

EDITORIAL

er Jubiläumsfestakt ist vorbei, aber das Jubiläumsjahr noch lange nicht. So fand zur Eröffnung des Akademischen Jahrs als Teil des Jubiläums auch die Preisverleihung der Scavenger Hunt statt. Diese hatte sich auf die ersten Semesterwochen verteilt und Teams ermöglicht, über Aufgaben die Stadt und die Universität kennenzulernen. Allerdings gab es bereits wegen der Bewerbung Kritik vonseiten des AStA, die sich durch unsere Recherche noch ausweitete. Diese Kritik findet ihr in dieser Ausgabe, ebenso wie einen Bericht über unser Gespräch mit der Pressestelle der Universität zu diesem Thema. Zudem stellen wir euch das

Career Center und deren Beratungsangebot in einem Interview dar, denn viele Studierende, die ihr Studium abbrechen, wissen gar nicht, dass die Universität über ein Beratungsangebot verfügt. Mit diesem lassen sich möglicherweise neue Berufsziele entwickeln. Außerdem freuen wir uns sehr, dass diese vorliegende Ausgabe schon die 42. Friedrichs Wilhelm ist.

Wie immer wünschen wir euch eine spannende Lektüre und freuen uns über Gastbeiträge und Kommentare.



Lada lidelle

In dieser Ausgabe:

Scavenger Hunt im Jubiläumsjahr

Eine digitale Schnitzeljagd für Uni Bonn

Seite 3

Die Scavenger Hunt - Ein Event Karriere nach Maß als Vertrauenstest

Eine Kritik an der Organisation der Hunt

Seite 6

Das Career Center an der Universität Bonn

Seite 8

Impressum

Redaktion:

Ian Bachmann, Ronny Bittner, Frederik Fingerhut, Samuel F. Johanns, Jens Krewald, Julia Pelger, Clemens Uhing und Laila N. Riedmiller

V.i.S.d.P.:

Sarah Mohamed Vorsitz | AStA der Universität Bonn

Kontakt: fw@asta.uni-bonn.de

www.asta-bonn.de facebook.com/AStA.UniBonn

Die Redaktion behält sich Abdruck und Kürzungen von Artikeln und Leserbriefen vor. Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Die nächste Ausgabe des Friedrichs Wilhelm erscheint am

Scavenger Hunt im Jubiläumsjahr

Eine digitale Schnitzeljagd für die Uni Bonn

von Clemens Uhing und Laila Riedmiller

um 200-jährigen Jubiläum hatte sich die Uni etwas Neues überlegt, um die Gemeinschaft der Studierenden näher zusammenrücken zu lassen. Eine sogenannte "Scavenger Hunt", eine digitale Schnitzeljagd, bei der Teams insgesamt über 150 Aufgaben lösen konnten und so die Stadt und die Universität kennenlernen sollten. Die Organisation der Scavenger Hunt in Bonn hat allerdings in einigen Punkten kritische Fragen aufgeworfen. Die Redaktion des Friedrichs Wilhelm hat darüber mit dem Pressesprecher der Universität Bonn, Dr. Andreas Archut, und seinem Stellvertreter Klaus Herkenrath gesprochen, um aufgeworfene Fragen zu klären.

Bei der Scavenger Hunt handelte es sich um eine App-basierte Schnitzeljagd, bei der es für Teams mit bis zu 5 Leuten darum ging, verschiedene Aufgaben zu erfüllen und als Nachweis für den Ab-schluss Fotos oder Videos in die App hochzuladen. Aufgaben waren etwa eine Pflanze im Botani-schen Garten zu finden oder ein Schaufenster zu kapern. Für jede erfüllte Aufgabe gab es Punkte und am Ende der Hunt schließlich zwölf gestiftete Preise. Dass die Hunt dieses Jahr habe stattfin-den können, sei dem Jubiläumsjahr zu verdanken, denn so habe man nun auch die finanziellen Mittel bereitstellen können. Die Universität Bonn resümierte, dass sie über die Beteiligung von mehr als 70 Teams sehr erfreut sei, insbesondere auch, weil zu Semesterbeginn für die Bewerbung der Aktion

nur wenig Zeit gewesen sei. Dies ist insbesondere durch das Jubiläumsjahr und die Exzellenzstrate-gie zu erklären, die beide organisatorische Kräfte binden.

