWR Queer Community und des HWR Sustainability Clubs stattfinden lassen. Die digitale und später auch physische Partizipation der Studierenden hat uns zusätzlich motiviert und uns gezeigt, dass Zusammenhalt in schweren Zeiten eine Quelle für positive Erfahrungen sein kann. Auch das kommende Semester wird vor allem im Zeichen der digitalen Lehre stehen. Fern vom Campus wollen wir als eure Vertreter dafür sorgen, dass Solidarität und ein studentisches Miteinander auch ohne täglichen Kontakt entstehen können. Und natürlich vertreten wir all eure Interessen weiterhin gegenüber der Hochschulleitung.

Damit das Campusblatt auch in Zukunft existieren kann, benötigen wir neben eurem Input auch euer Feedback. Sagt uns, was euch besonders gut gefallen hat und was verbesserungswürdig ist. Gemeinsam mit euch schaffen wir es, die HWR Community zu vergrößern und zu stärken. Und wenn ihr bereits jetzt Ideen oder Vorschläge bezüglich neuer Beiträge für das Campusblatt habt, dann zögert nicht, uns diese über unsere Facebook-Seite oder via hopo@asta-hwr.de mitzuteilen. Viel Spaß beim Lesen und einen guten Start in das Wintersemester 2020/2021 wünscht euch der AStA des Sommersemesters 2020. ■

MEHR INTERNATIONALITÄT IN DER HOCHSCHUL- POLITIK

text / Bjarne Schnars

Die HWR schmückt sich gern als die internationalste Hochschule Berlins. Angesichts der jährlich 600 Gaststudierenden aus 170 Partnerhochschulen steht diese Behauptung auch nicht ohne Argumente da. Wie sieht aber das Hochschulleben dieser Gruppe von Studierenden an der HWR aus?

In meiner Arbeit in der Hochschulpolitik, beim SÖB und im AStA, habe ich häufig internationale Studierende getroffen, die unzufrieden mit dem Hochschulangebot sind. Infomails zu Veranstaltungen, Angeboten und generellen Geschehnissen an der HWR waren häufig nur auf Deutsch verschickt worden. Auch Aushänge und Plakate am Campus sind noch immer selten bilingual.

Deshalb habe ich mich mit Kolleg*innen aus dem AStA-Vorstand der Legislatur 19/20 bei der Hochschulleitung stark gemacht, alle Informationen, die an die Studierendenschaft gerichtet ist, bilingual zu gestalten. Die Hochschulleitung war der Idee gegenüber sehr aufgeschlossen und achtet zumindest häufiger darauf, E-Mails auch mit einer englischen Version zu versehen.

Auch in der Hochschulpolitik der Studierendenschaft wollten wir mit gutem Beispiel vorangehen. Mit StuPa-Anträgen aus dem Sozialökologischen Bündnis konnten wir in dieser Legislatur sicherstellen, dass all unsere Materialien zum Thema Hochschulpolitik, wie Protokolle, Einladungen und auch diese Publikation, zweisprachig sind.

Dass sich der Aufwand lohnt hat, sieht man besonders gut am Veranstaltungsreferenten Drilon Llaloshi, den es im Mai 2020 in die Hochschulpolitik gezogen hat. Dank der umfassenden Bilingualisierung des AStAs konnte er sich vollständig auf Englisch in seinem Amt engagieren.

Wir im Sozial-Ökologischen Bündnis haben tolle Fortschritte in dem Bereich gemacht und ich hoffe, dass international Studierende nun einen besseren Zugang zum Campusleben haben und sich vielleicht auch mehr in die Hochschulpolitik verirren.

ALLES HAT ZWEI SEITEN

text & foto / Katharina Hauff

Aufgrund der Corona-Situation waren wir Alle besonderen Umständen ausgesetzt, zu Beginn hat ein jeder nur geklagt und wirkte hoffnungslos. Bei einigen ging die Antriebskraft verloren, andere hingegen fanden zu sich selbst und konnten ihr inneres Selbst stärken.

Jeder von uns Student*innen hat in den vergangenen Monaten Geschichten erlebt und auch viele erzählt, es gab mehr Träume, als Hoffnungen und mehr Versuche als erfolgreiche Ergebnisse. Jedoch ist dies nicht beschwerlich, sondern für die persönliche Weiterentwicklung unentbehrlich.

Ich verbrachte meine letzten Monate bei uns auf dem Hof in der Uckermark. Es gibt kein passendes Wort, um zu beschreiben, wie lehrreich in vieler Hinsicht dieser Ortswechsel war. Einerseits ging es mir wie vielen, dass die technischen Voraussetzungen nicht die besten waren und andererseits konnte ich so unglaublich viel Zeit mit der Familie verbringen. Viele von uns vergessen in dem heutigen hektischen Alltag, wie wichtig all die kleinen Dinge im Leben sind. Darauf möchte ich gern aufmerksam machen, insbesondere wie gut es tut, Dankbarkeit zu zeigen und einen aufrichtigen Umgang miteinander zu pflegen. ■

Um mich von euch zu verabschieden, möchte ich euch ein kleines Gedicht mit auf den Weg geben, in der Hoffnung, das auch ihr stets euren Träumen folgt.



Unser täglicher Traum

**Am Junihimmel spannten sich über den glutroten Mohnfeldern,
direkt neben all den verlassenenen Wäldern,
die strahlenden und wärmenden Sonnenstrahlen.**

**Gegenüber auf der saftig grünen Weide,
welche der flinke Feldhase meidet,
grasen die Ochsen und Kühe,
stets bereiten Sie dem Bauern viel Mühe.**

**Aber auch der liebe Bauer weiß,
all seine Mühe wird sich für die Zukunft lohnen.
In der Gegend sagt ein jeder, sei besser als der Jäger –
ständig achtsam, aber nicht unentwegt auf der Jagd.**

**Häng nicht nur am Telefon,
sondern verfolge deine Motivation.
Sei wie die Uckermark,
sei so wie du bist – egal ob dich ein jeder mag!**

DINGE, DIE ICH AN DEN CORONA- REGELUNGEN LIEBE

text / Kyra Fügart

KONTAKTEINSCHRÄNKUNGEN

In den sozialen Medien stoße ich oft auf Beiträge, die sich hauptsächlich darum drehen, dass die Leute ihre Freunde vermissen. Aber ich bin wirklich gerne alleine. Fast immer, wenn ich mit mehreren Menschen Zeit verbringe, wünsche ich mir schon nach 1-2 Stunden meine Zweisamkeit mit meinem Bett und mir zurück. Ich liebe nichts mehr, als morgens aufzuwachen und zu wissen, dass ich überhaupt nichts vorhabe und meinen Tag damit verbringen kann, im Schlafanzug und Pizza essend auf meinem Bett Serien schauen zu können.

Früher habe ich mich ab und zu gefragt, ob ich nicht vielleicht doch etwas mit Leuten unternehmen sollte, es ist ja schließlich Freitagabend und alle gehen feiern und ich sitze mit der dritten Pizza des Tages rülpsend auf meinem Bett. Gelegentlich kamen mir Zweifel an meiner sozialen Fähigkeit und mich trieb die Angst, etwas zu verpassen, in die stickigen Wände eines Clubs, in denen der Bass mein Trommelfell fast zum Platzen bringt, ich mich heiser schreie, um mich zu unterhalten und mein letztes Hemd für ein Bier geben muss (vielleicht nicht unbedingt wortwörtlich gemeint, es sei denn, der Pegel stimmt). Doch jetzt, dank der Corona-Maßnahmen, habe ich keinen Drang mehr, etwas gegen meinen Willen machen zu müssen. Ich kann den ganzen Tag sinnlos rumliegen und muss mich nicht unterhalten. Ich habe endlich einen legitimen Grund, antisozial zu sein und mir Leute vom Hals zu halten.

MEHR FREIZEIT

Als die Uni noch geöffnet hatte, war mein Gehirn nach einer dreistündigen Zivilprozessvorlesung und einer ebenso langen Vorlesung über Grundbuchrecht für nichts mehr zu gebrauchen, als für das Einschalten von Netflix und der Zubereitung einer Tiefkühlpizza. Der Rest meines Tages bestand demnach nur aus Essen, Serien schauen und schlafen.

Doch durch den Online-Unterricht, welcher eindeutig entspannter ist, wodurch ich weitaus weniger gestresst bin, bleibt mir anschließend noch die Motivation, mehr aus meinem Tag zu machen. Nachdem ich also mehr oder weniger ausgeschlafen habe, einer Online-Vorlesung halbwegs gelauscht und mein Gehirn nach einer Dusche endlich auf Betriebstemperatur gebracht habe, fange ich an, wirklich produktiv zu sein. Neben dem äußerst begabten Klimpern auf meinem Keyboard fühle ich mich gleich viel besser und ich spüre, wie mein innerer Wolfgang Amadeus Mozart zum Leben erweckt wird. Anschließend folgt eine Session auf meiner Ukulele. Siegesicher singe ich einige Songs mit, von denen ich nur zwei bis drei Akkorde kann und fange an mich zu fragen, ob meine Begabung für die nächste Casting Show reicht. Doch diese Fantasie wird schnell und doch brutal von meinem Mitbewohner zerstört, der in mein Zimmer hinein kommt: „**Ey, seit wann kannst du eigentlich NICHT Ukulele spielen?**“ grinst er mich an.

