

Gegen Hörsaalsponsoring an der TU Darmstadt

Antragssteller*innen: Johanna Saary (CG), Nicolas Schickert (SDS)

Das Studierendenparlament und die Fachschaftenkonferenz mögen folgende Resolution beschließen:

Antragstext:

Auf Grundlage eines Beschlusses des Präsidiums der TU Darmstadt, gibt es seit einigen Monaten 2 Hörsäle, die zu Marketingzwecken an Unternehmen gegen ein Sponsoring zeitweise verkauft wurden.

Durch diese Maßnahme tragen die Hörsäle jetzt die Namen der Unternehmen und es erscheint beim Einschalten des Beamer's deren Logo.

Diese Entwicklung sehen wir als sehr kritisch an. Nicht nur wird damit Unternehmen der Zugang zur Universität noch stärker erleichtert. Auch wird ihnen der Zugriff auf Studierende als Zielgruppe ermöglicht, an einem Ort, an dem diese sich nur durch nicht teilnehmen der Werbung entziehen könnten.

Die Universität argumentiert damit, dass sie strategischen Partnern Möglichkeiten eröffnen möchte.

Wir Studierende sehen uns als Zielgruppe an einem Ort, den wir aufsuchen um zu lernen, missbraucht.

Selbstverständlich ist unsere gesamte Umwelt von Werbung geprägt, doch können wir uns in den meisten Fällen dafür oder dagegen entscheiden bestimmte Orte aufzusuchen. Dies gilt nicht für Räume in denen wir Lernen, Lehren und Arbeiten, daher fordern wir ein allgemeines Werbeverbot für Unternehmen auf dem Campus.

Das Hörsaalsponsoring wurde ohne Diskussion in der Universität eingeführt, obwohl es ein Thema ist, das Studierende in ihrem täglichen Lernalltag stark betrifft wurden diese an der Diskussion nicht beteiligt.

Laut Universität ist das Hörsaalsponsoring nur eine von mehreren Maßnahmen eines Fundraisingprogramms.

Wir stehen diesen Maßnahmen kritisch gegenüber und fordern die Universitätsleitung dazu auf, die Diskussion erneut zu öffnen und uns Studierende mit einzubeziehen.

Die Universität ist kein unabhängiger Raum, auf Grund der fehlenden Ausfinanzierung der Universitäten durch Bund und Länder, sind die Universitäten stark auf Drittmittel angewiesen.

Neben der Ausfinanzierung der universitären Lehre und Forschung fordern wir einen transparenten Umgang mit wirtschaftlichen Kooperationen.

Zweifelsohne ist das Verkaufen von Hörsälen ein weiterer Schritt in Richtung von wirtschaftlichen Unternehmen, es mag diese stärker an die Universität binden, führt aber auch dazu, das einzelne Unternehmen die Forschung und Lehre dominieren.

Wir sehen hier, wie auch bei anderen Maßnahmen, die Unabhängigkeit von Lehre und Forschung gefährdet.

Im konkreten Fall des Hörsaalsponsorings ist uns des Weiteren unklar, nach welchen Kriterien Sponsoren gewählt werden, wie Partnerschaften beendet werden können und was mit dem Geld aus den verschiedenen Fundraisingmaßnahmen passiert.

In der Pressemitteilung wurde die Höhe der eingenommenen Gelder wie folgt beschrieben:

"Die beiden Vertragspartner überweisen insgesamt einen mittleren fünfstelligen Betrag pro Jahr an die Universität." ¹

In Gesprächen zwischen Vertreter*innen von Präsidium, FSK und AStA schien es allerdings als wäre es wesentlich weniger.

Genauere Zahlen wurden uns nicht genannt. Insgesamt strebt die Universität aber eine Erhöhung der Einnahmen an. Wir sehen allerdings jede Summe als unverhältnismäßig an. Die Freiheit zu lernen ohne dabei durchgängiger Werbung ausgesetzt zu sein ist nicht verhandelbar.

Wir fordern die Universitätsleitung auf eine Kommission einzurichten, die sich unter starker Beteiligung der Studierenden, mit der Ausrichtung des Fundraisings und den strategischen Partnerschaften beschäftigt. Diese Kommission soll einheitliche Kriterien für die Aufnahme und die Beendigung von Partnerschaften erarbeiten, zudem soll sie Kriterien für die Verwendung der daraus resultierenden Mittel erarbeiten und im Senat vorstellen. Des Weiteren sollen alle Mitglieder der Universität Beschwerenden Anregungen zum Thema Werbung, Fundraising und strategische Partnerschaften an die Kommission stellen können, sodass diese sich mit den Anfragen beschäftigen und darauf reagieren kann.

Unsere Forderungen (Zusammenfassung)

- ein allgemeines Werbeverbot für Unternehmen auf dem Campus
- Ausfinanzierung der universitären Lehre und Forschung
- einen transparenten Umgang mit wirtschaftlichen Kooperationen
- die Einrichtung einer Kommission mit starker studentischer Vertretung, 50% studentische Mitglieder
- Erarbeitung der Ausrichtung des Fundraisings, Kriterien für Aufnahme und Beendigung von Partnerschaften, in dieser Kommission
- Erarbeitung von Kriterien für die Verwendung der aus dem Fundraising gewonnenen Mittel, in dieser Kommission
- Beschwerden und Anregungen zu Werbung, Fundraising und strategischen Partnerschaften sollen in dieser Kommission diskutiert werden
- Offenlegung der durch das Fundraising eingenommenen Gelder

Begründung:

In der Resolution enthalten.

¹ https://www.intern.tu-darmstadt.de/informationsportal/nachrichten_2/news_details_de_en_189312.de.jsp