

Sehr geehrte Studierendenschaft der TU Ilmenau,

Der Nachhall auf unsere Mail, die über den active-students-Verteiler kam, gibt uns Anlass zu weiteren Ausführungen.

Zunächst möchten wir die Argumente in Richtung „es gibt doch echt wichtigere Probleme“ aufgreifen.

Ja, diese Probleme gibt es. Der StuRa, dessen Referate, die Fachschaftsräte und studentischen Fakultätsratsmitglieder und alle sonstigen Gremien nehmen sich täglich dieser Probleme an und versuchen im Rahmen ihrer Möglichkeiten, eine für alle Studierende vorteilhafte Lösung zu finden. Die Gremien ziehen bei Sexismus keinen Schlussstrich.

Eine Stellungnahme zu den UNICUM-Tüten herauszugeben bedeutet nicht, dass alle anderen Arbeiten liegen bleiben.

Diese Annahme verbietet schon der gesunde Menschenverstand – es arbeiten schließlich nicht alle Gremienmitglieder zeitgleich an der Ausarbeitung eines Textes, noch dazu eines vergleichsweise kurzen.

Dazu würde uns interessieren, warum die „echt wichtigeren Probleme“ nicht benannt werden? Wir können sie benennen, denn sie gehören zu unserer täglichen Arbeit.

- Bologna-Prozesse / Systemakkreditierung / KMK-Vorgaben
- Abbau der Stelle der psychologischen Beratung
- Einführung von Sprachkursentgelten
- Ziel- und Leistungsvereinbarungen und damit einhergehende drohende Mittelkürzungen und Mitarbeiter*innenstellenstreichungen
- Struktur- und Entwicklungsplan der TU Ilmenau
- Statistiken und Realitäten zu Regelstudienzeiten (nur 7 % der Studierenden beenden ihr Studium in der Regelstudienzeit)
- Studierbarkeit von Studiengängen
- Abbrecher*innenquoten
- Vor- und Nachteilerecherche über die Einführung des Aachener Modells an der Fakultät Maschinenbau

sind nur einige der hochschulpolitischen Themen der letzten Monate.

Der große Aufschrei findet jedoch nie statt, es sei denn, es geht um kostenlose Werbeartikel – die lässt sich die mündige Studierendenschaft nicht kampflös nehmen.

Des Weiteren ist es nicht immer wie im Falle eines Kommentars zu den Werbetüten so einfach, über Arbeitsergebnisse zu berichten – hier nehmen wir jedoch gern die Kritik auf, um uns mit dieser Problematik im Kommenden auseinanderzusetzen.

Dies bedingt jedoch, dass unsere Publikationen und (hochschul-)politischen Stellungnahmen von den Studierenden gelesen werden.

Bietet es sich an, auch andere Arbeitsbereiche und -ergebnisse über active-students zu veröffentlichen?

Die Sitzungen aller studentischen Gremien sind darüber hinaus hochschulöffentlich, es kann also jeder und jede zu uns kommen und aktiv mitarbeiten und mitgestalten.

Es scheint sich jedoch gern in die Halböffentlichkeit der sozialen Netzwerke zurückgezogen zu werden, wo, anstatt einer, für einen mündigen Mitmenschen erwartbaren, sachlichen Diskussion der virtuelle Stammtisch bedient wird und man sich selbst suggeriert, mit zweifelhaften Kommentaren an soziopolitischen Sachverhalten teilgenommen zu haben.

Wir danken jedoch denjenigen, die sich mit sachlicher Kritik direkt an den StuRa gewendet haben.

Als Nächstes würden wir gern auf Kommentare wie „Der Sexismus-Vorwurf ist wirklich übertrieben.“, „das ist einfach nur lächerlich“ und dergleichen eingehen.

Ist der Sexismus zwar da, aber nicht so schlimm, dass man sich darüber aufregen müsste?

Der Kommentar, der Vorwurf sei übertrieben, legt ja nahe, dass es eine Grundübereinstimmung gibt - dass erkannt, dass Geschlechterrollen bedient werden, zum Beispiel - dies jedoch nicht als störend empfunden wird.

Sollte das zutreffen, ist für uns die Daseinsberechtigung unserer Stellungnahme schon gegeben. Kritik gibt in ihrem Wesen Einblicke über Tendenzen, denen sich die Rezipient*innen zunächst nicht bewusst sind.

Sie stellt heraus, was unter der Oberfläche schwelt und gerade aus diesem Grund gefährlich wird oder werden kann, weil Probleme aufgrund ihrer Unterschwelligkeit nicht direkt wahrgenommen werden.

Es ist daher auch Aufgabe der Kritik, zu irritieren und neue Fragestellungen zu eröffnen.

Wenn durch Werbeartikel bewusst Geschlechter-Stereotype forciert und reproduziert werden, fällt das mit einiger Wahrscheinlichkeit erst einmal nur den Menschen auf, die sich durch diese Rollenbilder nicht repräsentiert oder sogar angegriffen fühlen.