Mit genervtem Blick werfe ich ihn aus meinem Zimmer und schmeiße meine Karrierepläne wieder über Bord. Ich setze mich an mein Handy und stöbere durch den Instagram Feed. Durch die ganzen Influencer*innen und Instagrammodels bekomme ich Komplexe und spaßeshalber downloade ich mir Photoshop, um die Tricks der Bildbearbeitung anzuwenden und auch wie eine Kylie Jenner auszusehen. Nach wenigen Minuten wird mir das bloße Retuschieren von Hautunreinheiten oder das Korrigieren von Lichtverhältnissen zu langweilig und ich fange an, Photoshop richtig zu nutzen. Von da an besteht mein restlicher Lebensinhalt eigentlich nur daraus, Zac Efron in mein Bett zu photoshoppen. Carpe diem, würde ich mal sagen. ■

WHITE FEMINISM

WARUM „WHITE FEMINISM“
UNS NICHT RETTEN WIRD.

text / Túbâ Cayli | foto / Greg Kantra

Weißer Feminismus ist die Art von Feminismus, die sich nur auf die westlichen Privilegien und Ideale der weißen Frauen aus der Mittelschicht oder oberen Schicht konzentriert. Alle Kämpfe von Schwarzen, indigenen und Frauen of Color werden ignoriert und unterdrückt. Nicht berücksichtigt werden auch Nicht-Heterosexuelle, transsexuelle Frauen und Frauen, die zu religiösen und kulturellen Minderheiten im Westen gehören.

Ein klassisches Beispiel für weißen Feminismus ist die Aussage:

„Muslimische Frauen sollen keine Kopftücher tragen, da diese zu Unterdrückung führen.“

Diese Aussage ignoriert die Bedürfnisse muslimischer Frauen und entscheidet über ihren Kopf hinweg. Weißer Feminismus fragt eine muslimische Frau nicht, ob sie das Kopftuch freiwillig trägt. Der muslimischen Frau werden somit die Ideale des weißen Feminismus aufgezwungen.

Des Weiteren stellt weißer Feminismus eine rassistische und klassistische Hierarchie zwischen weißen und nicht-weißen Frauen her. Weißer Feminismus überträgt westliche Ideale und Sichtweisen auf schwarze, indigene und Frauen of Color, die vielleicht andere Ideale haben. Bei weißem Feminismus wird mit dem Motto

„**My Body my choice**“ nur die Freiheit sich freizügig anzuziehen und die Freiheit abzutreiben gefordert. Was ist jedoch mit Frauen, die sich nicht freizügig kleiden möchten? Was ist mit Frauen, die sich gerne traditionell kleiden wollen? Was ist mit Frauen, die sich religiös kleiden wollen? Was ist mit Frauen, die Kinder kriegen und Hausfrau werden wollen?

Eins der wichtigsten Grundsätze des Feminismus ist das Selbstbestimmungsrecht der Frau. Die Frau darf selber entscheiden, wo und ob sie arbeiten will. Die Frau soll selber entscheiden, ob sie Burka oder Bikini tragen möchte.

Weißer Feminismus nimmt schwarzen Frauen, indigenen und Frauen of Color ihr Selbstbestimmungsrecht, indem es alles verbietet bzw. tabuisiert, was nicht zum westlichen Weltbild einer emanzipierten Frau passt.

Um alle Frauen in die Kämpfe gegen die patriarchalische Unterdrückung miteinzubeziehen ist Intersektionalität das Wichtigste. Im intersektionalen Feminismus kriegen alle Frauen unterschiedlichster Hautfarbe, Klasse, Körper, Sexualität, religiöser und kultureller Minderheiten Stimmen und Mitbestimmungsrechte.

Es ist wichtig, das Vorgehen gegen die Ismen wie Ableismus, Rassismus, Klassismus, Antisemitismus, antimuslimischer Rassismus und Queerfeindlichkeit in feministische Kämpfe miteinzubeziehen. Ohne die Beachtung und Reflexion dieser Ismen kann keine Gleichheit und Freiheit für Frauen entstehen. Daher wird weißer Feminismus uns nicht retten, jedoch aber intersektionaler Feminismus. ■



MARKETING STRATEGIEN

11 EFFEKTIVE MARKETING-STRATEGIEN WÄHREND DER COVID-19 KRISE

text / Kiran Bisht | foto / Claudio Schwarz

Die Covid-19-Pandemie hat die ganze Welt getroffen, und die Unternehmen bemühen sich, in dieser Situation ihr Bestes zu geben. Obwohl das Ausmaß der Auswirkungen je nach Sektor unterschiedlich ist, zeigt sich, dass die Tourismusbranche, das Gastgewerbe und die Lieferketten am stärksten betroffen sind. Für die einen ist die Routine wenig gestört, während die anderen verwundbarer und einer vollständigen 360-Grad-Drehung ausgesetzt sind.

Veränderung des Verbraucherverhaltens

Diese Situation hat eine enorme Veränderung des Verbraucherverhaltens mit sich gebracht. Verbraucher, die sich mehr zu Mode und Schönheit hingezogen fühlten oder impulsive Käufer waren, treffen nun eine informiertere Kaufentscheidung. Die Zahl der Verbraucher, die Online-Plattformen nutzen, um das Nötigste zu kaufen, ist in die Höhe geschossen. Auch das Horten von grundlegenden Gütern wie Desinfektionsmittel, Handwaschmittel, Masken, Toilettenpapier und Mehl wurde in den meisten Ländern beobachtet. Die Verbraucher konzentrieren sich mehr auf ihre Gesundheit und frönen auch mehreren Hobbys, weshalb die Suche nach Portalen für Nachrichten, Gesundheit, Kochen und Gartenarbeit zugenommen hat. Nur wenige Marken haben ihre Werbeausgaben **angepasst**, oder sogar **reduziert**.

Ist die Reduzierung der Marketingausgaben eine kluge Entscheidung?

Nun, die Antwort auf diese Frage ist subjektiv und variiert von Marke zu Marke. Für kleine und neue Marktteilnehmer ist es weitaus schwieriger, auf die Veränderungen, die die Situation erfordert, einzugehen und sich anzupassen, während die Marktführer über die Ressourcen und die Fähigkeit verfügen, neue Wege zu beschreiten. Aber die Lösung dafür kann nicht darin bestehen, die Marketingausgaben zu reduzieren. Je geringer die Sichtbarkeit, desto höher die Chance auf eine niedrige Rückrufquote. Es ist besser, den bestehenden Marketingplan zurückzuschieben und sich auf die aktuelle Situation zu konzentrieren, um eine einfühlsamere und menschlichere Botschaft zu entwerfen. Eine einfache Botschaft mit zusätzlicher Betonung des Tons und der Sprache ist weitaus produktiver, da dies Ihre Marke vor den Verbrauchern hält oder sogar Ihr Markenimage bei den Verbrauchern verbessert. ▶

Was soll eine Marke tun, um in der gegenwärtigen Situation zu bestehen?