Ein Ziel der Hunt sei es gewesen, Studienanfänger*innen wie auch älteren Studierenden wichtige Orte Bonns näherzubringen, die im Studium hilfreich sein könnten. Zu diesem Zweck hatte die Universität einen Großteil der Aufgaben spezifisch an Bonn angepasst, so mussten die Teams beispielsweise an der Universitäts- und Landesbibliothek eine Aufgabe lösen oder als Beethoven verkleidet ein Orchester dirigieren. Insbesondere, da die Erstsemesterveranstaltungen der Fachschaften häufig vor allem durch Trinkspiele wie Flunkyball in der Öffentlichkeit auffielen, habe man eine "alkoholfreie" Alternative bieten wollen, um die Stadt und den Studienstandort kennenzulernen und die Universität und die Studierenden enger zusammenzubringen. Allerdings, so Andreas Archut im Gespräch, gehe es nicht darum, die Hunt als Konkurrenz zu den Fachschaftsveranstaltungen zu begreifen. Die Fachschaftsarbeit sei wichtig, weil diese Teile der organisierten Studierendenschaft am nächsten an den Studierenden seien, daher begreife man die Hunt als Ergänzung. Aus diesem Grund habe man die Fachschaften auch mit einem eigenen Fachschaftspreis eingebunden.

Kritik des AStA an Facebookwerbung

Ausgangspunkt der vom AStA ausgesprochenen Kritik war ein Facebookpost auf der Seite der Universität Bonn gewesen, mit dem das Preisgeld von 250 Euro beworben werden sollte. Allerdings wurde sich bei diesem Bild in den Augen der Studierendenvertretung sehr im Ton vergriffen. Um das Preisgeld zu bewerben und Studierende als Teilnehmende zu gewinnen, wurden Studierende aufgefordert, einen "armen Schlucker" zu markieren, der mit dem Geld etwas anfangen könne.

Der AStA griff das Sharepic bald auf und warf der Universität vor, Witze über Armut unter Studierenden zu machen. Aktuellen Statistiken zufolge sei "ein Großteil der Studierenden arm oder armutsgefährdet". Bald darauf wurde der Beitrag von der Facebook-Seite der Universität gelöscht und es erfolgte eine nicht-öffentliche Entschuldigung über dem AStA sowohl vonseiten der Hochschulkommunikation als auch durch den in die Organisation eingebundenen privaten Dienstleister Scavenger Hunt DE. Eine Richtigstellung wurde zusätzlich dem AStA zugesandt, damit diese auf der Facebookseite des AStA im entsprechenden Post eingefügt werden konnte.

Von einem weiteren öffentlichen, eigenen Statement habe man abgesehen, weil man "die Sache nicht noch weiterverbreiten" wollte, so Andreas Archut. Aus seiner Sicht sei der Post

Bericht

"total inakzeptabel gewesen, schlecht gemacht" und nur "aufgrund einer Kommunikationspanne" erschienen. Die Kommunikationspanne war aufgetreten, weil die Universität für die Scavenger Hunt mit einer privaten Agentur zusammengearbeitet hatte, die in ganz Deutschland häufig mit Städten oder Unternehmen kooperiert, mit dem Ziel, deren Bekanntheit zu erhöhen oder ihr Gemeinschaftsgefühl zu stärken. Um die Hunt zu betreuen, habe diese private Agentur für den Zeitraum der Bewerbung bis zum Abschluss der Hunt Redaktionsrechte für die Facebook-Seite der Universität Bonn erhalten, "um die Posts zur Bewerbung der Scavenger Hunt dort zu platzieren und vor allen Dingen auch um die Fragen zu beantworten, die die Posts auslösen", so Archut. Redaktionsrechte für eine Seite auf Facebook zu haben bedeutet auch. alle Nachrichten lesen zu können. Dies war innerhalb der Redaktion während der Recherche auf Kritik gestoßen, da man ohne die nichtöffentliche Entschuldigungsmail des Drittanbieters die Einbindung dieses Unternehmens auf der Facebookseite nicht ohne Weiteres erkennen konnte. In dem Gespräch problematisierte die Redaktion diesen Zusammenhang mit dem Hinweis darauf, dass Studierende möglicherweise auch sensible Daten an die Facebookseite sendeten und dabei nicht wüssten, dass die Nachrichten auch von einem Drittanbieter gelesen werden könnten. Man sei allerdings im Vorfeld gar nicht auf die Idee gekommen, dass dies ein Problem sein könnte, so die Hochschulkommunikation. Mit der Facebookmessenger-Funktion würden in der Regel keine personenbezogenen Daten von Studierenden übermittelt, da diese dafür beispielsweise E-Mails als Kommunikationsweg nutzten. Über den Facebookmessenger, so Klaus Herkenrath, fände in der Regel nicht der Erstkontakt der Studierenden mit der Universität statt. Zudem sei es sinnvoll, dem Drittanbieter die Rechte zu geben, da dieser so Anfragen zur Hunt direkt und zeitnah