Darauf hinzuweisen halten wir für unsere Aufgabe.

Die Studierenden haben vielleicht an den diesjährigen Inhalten der Wundertüten erkennen und nachvollziehen können, wie wir auf die Idee gekommen sind, den Werbeartikeln Sexismus vorzuwerfen.

In den vergangenen Jahren haben wir durch verschiedene Aktionen, Veranstaltungen und Diskussionen versucht, die Studierendenschaft für diese Thematik zu sensibilisieren.

Wir möchten daher darauf verzichten, grundlegend aufzuarbeiten, worum es sich bei Sexismus im eigentlichen Sinn handelt.

Erläuterungen des Begriffs hat die AG Diversity / BunterKaffee erarbeitet unter www.bunterkaffee.de/wp/themen/feminismus/

Mündig zu sein, bedeutet auch, Sachverhalte ständig neu zu durchdenken und auch mitzudenken. Mündig sein bedeutet nicht, jegliche Denkprozesse auf andere Menschen abzuschieben und anschließend über die Ergebnisse zu richten.

Das führt unmittelbar zur Dekonstruktion von Kommentaren wie „es wird das Bild vermittelt, dass die Studierenden völlig unmündig sind“ oder „jede/r kann selbst entscheiden, ob er/sie eine Tüte nehmen will“.

Die Rundmail hatte doch u.A. folgenden Inhalt:

„Aus diesem Grund bitten wir euch um folgendes: **Wenn** ihr die Tüten nehmt, seid euch des Sexismus bewusst.“

Wir finden, das ist eine Formulierung, die nicht bevormundet, bzw. entmündigt.

Traurigerweise kommt es viel zu oft zu der Reflexreaktion, unmittelbar mit Entmündigung oder "Filter gegen die Selbstbestimmung" zu argumentieren, wenn der StuRa Stellungnahmen verfasst. Beobachtend können wir aus den vergangenen Jahren jedoch den Schluss ziehen, dass eine sehr große Anzahl an Studierenden gern zu diesen Tüten greift, meist mit der Begründung, dass sie kostenlos sind.

Wenn nur "Haben, weil's umsonst ist" als Argument herhalten muss, fühlen wir uns wiederum in der Verpflichtung, unsere Aufgabe der Förderung der politischen Bildung und des staatsbürgerlichen Verantwortungsbewusstseins der Studierenden wahrzunehmen und weiterführende, wenn nicht

initiierende Denkipulse zu setzen und darauf aufmerksam zu machen, welches Bild gerade in der Werbeindustrie reproduziert wird und die Wundertüten keine Gabe aus Nächstenliebe sind, sondern Marktforschungskalkül.

Es bleibt noch zu erwähnen, dass der Inhalt unserer Mail sich nicht ausschließlich am Sexismus-Vorwurf erschöpfte, sondern wir auch über den verursachten Müll hingewiesen und, wenn auch zu kurz gegriffen, über die Sachzwänge gesprochen haben, die Universität und Studentenwerk in die Lage bringen, auf wachsende Präsenz von Werbung angewiesen zu sein.

Werbeartikel produzieren in ihrem Wesen leider sehr viel Müll, weil nie abgeschätzt werden kann, ob die Werbung bei den Rezipient*innen Wirkung zeigt (ob die Werbung sie anspricht) oder eben nicht.

Die Frage, ob Werbung am Campus wirklich notwendig ist, wagen wir daher zu stellen.

Die Kritik, dass wir über die Zunahme von Werbeeinflüssen an Universitäten zu wenig geschrieben haben, nehmen wir an dieser Stelle gern an.

Wir nehmen auch die Kritik an, dass wir in der Stellungnahme auf die Symptome aufmerksam gemacht, nicht jedoch auf die Ursachen der Problematik.

Eine umfassende Ursachenanalyse könnte erfolgen in Workshops und / oder Podiumsdiskussionen, welche wir anbieten können, durchzuführen.

Abschließend möchten wir sagen, dass wir es sehr schade finden, dass etwas so Oberflächliches und Nichtiges wie kostenlose Werbeartikel und unsere Position dazu die Gemüter so zu erhitzen vermögen und die Arbeit und die Integrität des StuRa an sich in Frage gestellt wird, zu inhaltlicher und wichtiger Arbeit in der Hochschulpolitik / sozialen Beratung / Gremientätigkeit an anderer Stelle jedoch über die Jahre hinweg kaum jemand bereit ist, seine Mündigkeit unter Beweis zu stellen und mitzuhelfen, im Sinne aller Studierenden gute Arbeit zu leisten.

Wir sind gern bereit, ein offene Diskussion durchzuführen, bei welcher die Vorbehalte seitens der Studierenden aufgegriffen werden und man sich sinnig unterhalten kann, fernab von Facebook-Likes und Anonymität.

Ref. HoPo