1. Marken müssen ihre Marketingmaßnahmen überdenken und neu gestalten, um relevanter und einfühlsamer zu sein. Sie sollten ansprechende Inhalte gestalten, um die Verbraucher*innen von diesem Stress abzulenken.
2. Die Kosten für bezahlte Werbung sind vergleichsweise niedrig, und die online verbrachte Zeit nimmt zu. Marken können diese Phase nutzen, um mehr zu werben & ihren ROI zu erhöhen oder zumindest sichtbar zu bleiben.
3. Seien Sie aktiver und engagieren Sie sich stärker für Ihre Verbraucher*innen. Dies kann erreicht werden, indem Sie auf Social-Media-Plattformen live gehen, Webinare & Podcasts, Videos veranstalten, Social-Media-Beiträge kommentieren usw. Das Erstellen von Videos ist eine effektive Möglichkeit, mit Ihrem Publikum in Kontakt zu treten. Studien zeigen, dass 80% der Verbraucher*innen mehr Videoinhalte konsumiert haben.
4. Die Nutzung von Online-Zahlungsgateways ist auf dem Vormarsch. Für Marken ist es entscheidend, auf einfache und sichere Zahlungsmethoden umzusteigen. Um in dieser Zeit, in der die Menschen Arbeitsplätze verlieren oder geringere Gehälter erhalten, den Umsatz zu steigern/zu erhalten, ist es auch ein wichtiger Schritt, Ratenzahlungen/EMIs zu ermöglichen oder sogar eine Ratenzahlung für einige Monate vorzusehen.
5. Untersuchen Sie die Veränderung des Medienkonsummusters, der Geräte und der Plattformen, die von den Konsument*innen benutzt werden, und richten Sie Ihren Inhalt/Ihre Kampagne entsprechend aus. Dies ist je nach geografischer und demografischer Lage unterschiedlich. Analysieren Sie Ihre Verbraucherdaten und nehmen Sie Änderungen in Ihrer Strategie vor.
6. Erforschen Sie neue Technologien. Augmented Reality zusammen mit KI wird sich als eine effiziente Lösung erweisen, um Verbraucher*innen zu helfen, Produkte virtuell auszuprobieren. Dies wird den Verbraucher*innen eine personalisierte Erfahrung in der Bequemlichkeit ihres Zuhauses ermöglichen.
7. Eine weitere wichtige Änderung ist die Konzentration auf die Produktqualität. Die Verbraucher*innen sind jetzt besonders vorsichtig, wenn es darum geht, Produkte zu kaufen, die sicher sind. Es ist äußerst wichtig, dass eine Marke ihre Qualitätsstandards über die gesamte Lieferkette hinweg präsentiert, um sich abzuheben.
8. Die digitale Adoption war bei den Verbraucher*innen von großer Bedeutung und wird es auch bleiben. Wenn Sie eine kleine lokale Marke sind, wäre die Umstellung auf die Digitaltechnik ein großer Schritt für Sie. Die Einführung des Geschäfts auf digitalen Plattformen wird die Reichweite und den Bekanntheitsgrad Ihrer Marke erhöhen.
9. Nur wenige Länder haben sogar eine neue Welle der Veröffentlichung kommerzieller Filme auf OTT-Plattformen ausgelöst. Dieser Trend ist neu, aber er wird sich nachhaltig auswirken. Insbesondere in Indien nutzen Filme mit den größten Prominent*innen digitale Plattformen wie YouTube, Netflix und Amazon Prime. Dies zeigt deutlich die Macht und Reichweite dieser Plattformen.
10. Marken sollten auch vorsichtiger mit den Maßnahmen sein, die im gesamten Unternehmen ergriffen werden. Ein falscher Schritt kann das Markenimage völlig ruinieren. Die Bindung Ihrer Mitarbeiter*innen, die Bereitstellung von Gehältern und kleine Gesten der Fürsorge schaffen ein gutes Image. Dies wird von Tata Consultancy Services (TCS) gut dargestellt. TCS sorgte nicht nur für die Sicherheit ihrer jetzigen Mitarbeiter*innen, sondern auch für ihre Ehemaligen, indem sie diese durch persönliche Gespräche überprüften. Marken sollten sich auch darauf konzentrieren, eine helfende Hand zu bieten, indem sie zur Gesellschaft beitragen. TCS steht hier mit Spendengeldern für die Bereitstellung von Ausrüstung, Testkits, die Einrichtung medizinischer Einrichtungen usw. ganz oben auf der Liste.
11. Schließlich sollte man agiler und flexibler sein. Die gleiche Taktik wird in dieser Zeit der Krise nicht ausreichen. Stellen Sie eine Verbindung zu Ihrem Publikum her und bieten Sie sinnvolle Lösungen an.

Wie das Sprichwort sagt: Allen großen Veränderungen geht Chaos voraus, es mag wie eine Störung erscheinen, und es ist eine, aber der einzige Weg nach vorn ist der „Wandel“. Die Covid-19-Pandemie hat die Art und Weise, wie wir leben und die Dinge wahrnehmen, verändert, einiges davon wird für immer als Lebensweise erhalten bleiben. Wenn wir stagnieren und auf die Zeit warten, um zur Normalität zurückzukehren, wird das Geschäft nicht wachsen können. Erkunden Sie durch kreatives Denken und die effektive Nutzung von Verbraucherdaten neue Wege und gestalten Sie Ihre Marke in dieser Situation aussagekräftig. ■

UNGEWISSE ZEITEN

text / Leyla Dastan

Wenn ich an den Beginn des Jahres 2020 denke, muss ich zugeben: Ich war naiv. Ich dachte, all meine Träume und Ziele werden wahr und dieses Jahr wird MEIN Jahr sein. Ich wette, die meisten von uns fühlten sich genauso. Ich habe verzweifelt auf dieses Jahr gewartet! Wenn mir gerade jemand gesagt hätte, dass mein Leben auf den Kopf gestellt wird und dass das Leben so anders wäre als erwartet – ich hätte ihnen nicht geglaubt.

Ich dachte wirklich, ich hätte alles herausgefunden – mein Abschluss sollte stattfinden, dann meine Karriere, meine zukünftigen Ziele für die nächsten Jahre, meine Freunde, meine Familie und meine Beziehung. Ich hatte alles geplant und alles lief so, wie ich es wollte. Und ich war schon immer eine solche Person, seit ich ein kleines Kind war. Ich hatte das Gefühl, je mehr ich Dinge geplant hatte, desto mehr Kontrolle hatte ich über mein Leben und die Dinge, die passieren sollten. Dann passierte diese Pandemie und jetzt leben wir in den unsichersten, unvorhersehbarsten Zeiten aller Zeiten. Selbst ein Plan für einen kleinen Urlaub oder eine Reise scheint zu weitreichend.

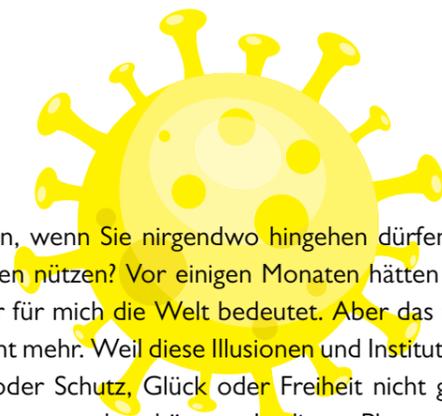
„Mir ist klar geworden, dass Freiheit und Unabhängigkeit das einzige sind, wofür es sich zu leben lohnt.“

Aber das brachte mich zum Nachdenken - wann haben wir überhaupt in „bestimmten“ und „sicheren“ Zeiten gelebt? Wir brauchten nur eine Pandemie, um unser Leben zu verwirklichen und zu überdenken. Wie zerbrechlich und zart jedes einzelne Ding in unserem Leben tatsächlich ist. Der sogenannte gesicherte Regierungsjob, von dem Sie träumen? Nun, es kann in einem Augenblick verloren gehen. Das Auto, das Sie besitzen oder für das Sie

sparen? Nun, wenn Sie nirgendwo hingehen dürfen, wie wird es Ihnen nützen? Vor einigen Monaten hätten diese Besitztümer für mich die Welt bedeutet. Aber das tut es wirklich nicht mehr. Weil diese Illusionen und Institutionen Sicherheit oder Schutz, Glück oder Freiheit nicht garantieren oder versprechen können. In dieser Phase wurde mir klar, dass Freiheit und Unabhängigkeit das einzige sind, wofür es sich zu leben lohnt. Alle anderen Waren können uns einfach weggenommen werden. Ich sage nicht, lassen Sie uns vergessen, zu planen oder eine bestimmte Idee zu haben, was wir für unsere Zukunft tun sollen. Aber lassen Sie uns nicht von unserem Glück und unseren Endzielen für eine Zukunft abhängen, die uns allen unbekannt ist. Lasst uns langsam lernen, dass, was wir gerade haben, mit uns und in uns zu schätzen und zu schützen.

Ich hoffe sehr, dass wir, sobald diese Phase in unserem Leben vorbei ist, unseren kleinen Freund davon abhalten können, unser Leben zu kontrollieren und herauszunehmen, was wirklich wichtig ist. Ich hoffe, wir können mehr Magie in anderen Gütern finden, die wir längst vergessen haben, die unsere Gaben und Wegweiser für uns sind - die Freiheit, uns selbst auszudrücken, wir selbst zu sein, zu reisen und sorglos zu sein, unabhängig zu sein, unser Leben nicht nur vom „Hoffen“ und „Wünschen“ auf gute Dinge in der Zukunft beherrschen zu lassen, sondern das, was wir jetzt haben, den **letzten** Moment, wirklich

zu schätzen. Denn wir möchten uns vielleicht vorstellen, dass wir mehr als das haben, aber wir haben nur diesen einen Moment. Und wir müssen lernen, die Notwendigkeit und den Drang loszulassen, alles, was um uns herum und mit uns geschieht, zu kontrollieren. Und diese Freiheit zu haben und nicht von einer glücklichen Zukunft abhängig zu sein, ist die einzige wirkliche Sicherheit für unser erfülltes, glückliches Leben. ■



#IDAHOBIT 2020

text / Florian Straub

Am 17. Mai fand der internationale Tag gegen Homo-, Bi- und Transphobie statt. Dieser wurde 2004 ins Leben gerufen und 2005 zum ersten Mal weltweit gefeiert. Das Datum wurde bewusst gewählt, da 1990 die WHO Homosexualität nicht mehr als geistige Erkrankung gelistet hat. Seitdem sind 30 Jahre vergangen und in vielen Ländern der Welt konnten Erregungenschaften für queere Menschen erzielt werden. Besonders erfreulich ist zu erwähnen, dass Taiwan als erstes asiatisches Land die gleichgeschlechtliche Ehe 2017 legalisiert hat.