beantworten könne, statt den Umweg über weitere involvierte Personen zu gehen und die Antwort zu verzögern. Dass die Facebookseite der Uni Bonn im Zusammenhang mit der Scavenger Hunt ins Zentrum rückte, liegt jedoch auch darin begründet, dass Bonn hier einen Sonderfall darstellt. Normalerweise sei es üblich, dass die Agentur eine eigene Facebook-Seite für die Hunt erstelle, so Archut. Angesichts der Kürze der Zeit vom Bewerbungsstart zu Semesterbeginn und dem Beginn der Hunt direkt nach Semesterstart sowie dem Wunsch der Universität, Studierende auch mit der Universitäts-Facebookseite in Verbindung zu bringen habe man bewusst die eigene Facebookseite verwendet. Dafür hätte es allerdings, beispielsweise bezüglich der Inhalte und der Tonalität, klare Absprachen gegeben. Die Agentur habe Bewerbungsvorschläge gemacht, die die Hochschulkommunikation mitunter, wie etwa beim vom AStA problematisierten Post, abgelehnt habe. Da in diesem Fall die Ablehnung jedoch zu spät gelesen worden sei, sei der Post online gegangen und erst nach Lesen der Ablehnung gelöscht worden. Den Vorschlag der Redaktion, im Falle einer Wiederholung die redaktionellen Inhalte von Drittanbietern besonders zu kennzeichnen, etwa mit einem Kürzel, begrüßten die beiden Vertreter der Universität.

Der Umgang mit den erhobenen Daten

Nachdem den AStA die Mail von Scavenger Hunt DE erreicht hatte, drängten sich weitere Fragen auf. So stellte sich die Frage nach dem Datenschutz. Die gesamte Datenerhebung übernahm ebenfalls der private Anbieter, die Universität erhielt lediglich die E-Mail- Adressen der Teilnehmenden. Zur Durchführung der Scavenger Hunt griff man auf die eigens programmierte App des Unternehmens zurück. In den AGB der Scavenger Hunt-App heißt es: "Mit Anmeldung zur und Teilnahme an der Veranstal-

tung willigt der Teilnehmer ein, dass die Fotografien bzw. Filmaufnahmen, die während der Veranstaltung vom Teilnehmer, dem Veranstalter oder im Auftrag des Veranstalters erstellt wurden, entgeltfrei vom Veranstalter, den Gesellschaften der Unternehmensgruppe des Veranstalters einschließlich Treuhand-

vermögensgesellschaften, sowie dem Anbieter der App in unveränderter oder geänderter Form zu eigenen und Marketing-Pressezwecken wie z.B. auch in Sozialen Medien verwendet werden (auch kommerziell), und zwar ohne eine räumliche und zeitliche Beschränkung der Verwendung sowie an Dritte zur nicht-kommerziellen Nutzung weitergegeben werden dürfen."

Man habe, betont Archut im Gespräch, allerdings ein Opt-Out ermöglicht, d.h. bei jedem Foto konnte man auswählen, ob dieses veröffentlicht werden dürfe oder ob

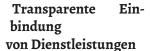
es die App der Scavenger Hunt und damit das private Unternehmen nicht verlassen darf: "Das hat Scavenger Hunt Deutschland berücksichtigt, dann wurden die Bilder eben nicht weitergegeben. Was für uns ein bisschen schade war bei der Ermittlung des Kreativpreises weil wir natürlich nur kreative Leistungen beurteilen können, die wir uns auch anschauen können." Der Kritik der Redaktion, dass man damit Teams, die ihre Fotos nicht für kommerzielle Zwecke weitergeben wollten, in der Bewertung für die Preise benachteilige, begegnete Archut: "Wenn man seine Daten nicht hergeben will, kann man viele Dinge nicht machen. Ich kann bei

Bericht

der Scavenger Hunt nicht mitmachen, wenn ich meinen Namen oder meine E-Mail-Adresse nicht angeben möchte, das ergibt sich aus der Natur des Spiels."

Den Vorschlag der Redaktion, eine weitere Option einzuführen, mit der die Fotos zwar zur unkommerziellen Nutzung für die Jury freigeschaltet

werden könnten, trotzdem aber nicht
zu Werbezwecken verwendet
werden dürften,
nahm man auf
und kündigte
an, dies im Falle
einer weiteren
Scavenger Hunt
zu erwägen, sofern
es technisch möglich sei.