Das ist übrigens das gleiche Jahr, indem in Deutschland die Eheschließung für Homosexuelle per Gesetz legitimiert wurde.

Da in diesem Jahr der Tag nicht öffentlich gefeiert werden konnte, haben sich Mitglieder des AStAs zusammengefunden, um einen Blumenstrauß am Denkmal für die verfolgten Homosexuellen während der Nazidiktatur niederzulegen. Dieser Ort ist ein Mahnmal der grauenvollen Geschichte Deutschlands, welche oft als vergangen und abgeschlossen betrachtet

wird. Jedoch kommt es immer wieder zu Vandalismus am Mahnmal¹. Ebenso stieg die Anzahl der Gewaltverbrechen gegenüber Mitgliedern der LGBT+-Community in Berlin in 2019 um 32 % im Vergleich zum Vorjahr. (2019: 997, 2018: 733 Gewaltverbrechen)². Somit ist es besonders wichtig, dass man sich in Zeiten von Corona und der Absage von Veranstaltungen, wie des CSD oder des Motzstraßenfests, für Gleichberechtigung und Akzeptanz aller Menschen einsetzt und Solidarität mit benachteiligten Gruppen der Gesellschaft zeigt. ■

1 <https://www.rbb24.de/panorama/beitrag/2019/11/denkmal-berlin-tiergarten-videoueberwachung-ns-opfer.html>

2 http://www.maneo.de/fileadmin/user_upload/dateien/dokumentationen/MANEO-Report-2019-Teil1-online.pdf [Seite 9]



TRY & ERROR

text / Lilly Kasner | foto / Daniel Tafjord

AM 01.10.2020 HAT DAS WINTERSEMESTER AN DER HWR WIEDER BEGONNEN. NACH EINEM SCHWIERIGEN ONLINE-SEMESTER, DAS WOHL EHER VON „TRY AND ERROR“, ALS VON ZAHLLOSEN ERFOLGEN GEPRÄGT WAR, HABEN WIR VIEL GELERNT UND VIEL GEFLUCHT.

W

ährend die Zahlen steigen, taucht auch eine neue Situation auf, die wieder viel Flexibilität und Kreativität von allen Beteiligten erwartet: das Mixmodell zwischen online und Präsenzveranstaltungen – teilweise sogar gleichzeitig. Studierende, die das Online-Semester bei ihren Familien, auf dem Land oder im Ausland verbracht haben und dadurch auch viele positive Erfahrungen machen konnten, stehen nun vor einer neuen Herausforderung. Mit einer dieser Herausforderungen sieht sich auch eine Kommilitonin konfrontiert. Sie wollte das jetzige Semester, wie auch das letzte, bei ihren Eltern verbringen, um die Gefahr einer Coronainfektion zu minimieren. Da Tempelhof-Schöneberg und inzwischen ganz Berlin als Risikogebiet eingeschätzt wird, eine verständliche Reaktion, die viele weitere Studierende bestimmt ebenfalls in Betracht gezogen haben. Die Dozentin legte nun nachträglich fest, dass, anstatt wie angekündigt online, die Veranstaltung nun in Präsenz mit Anwesenheitspflicht stattfinden soll. Auf Nachfrage, ob es einen Kompromiss geben oder eine Ausnahme gemacht werden könnte, bekam die Kommilitonin lediglich die Antwort, sie könne ja noch aus dem Kurs aussteigen – die anderen würden sich bestimmt darüber freuen. Riskiert sie das höhere Risiko einer Ansteckung, indem sie bewusst ins Risikogebiet mit öffentlichen Verkehrsmitteln fährt oder wiederholt sie den Kurs? Eine Entscheidung, die unnötigerweise getroffen werden muss.

Am ersten Tag Präsenzlehre konnte sich weiterhin nicht ans Hygienekonzept gehalten werden, weil weder Seife noch laufendes Wasser auf der Toilette zur Verfügung standen. Kein Kommentar dazu.

Diese Beispiele zeigen: Es gibt definitiv noch viele Dinge, die verbessert und geändert werden müssen. Sei es in der Kommunikation, den Angeboten oder einfacher Sicherstellung der Minimalanforderungen. Wer von uns hat noch nicht die Website verflucht, weil sie unübersichtlich ist und das Gesuchte komischerweise nie zu dem passt, was man findet? Wer hatte noch nie Dozent*innen, die offensichtlich gegen bestehende Regelungen verstoßen – gerade beim Thema Online-Klausuren?

All diese Themen haben uns in den letzten Wochen und Monaten bewegt. Wir – das ist die Campus Digital. Wir setzen uns an der HWR für die Studierenden ein – im Akademischen Senat, im Studierendenparlament – überall da, wo wir es können. Wir möchten gemeinsam für eine freie, gerechte und qualitativ hochwertige Hochschule eintreten. Uns sind die großen Themen der Welt

wichtig. Mit Maß und Vernunft wollen wir dort anfangen, wo wir es können – bei uns und an der Hochschule. Tippt man „Bildung ist ...“ bei Google ein, so kommt direkt: **„Bildung ist die mächtigste Waffe, die du haben kannst, um die Welt zu verändern.“** Daher möchten wir die beste Bildung haben, die möglich ist. Dazu gehört eine moderne Ausstattung, aktuelle Themen in den einzelnen Modulen und eine optimale Lernatmosphäre. Wir haben uns gefragt, was wir brauchen, um diese Ziele zu erreichen. Wir sind auf eine ganze Liste gekommen: Das Vereinheitlichen der Klausuren, damit die Noten nicht von der Wahl der Lehrenden abhängen. Digitale Weiterbildungs-/Vertiefungsmöglichkeiten fördern zum Beispiel mit einem freiwilligen Excel- oder Programmier-Kurs. Die digitalen Kompetenzen, die durch das letzte Semester erworben wurden, behalten und fördern, indem Aufzeichnungen von Vorlesungen zugänglich gemacht und Abgaben von Prüfungsleistungen einheitlich über Moodle abgegeben werden können. Wir wollen, dass die Vernetzung zwischen den Fachbereichen besser wird. Wir in der Campus Digital haben Vertreter fast aller Fachbereiche bei uns und erhalten so Einblicke in deren Probleme und Lebensrealitäten. Für den Fachbereich 2 fordern wir zum Beispiel konkret eine Standardisierung bei den Praxisrangersberichten. Der Übergang an eine Universität für den Master soll besser kommuniziert werden (Stichwort Statistik 2). Es wäre cool, wenn eine Nachricht vorab geschickt wird, bevor die Säumnisgebühr für die Rückmeldung anfällt und nicht erst, wenn es schon zu spät ist.

Wir haben viele Ideen und sind motiviert, die Umsetzung möglichst vieler davon anzustoßen. Ein paar konnten wir schon ins Gespräch bringen, zum Beispiel die Forderungen nach einer Erweiterung der Regelungen für Online-Klausuren. Dozent*innen sollen zukünftig die Abgabe von Klausuren bestätigen, bei Verlust der Prüfung durch die Lehrenden ist die Klausur mit 100% zu benoten und Studierende erhalten 30 Minuten Extrazeit für Down- und Upload der Klausur.

Wir studieren gerne an der HWR. Wir sehen aber auch viele Verbesserungsmöglichkeiten für die Studierenden. Wir freuen uns über jede Idee, jeden Einblick in die Lebensrealität von Studierenden und jede*n, der/die motiviert ist, sich zu engagieren! ■

Falls jemand sich angesprochen fühlt und uns kontaktieren möchte, schreibt uns gerne auf Instagram eine Nachricht. **@campusdigitalberlin**

text / Florian Straub | foto / Sushil Nash

Anfang Juni trat das Landesantidiskriminierungsgesetz in Kraft und damit ist Berlin die erste Landesregierung in Deutschland, die explizit den Schutz gegenüber folgenden Diskriminierungen von Schulen, Verwaltungen oder der Polizei vorsieht:

- aufgrund des Geschlechts
- der ethnischen Herkunft
- einer rassistischen & antisemitischen Zuschreibung
- der Religion & Weltanschauung
- einer Behinderung
- einer chronischen Erkrankung
- des Lebensalters
- der Sprache
- der sexuellen & geschlechtlichen Identität
- des sozialen Status

Damit einher geht die Beweislastumkehr gegen die angeklagten Behörden, die damit in die Pflicht genommen werden, sich rechtfertigen zu müssen. Außerdem wird eine Ombudsstelle eingerichtet, die Beratung und Beistand für diskriminierte Personen anbieten soll. Auf der offiziellen Seite findet ihr mehr Informationen. Bitte teilt das, damit betroffene Personen ermutigt werden, davon Gebrauch zu machen.

ANTIDISKRIMINIERUNGSGESETZ (LADG)

www.berlin.de/sen/lads/recht/ladg

AKTUELLE EINBLICKE

EINBLICKE IN DIE AKTUELLE HOCHSCHULPOLITIK – VON SEITEN DER STUDIERENDEN. WIE SICH DAS SOZIAL-ÖKOLOGISCHE HOCHSCHULBÜNDNIS (SÖB) FÜR EUCH EINSETZT!

text / Helena Gräf i.A. SÖB | foto / Unseen Histories

Ihr habt Euren Studienplatz an der HWR nicht nur um des Studierens Willens gewählt, sondern möchtet aktiv an der Gestaltung unserer Hochschule sowie zur Lösung der Herausforderungen von Heute und Morgen mitwirken? Genau das ist unsere Motivation! Hierbei liegen die Interessen und Wünsche von Euch Studierenden im Mittelpunkt unseres Engagements.

Wir vertreten Euch mit 12 Sitzen im Studierendenparlament, mit zwei Sitzen im Akademischen Senat sowie jeweils mit einem Sitz im Kuratorium, Fachbereichsrat 1, zentralen Frauenrat und im Frauenrat des Fachbereich 1 und das mit Kontinuität und Beharrlichkeit.

Denn wir möchten, dass Themen, die Euch beschäftigen, in der Hochschulpolitik verankert werden, und dass wir als Studierende über Fachbereiche und Semester hinweg eine starke Stimme in der gesamten Hochschulpolitik haben!

So freuen wir uns auch, dass im aktuellen Wintersemester wieder einige unserer Mitglieder ins neue AStA (Allgemeiner Studierendenausschuss = Regierung der Studierendenschaft) gewählt wurden.

Wir setzen uns für eine soziale, ökologische und demokratische HWR ein und das Ganze auf transparentem Wege. Wir zeigen mit diesem Beitrag, was wir aktuell für Euch unternehmen bzw. bereits für Euch erreichen konnten!

Bei den letzten Hochschulwahlen im Sommersemester 2019 erhielten wir zahlreiche Stimmen von Euch. Vielen Dank dafür! Nun ein Jahr später können wir sagen, wir haben dieses Mandat voll ausgeschöpft! Natürlich hat auch Corona unsere Arbeit verändert. Vieles findet nur noch digital statt. In den letzten Monaten lag daher unser Fokus darauf, Euch Studierende gut durch die Coronazeit zu bringen. ▶



- Fairness und Gleichberechtigung
- Plurale Lehre
- Diversity
- Nachhaltigkeit
- Soziales und solidarisches Miteinander am Campus

Eine unserer langjährigen SÖBlerinnen war als einzige Studentin im Pandemie-team vertreten und hat sich dort die Interessen der Studierenden stark gemacht. Eine Stimme von Studierendenseite aus ist leider viel zu wenig gewesen. Daher hatten wir die Forderung nach einer Erweiterung des Sicherheitsteams einstimmig unterstützt.

Auch haben wir als SÖB eine Form von sozialem Semester gefordert, das Studierenden mehr Handlungsspielraum zum Geldverdienen oder Engagement nach Ausbruch der Corona-Pandemie geben sollte.

Wir haben uns dafür stark gemacht, dass die Hochschulwahlen, die eigentlich im Mai stattgefunden hätten, nach Zeitplan digital stattfinden sollen. Hierfür wurde extra ein konkreter Plan für digitale Wahlen ausgearbeitet und dem Präsidenten im April diesen Jahres vorgelegt. Die Hochschule ist und war allerdings langsam in der Umsetzung. So soll es im Oktober erstmal zwei Probedurchläufe geben und die nächsten Wahlen finden – voraussichtlich – erst im Dezember statt.

Als AnsprechpartnerInnen standen und stehen wir Euch stets zur Seite!



UND FOLGENDE FORDERUNGEN STEHEN BEI UNS ALS NÄCHSTES AUF DER AGENDA

„Trotz der Herausforderungen der letzten Monate ist es schön zu sehen, was wir bisher erreicht haben und eine aktive HWR Studierendenschaft off- sowie online zu leben!“

DAS BISHER ERREICHTE

- ✓ Auf Initiative des SÖB hin wurde das „UniGardening-Projekt“ - auch als Meet-and-Greet-Ort gedacht - erfolgreich gestartet und wurde dann in das extra neu gegründete AStA-Referat für „Nachhaltigkeit“ eingegliedert, welches sich nun auch weiteren Nachhaltigkeitsthemen an der HWR widmen wird. Eure Beteiligung ist herzlichst willkommen!
- ✓ Dank des SÖBs kommunizieren nun alle Gremien von Seiten der Studierenden auch auf Deutsch und Englisch. Sprachbarrieren sollen das Studium nicht erschweren, zumal wir eine internationale Hochschule sind. Wir setzen uns auch dafür ein, dass die Hochschule selbst nach und nach ihre Kommunikation möglichst auf beide Sprachen umstellt.
- ✓ Das SÖB setzte sich im Rahmen der landesweiten Initiative anderer Studierenden für die erreichte Erhöhung des Lohns von studentischen Beschäftigten ein.
- ✓ Unsere Forderungen nach einem erhöhten Bedarf an Soft- und Digital-Skills von Seiten der Studierendenschaft aus wurden von der Hochschule wahrgenommen und werden nach und nach umgesetzt.
- ✓ Das SÖB hat maßgeblich dazu beigetragen, dass die HWR nun endlich über Wasserspender verfügt.
- ✓ Das SÖB setzte sich für den Erhalt des Masterprogrammes „Labour Policies and Globalisation“ (GLU) ein.
- ✓ Das Sprachtandemprogramm an der HWR geht auch auf die Initiative des SÖBs zurück.
- ✓ Es gibt nun den Moodle-Kurs „Hochschulpolitik“. Dieser verschafft Euch - auch dank Infografiken - einen Überblick über die Funktionsweise der Hochschulpolitik sowie Möglichkeiten zum Mitmachen. Ein Blick rein lohnt sich!

- Nachhaltigkeit soll oberste Priorität haben und ein integraler Part in der Lehre und am Campus werden!
- Eine Mensa für Lichtenberg!
- Entfristung der studentischen Verträge – so wie es eigentlich gesetzlich geregelt ist!
- Mehr Personal in der Hochschulverwaltung! Die Mitarbeitenden in der Verwaltung leisten Vieles für uns, kommen jedoch an ihre Kapazitätsgrenzen. Das wünschen wir uns anders!
- Technische Defizite in den Uniräumen und digitale Qualifikationsmöglichkeiten weiter verbessern!
- Der Neubau auf dem Campus Schöneberg soll nicht nur nachhaltig gebaut, sondern auch mit günstigen Wohnungen für Studierende ausgestattet sein!
- Wie setzen uns auch am Campus Lichtenberg für einen Sporthalle und Wohnungen für Studierende ein!
- Anwesenheitspflichten abschaffen! Eine solche Pflicht führt nicht zu dem gewünschten Effekt! Während dem Studium sollte Zeit sein, selbstbestimmt zu lernen, sich ehrenamtlich zu engagieren und erste praktische Berufserfahrungen zu sammeln.
- Senkung der Semestergebühren!
- Transparenz in der Nutzung der AStA-Beiträge! Die Finanzen des AStA sollen für Jedermann und jede Frau frei zugänglich gemacht werden. AStA-Beiträge soll auch verstärkt für Veranstaltungen aller Art eingesetzt werden!
- Nicht zuletzt, freuen wir uns über Euren Input und Eure Anregungen! Ihr seht Handlungsbedarf an der HWR? Kommt gerne auf uns zu ...

... oder macht bei uns mit! So könnt ihr Ideen und Wünsche direkt selbst in die Tat umsetzen. Wir freuen uns über jedes neue und engagierte Mitglied. Dies ist nicht nur eine gute Gelegenheit, Erfahrungen in der Hochschulpolitik zu sammeln, sondern auch eine Möglichkeit, sich zu vernetzen und gleichgesinnte Kommiliton*innen kennen zu lernen. ■

Wir würden uns freuen, auch bei den nächsten Wahlen wieder auf Eure Stimmen zählen zu können! Hier halten wir Euch auf dem Laufendem:

Facebook: sozial.oekologisch.hwr
Instagram: sozialoekologisches.buendnis

Wir hoffen, dass Ihr einen guten Semesterstart hattet! Euer SÖB-Team

INTERVIEW

STUDENTIN MELANIE OTTO IST REFFERENTIN FÜR PR UND GREMIENKOMMUNIKATION SIE SCHILDERT UNS IHRE ERSTEN EINDRÜCKE

text & foto / Norman Treiber



Wie war das Miteinander und der Zusammenhalt in eurem Jahrgang?

Ich kann an dieser Stelle nur für meinen Jahrgang sprechen. Aber eigentlich ganz gut, sehr digital, aber ich habe alles genutzt, was mir möglich war, um mit meinen KommilitonInnen im Kontakt und Austausch zu bleiben. Es ist schon etwas anderes, wenn man zusammen in einer Vorlesung sitzt und den Unterricht zusammen erlebt. Es fehlen halt viele Interaktionspunkte zu anderen KommilitonInnen, mit denen man jetzt kein konkretes Projekt zusammen bearbeitet oder wo sich schon Freundschaften entwickelt haben. Diese sozialen Kontakte fehlen komplett und das ist schon sehr schade.

Was hat dich zu deinem Studium gebracht und Was macht den Studiengang besonders?

Mein Name ist Melanie Otto. Ich bin 35 Jahre alt und studiere seit Oktober 2019 Nonprofit Management und Public Governance an der HWR Berlin. Zuvor habe ich Wirtschaftskommunikation an der HTW Berlin studiert und danach einige Zeit im Marketing-Bereich gearbeitet. Dabei bin ich an einen Punkt gekommen, wo mir klar wurde, dass ich nach einer sinnhafteren Tätigkeit suche. Um dies beruflich zu realisieren, habe ich dieses Studium angefangen.

Wie stehst du zur HWR und Welche Angebote hast du genutzt?

Ich studiere am Campus Lichtenberg und dieser hat einen ganz eigenen Charme. Die HWR bietet mir die Möglichkeit, dass zu studieren, was ich gern studieren möchte. Des Weiteren gibt es eine Vielzahl an Möglichkeiten, um sich einzubringen und selbst an der Gestaltung mitzuwirken. Es steht und fällt immer mit dem, was man daraus macht. Ich habe den Hochschulsport an der HWR genutzt und die Bibliothek für Recherche genutzt.



Welche Missstände oder Hindernisse wurden offensichtlich?

Ich glaube, in erster Linie war es am schwierigsten für die Hochschule und die Lehrkräfte. Den Unterricht so ad hoc auf online umzustellen, ist nicht einfach und ist auch nicht jedem Prof gelungen. Gerade bei den Prüfungsleistungen hat es sich gezeigt, dass hier doch einheitliche Standards fehlen und sich alle noch daran gewöhnen müssen, vor allem an die unterschiedlichen Verfahren oder wenn es zu technischen Problemen kommt. Hier wünsche ich mir für das kommende Semester ganz klar eine best practice bzw. ein Leitfadensystem, an dem sich alle orientieren können.

Hast du dir das online-Semester so vorgestellt?

Nein, eigentlich nicht. Aber wer konnte das denn auch bei so einer solchen neuen Situation? Dennoch dachte ich, es wird wesentlich chaotischer.

Welche neuen Möglichkeiten haben sich eröffnet?

Was ich persönlich sehr angenehm fand, ist, dass ich mir den Unterricht/ die Vorlesungen so einteilen konnte, wie es für mich zeitlich am besten gepasst hat. Die Möglichkeit vor- und zurückspulen zu können oder eventuell noch mal Sachen zu wiederholen, ist schon sehr praktisch.

Wie zufrieden bist Du mit der Arbeit vom ASTA?

Ja sehr, denn die Situation war/ist für alle Beteiligten durchaus sehr schwierig. Hier einen Ansprechpartner zu haben, der die private sowie universitäre Situation nachvollziehen kann, ist schon sehr wichtig. Eine Studierendenvertretung, die sich auch in dieser schwierigen Phase engagiert zeigt und die wichtigen Themen diskutiert und an die entscheidenden Stellen kommuniziert, ist enorm wichtig.

Würdest du nochmal so studieren?

Ja klar, ich habe mir den Master-Studiengang bewusst ausgesucht und die Themen entsprechen meistens meinen Vorstellungen und Interessen.

Wie blickst du auf das folgende Semester?

Sehr zuversichtlich! Ich denke alle haben sich mit der Situation arrangiert, sodass sich so schnell nichts ändern wird. Und ja, ich bin sehr optimistisch, aber es wird auch wieder sehr anstrengend werden und mir fehlen die persönlichen sozialen Kontakte zu meinen KommilitonInnen und Lehrenden.



ZAHLEN & FAKTEN

DER GRÖSSTE BEITRAGSZAHLER MIT DEM GERINGSTEN GEWINN

text / Kiran Bisht

KKMU sind Kleinst-, Klein- und Mittlerebetriebe und sind das Rückgrat jeder Volkswirtschaft. Die Parameter zur Kategorisierung von KKMU sind

von Land zu Land unterschiedlich. In Europa sind die Hauptfaktoren, ob ein Unternehmen in einem KKMU tätig ist, die Mitarbeiterzahl und der Um-

satz, während in Indien die Klassifizierung auf dem Umsatz und den Investitionen in Ausrüstungen/Anlagen & Maschinen basiert.

KKMU-Klassifizierung in der Europäischen Union & Indien

Unternehmen Gr.	Europäische Union		Indien	
	Mitarbeiterzahl	Umsatz oder Bilanz	Umsatz	Investition
Medium	< 250	≤ € 50 m ≤ € 43 m	≤ INR 1 B	≤ INR 200 m
Small	< 50	≤ € 10 m ≤ € 10 m	≤ INR 500 m	≤ INR 100 m
Micro	< 10	≤ € 2 m ≤ € 2 m	≤ INR 50 m	≤ INR 10 m

Der Beitrag von KKMU

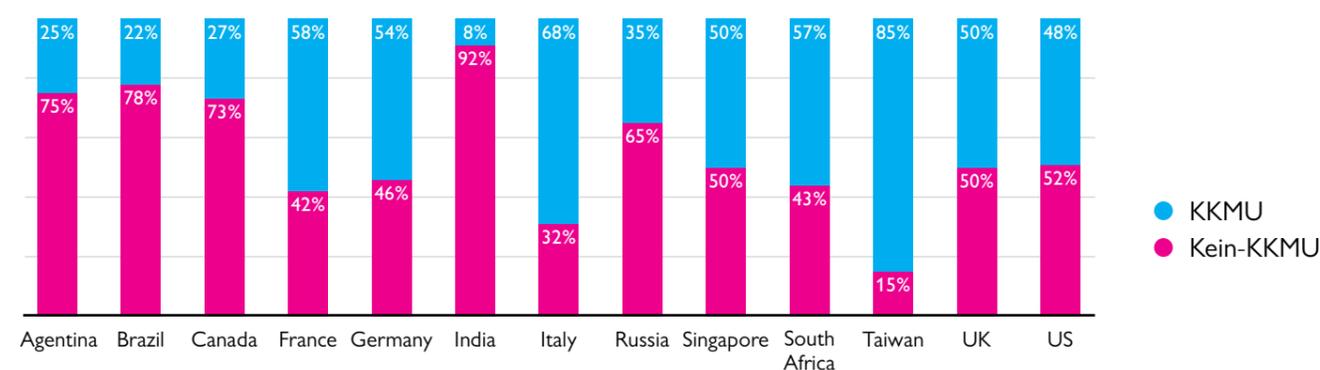
Die Gesamtzahl der KKMU in der Europäischen Union beläuft sich auf über 25 Millionen, mit der großen Mehrheit von Kleinstunternehmen. KKMU machen über 99 % der Unternehmen in der EU aus und beschäftigen zwei von drei Mitarbeitern. Sie

schaffen 85% aller neuen Arbeitsplätze und erwirtschaften etwa drei Fünftel der EU-Wertschöpfung. In Indien belief sich die Gesamtzahl der KKMU 2019 auf über 63 Mio., wobei die Mehrheit der Kleinstunternehmen in den ländlichen Gebieten angesiedelt

ist. KKMU tragen zu über 45 % der gesamten industriellen Beschäftigung Indiens, 50 % der gesamten Exporte Indiens und 95 % aller industriellen Einheiten des Landes bei, und mehr als 6.000 Produkte werden in diesen Industrien hergestellt. ▶

Globaler BIP-Beitrag von KKMU

Quelle: KPMG (2014-2015)



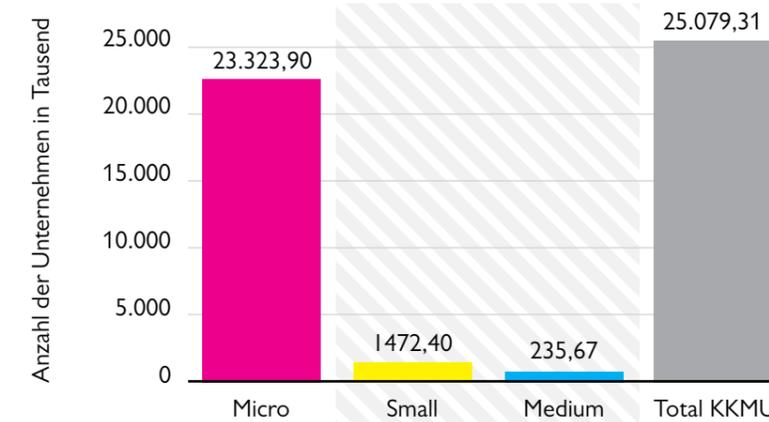
Wie viele dieser KKMU schaffen es auf die nächste Stufe?

Die KKMU haben in den Entwicklungsphasen vergleichsweise mehr zu kämpfen als die Großunternehmen. Diese Firmen haben es schwer, finanzielle Hilfe, Infrastruktur und Wissen zur Unterstützung und zum Wachstum ihres Unternehmens zu erhalten.

Die Regierungen spielen hier eine wichtige Rolle. Mit der Erleichterung des Zugangs zu Finanzmitteln, der Förderung des Unternehmertums, der Unterstützung von Existenzgründungen, der Bereitstellung von Richtlinien, der Initiierung einer auf die In-

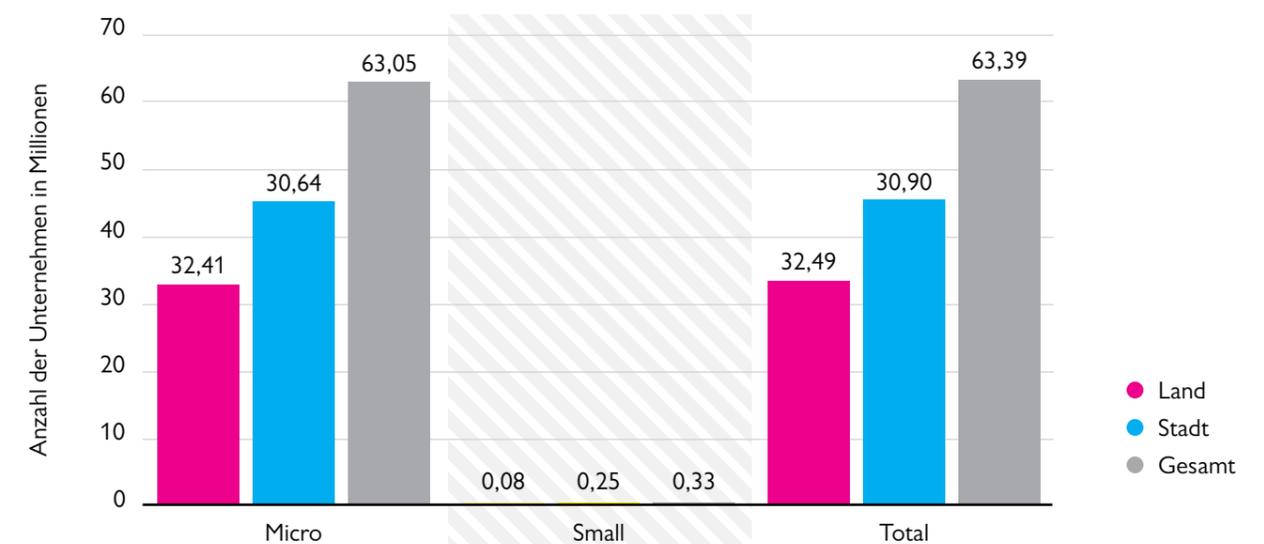
teressen der KKMU zugeschnittenen Politik, Steuerbefreiungen usw. erweitern sie sich als eine helfende Hand. Die meisten Länder verfügen über Politiken, um KKMU zu helfen und zu unterstützen, und sie haben sich als wirksam erwiesen, um sie auf der Karriereleiter nach oben zu bringen, aber für Indien und auch für Europa lässt sich daraus keine Schlussfolgerung ziehen, da wir eine „fehlende Mitte“ erkennen können.

Anzahl der KKMU in der Europäischen Union (2018)



Die beträchtliche Kluft zwischen der großen Zahl von Kleinstunternehmen und einem sehr kleinen Verhältnis von kleinen und mittleren Unternehmen offenbart die Herausforderungen, denen sich die KKMU in ihrem Überleben und Wachstum stellen müssen.

Anzahl der KKMU in Indien (2019)



Wie kann eine KKMU agieren, um sein Geschäft auszubauen?

KKMU können eine Menge Dinge tun, um zu überleben und zu wachsen. Von der Inanspruchnahme staatlicher Beihilfen, dem Erlernen und Erwerb neuer Fähigkeiten und Kenntnisse, dem Übergang von manuellen Geschäftspraktiken zu Investitionen in Technologie, dem Aufbau von Infrastruktur, dem Sammeln von Geldern, dem Finden neuer Export-

möglichkeiten usw. Eine geheime Zutat für das Wachstum von KKMU ist ein effektives Marketing ihrer Geschäfte. Für ein kleines Unternehmen ist es äußerst schwierig, Marketingstrategien mit einem riesigen Budget zu verstehen und umzusetzen, aber es gibt enorme Möglichkeiten, die Unternehmen dabei helfen können, sich von anderen abzuheben und ei-

nen Weg für ihr Wachstum zu finden, indem sie wenig Verständnis für die Marketingbemühungen aufbringen. Indien legt immense Bedeutung auf die Hilfe und Unterstützung kleiner lokaler Firmen. Es ist an der Zeit, dass KKMU versuchen, online zu gehen und sich selbst zu vermarkten, um einen grenzenlosen Markt zu schaffen, der ihr Wachstum fördert. ▶

STARTUP KLASSE 2020

2 WOCHEN IDEEN-WORKSHOP

text / Helena Kargol | foto / Mika Baumeister & Magnet.me

In diesem Jahr habe ich an der Startup Class 2020 teilgenommen und es hat mich in so vielerlei Hinsicht beeinflusst, dass ich beschlossen habe, meine Erfahrungen mit Ihnen zu teilen. Der Startup-Kurs ist ein zweiwöchiges Programm, bestehend aus Workshops und inspirierenden Vorträgen über ... na ja, Sie haben es erraten ... wie man ein Startup-Unternehmen gründet. Wegen Corona musste das ganze Programm online abgehalten werden, was anfangs eine ziemlich anstrengende Idee zu sein schien, aber schon bald entdeckte ich die Vorteile davon, da Leute aus der ganzen Welt daran teilnehmen konnten. Zweitens konnte man diesmal an der Startup-Klasse teilnehmen, ohne eine Geschäftsidee auf den Tisch zu bringen, da die Idee war, Teams von 4-5 Personen um eine Idee herum zu bilden.

Ich habe durch meine Arbeit von der Startup Class gehört, da ich als Werkstudent in der Abteilung für Entrepreneurship Education der HWR tätig bin. In den letzten Jahren kamen mir einige potenzielle Geschäftsideen in den Sinn, aber nichts blieb hängen, trotzdem möchte ich irgendwann in meinem Leben ein Unternehmen gründen. Der Startup-Kurs war für mich eine großartige Gelegenheit, meine ersten Schritte in der Welt des Unternehmertums zu machen. Ich bewarb mich für den Startup-Kurs mit der Idee, eine Plattform zu schaffen, um Menschen dabei zu helfen, nachhaltiger zu werden. Lange Rede, kurzer Sinn, meine Idee gehörte nicht zu denen, die man sich für eine Arbeit aussuchte. Ich hatte keine Zeit, darüber zu weinen, denn ich wählte ein anderes Ideen-Team aus, mit dem ich zusammenarbeiten wollte. Fernando, ein HWR-Austauschstudent aus Argentinien, hatte die Idee, eine Plattform zu schaffen, die es Student*innen aus Entwicklungsländern ermöglichen sollte, sich für Fernpraktika auf der ganzen Welt zu bewerben.

Unser Team, Team 9, bestand aus sechs Personen mit fünf verschiedenen Nationalitäten: Argentinien, Israel, Indien, Nicaragua und Polen. Ich persönlich schätze es sehr, mit Menschen aus aller Welt zusammenzuarbeiten, da die gegensätzlichen Perspektiven, die auf den Tisch gebracht werden, helfen, die Probleme der Nutzer*innen von allen verschiedenen Seiten zu verstehen und die Entwicklung einer Lösung voranzutreiben. Wie ich bereits erwähnt habe, bestand unsere Idee darin, Student*innen mit eingeschränkten Berufsmöglichkeiten dabei zu unterstützen, überall auf der Welt Remote-Arbeit zu finden. Die Startup-Klasse bot uns ein zweiwöchiges Programm, das uns



das Problem unserer Benutzer*innen verstehen, eine Lösung finden, iterieren und einen Prototyp entwickeln ließ. Ja, all dies innerhalb von 2 Wochen. All dies war möglich dank der tadellosen Organisation und den hochkompetenten Trainern der Klasse.

In der ersten Phase unseres Projekts mussten wir sicherstellen, dass wir das Problem verstehen, ebenso wie den Benutzer unseres zukünftigen Produkts. Da Fernando uns aus erster Hand berichten konnte, wie die Situation der Werkstudent*innen/Praktikant*innen in Argentinien aussieht, war das Problem sehr klar. Aufgrund des Mangels an Werkstudentenjobs müssen sich die Student*innen entweder voll und ganz auf die Unterstützung ihrer Eltern während des gesamten Studiums verlassen, was ein Luxus ist, oder sie nehmen Vollzeitjobs in Bereichen an, die meist nicht mit ihrem Studium zusammenhängen. Durch die Annahme einer Vollzeitbeschäftigung neben ihrer Vollzeitverpflichtung, einen Abschluss zu erlangen, ist es fast unmöglich, das Studium in der regulären Studienzeit an einer Universität abzuschließen. Zudem wird keiner dieser Jobs sehr gut bezahlt.

KKMU sind Kleinst-, Klein- und Mittlerebetriebe und sind das Rückgrat jeder Volkswirtschaft. Die Parameter zur Kategorisierung von KKMU sind von Land zu Land unterschiedlich. In Europa sind die Hauptfaktoren, ob ein Unternehmen in einem KKMU tätig ist, die Mitarbeiterzahl

und der Umsatz, während in Indien die Klassifizierung auf dem Umsatz und den Investitionen in Ausrüstungen/Anlagen & Maschinen basiert. Praktika sind nicht üblich und werden oft eher als Ausbeutung denn als Lernerfahrung angesehen. Meine Teamkollegen aus Nicaragua und Indien erzählten uns auch von ähnlichen Situationen in ihren Ländern.

Unsere erste große Aufgabe war es, potenzielle Anwender für unser Produkt zu befragen. Es war nicht sehr schwer, Student*innen zu finden, die alles bestätigten, was meine Teamkollegen mir erzählt haben. Es bestand kein Zweifel, dass eine solche Plattform notwendig ist. Eine Plattform mit Student*innen, die auf der Suche nach Jobs sind, wäre jedoch nicht gut, wenn es keine Jobs gäbe, auf die man sich bewerben könnte. Also mussten wir auch Unternehmen befragen, also Arbeitgeber, die für die Einstellung verantwortlich sind, insbesondere Praktikant*innen. Wie Sie sich vorstellen können, war es viel schwieriger, Interviewer für diese Seite der Plattform zu finden. Am Ende ist es uns gelungen, einige zu finden, und die Ergebnisse waren recht interessant: Wir begannen damit, die befragten Mitarbeiter*innen zu fragen, wie sie sich bei der Arbeit von zu Hause aus gefühlt haben und wie das Verhältnis zu ihren Kolleg*innen in dieser Zeit war. Danach gingen wir näher auf die Einzelheiten ein und sprachen über den Einstellungsprozess während der Corona-Pandemie. Kann man jemanden einstellen, ohne sich jemals im wirklichen Leben zu treffen? Haben Sie mit Praktikant*innen ausschließlich online gearbeitet?

Einer der Befragten, der aus der Glücksspielindustrie kommt, sagte uns, dass das Arbeiten aus der Ferne kein Thema war, vielleicht sogar besser. Die Arbeit mit Praktikant*innen war jedoch eine ziemliche Herausforderung. Für viele von ihnen sind dies die ersten Schritte in der Arbeitswelt, und sie müssen lernen, was sie tun, wie sie es tun und wen sie danach fragen müssen. Persönlich ist es vielleicht einfacher, durch das Büro zu gehen, die Kolleg*innen kennen zu lernen und mehrere „Mentoren“ zu finden. Online zu arbeiten war schwieriger, da dem Praktikant*innen meist nur ein*e bereits vorhandene*r Mitarbeiter*in zugewiesen wurde, so dass der/die Mitarbeitende viel Zeit investieren musste, um täglich mit dem/der Praktikant*in zu sprechen und eine wertvolle Erfahrung zu machen. Unser Befragter erklärte uns, dass er und das Unternehmen, für das er arbeitet, unterschiedlich damit umgehen, wie sie Werkstudent*innen und Praktikanten behandeln. Da Werkstudent*innen als Arbeiter*innen gesehen werden, die neben ihrem Studium Geld verdienen möchten, wird die Arbeits-/Lernerfahrung als zweit-

rangig angesehen. Für Praktikant*innen muss die Lernerfahrung die primäre Motivation sein. Dennoch zögerte er, nachdem wir ihm von unserer Idee erzählt hatten, und fragte ihn, ob er zum Beispiel IT-Studierende aus Argentinien einstellen würde, um einfache Programmieraufgaben zu erledigen, die keine große Interaktion mit dem Rest des Unternehmens erfordern. Unsere Idee gefiel ihm sehr gut, aber er antwortete ehrlich, dass er Zweifel an der Zeitverschiebung, dem kulturellen Unterschied, dem Onboarding-Prozess usw. haben würde. Andere Interviews brachten uns entweder ähnliche Ergebnisse oder vermittelten den Eindruck einer Unternehmenskultur, die es überhaupt nicht genießt, aus der Ferne zu arbeiten. Dies war eigentlich der nächste Schritt in der Startup-Klasse. Wir mussten unsere Interviews synthetisieren, d. h. die gesammelten Daten in Erkenntnisse umwandeln. Die Erkenntnisse, die wir gesammelt haben, waren auch die Probleme, für die wir Lösungen finden mussten. Wie können wir Unternehmen dazu bringen, unsere Plattform nutzen zu wollen? Wie können wir unsere Idee profitabel machen?

Wir haben an verschiedenen Übungen teilgenommen, um in den besten Ideenfluss zu gelangen, und dann haben wir diese Ideen durch einen imaginären Trichter geleitet und dann an den besten gearbeitet. Ganz ehrlich gesagt, uns fiel vor Ort keine wirklich gute Idee ein, um unsere Zweifel auszuräumen, aber das war völlig in Ordnung. Niemand auf der Welt hat erwartet, dass eine Gruppe von Student*innen in weniger als 2 Wochen eine kugelsichere Gründungsidee entwickeln würde.

In der nächsten Phase begannen wir mit dem Prototyping, und wir wurden mit verschiedenen Werkzeugen vertraut gemacht, die wir verwenden konnten. Wir benutzten eines, um eine vorgetäuschte Website zu erstellen, die gewisse Ähnlichkeiten mit einer anderen Plattform für Stellenangebote aufwies. Wir stellten sicher, dass wir eine andere Website für studentische Nutzer*innen und den Firmennutzer*innen erstellten und auf beiden Seiten für den Mehrwert unserer Plattform warben. Während dieser ganzen Erfahrung erhielten wir ständiges Coaching durch das Startup-Klassenteam sowie zusätzlichen Input dazu, wie man ein Pitch Deck erstellt, was Serendipity bedeutet, welche Zahlen wir kennen sollten und viele weitere Möglichkeiten des unternehmerischen Arbeitens. Für den letzten Tag des Kurses gestaltete jedes Team sein eigenes Spielfeld und präsentierte es den übrigen Teilnehmer*innen. Wir haben vielleicht nicht alle Probleme gelöst, auf die wir auf dem Weg dorthin gestoßen sind, aber zu sehen, was wir in zwei Wochen erreichen konnten, war bemerkenswert. Uns war klar, dass die Arbeit an einem sozialen Projekt in einer vom Kapitalismus regierten Welt schwieriger sein könnte, als wir zugeben möchten. Dennoch sind wir alle weiterhin entschlossen, an dem Projekt zu arbeiten, da wir glauben, dass die Zukunft des Arbeitens in weiter Ferne liegt. Darüber hinaus gab mir die Startup-Klasse einen großartigen ersten Überblick über die Welt des Unternehmertums, lehrte mich mehr als sechs Semester Unterricht und brachte mich vor allem mit Gleichgesinnten in Kontakt. ■

ASTA-TEAM SOSE 2020

STELT SICH VOR ...



Vorsitzender Inneres
Yannic A. Herzog



Soziales & Diversity CL
Tübâ Cayli



Vorsitzender Äußeres
Zacharias Al-Awami



Sport & Kultur CL
Drillon Llallosi



Finanzen
Bjarne Schnars



PR & Gremienkommunikation
Melanie Otto



Soziales & Diversity CS
Florian Straub



Sport & Kultur CS
Timm Mühlberg



Nachhaltigkeit
Helena Kargol



Hochschulpolitik
Linus Zechlin