Ein weiterer Kritikpunkt war die in Teilen der Studierendenschaft wahrgenommene Intransparenz, mit der die Kooperation zwischen Universität und Drittanbieter erfolgte. Diesen Vorwurf wies Archut zurück und verwies darauf,

dass der Rückgriff auf Drittanbieter, beispielsweise Fotograf*innen, ein völlig normaler Vorgang sei, denn, so Archut:" Die können das einfach besser als wir." Allerdings, so die geäußerte Kritik der Redaktion, gehe es um den Grad der Dienstleistung und die Offenlegung derselben. So war bis zum 19.10.2018 auf der Internetseite der Universität Bonn nicht ersichtlich, dass es sich um eine Kooperation mit einem privaten Dienstleister handelte, einzig der Hinweis auf einen weiteren Ansprechpartner Scavenger Hunt ließ Rückschlüsse darauf zu. Erst die E-Mail des Dienstleisters an

den AStA machte deutlich, dass eine solche Kooperation bestand. Nach der Anfrage der Redaktion bei der Universität wurde die Seite aktualisiert, hier fand sich nun der Hinweis auf den "Partner Scavenger Hunt DE". Auch die Bewerbung der für die Hunt nötigen App wurde von der Redaktion als missverständlich kritisiert, da sie als "eigens programmiert" bezeichnet wurde, eigens programmiert allerdings nicht für die Universität Bonn, sondern für alle Hunts, die der Dienstleister durchführt. Hier stellte sich für die Redaktion die Frage, inwiefern diese Formulierung die Entscheidung zur Datenfreigabe beeinflusst. Zwar waren die AGB von Scavenger Hunt einsehbar, allerdings verwies die Universität nicht gesondert darauf, dass die App und deren Server sowie die Datenverarbeitung durch den Drittanbieter erfolgten. Wer die App also herunterlud und die Scavenger Hunt der Universität Bonn im Hinterkopf hatte, so die Vermutung der Redaktion, sei möglicherweise geneigter, die Fotos auch für Werbezwecke weiterzugeben, da man die Universität Bonn als Durchführende der Aktion betrachte und nicht etwa einen privaten Dienstleister. Wer der Universität Bonn gerne ermöglichen wolle, mit den Fotos der Aktionen zu werben, wolle dies möglicherweise nicht auch einem privaten Dienstleister ermöglichen.

Diesem Einwand wurde widersprochen. Archut betonte, dass Studierenden zuzutrauen sei, "dass sie im Verlauf des Prozesses mitbekommen", dass eine private Agentur involviert sei. Auch Herkenrath wies darauf hin, dass die Zusammenarbeit mit Dienstleistern so gängig sei, dass diese für Studierende eine der wahrscheinlichsten Optionen sein müsse. Zudem, so Archut, sei für Studierende spätestens an dem Punkt ersichtlich gewesen, dass die Bonner Hunt keine Einzelaktion sei. an dem man in der App den Standort der eigenen Hunt habe auswählen müssen. Man betonte außerdem, dass sich an keiner Stelle die Frage

gestellt habe, ob man eine Scavenger Hunt mit oder ohne Scavenger Hunt DE GbR durchführe, sondern ob man sie gemeinsam mit ihnen durchführe oder gar nicht: "Wir greifen hier auf ein bewährtes Konzept zurück. Wir hätten nicht die Manpower und auch nicht das Know-how, um das mal so eben aus dem Stand zu stemmen."

Ein Resümee

Die Gesamtkosten der Hunt liegen im mittleren vierstelligen Bereich und sind damit im Vergleich zum Rest Jubiläumsfeierlichkeiten relativ gering, insbesondere, so betont Andreas Archut, angesichts des Aufwands und der Arbeit, die der Dienstleister betrieben habe. Während die Universität beispielsweise Sponsoren für die Sach- und Geldpreise gewann, mit den Fachschaften Kontakt aufnahm, Pressearbeit machte und die Orte, die in den Aufgaben aufgesucht werden sollten, hierüber informierte, war es Aufgabe des Dienstleisters, etwa auf Facebook zu werben, die App bereitzustellen, die Hunt durchzuführen und als Ansprechpartner zu betreuen sowie die Datenerhebung und -verarbeitung zu koordinieren. Zudem bediente sich die Universität aus dem Pool der Aufgaben, die die Agentur bereitstellte und wurde bei der Anpassung der Aufgaben an lokalen Orte unterstützt. Auch die Sponsoren wurden in den Aufgaben bedacht: So erhielt jeder Sponsor eine Aufgabe, die ihn benannte und es, so Archut, "irgendwie nötig machte, da mal vorbeizugehen oder sich mit dem Sponsor zu beschäftigen." Sollte die Hunt ein weiteres Mal stattfinden, komme der organisierten Studierendenschaft eine Schlüsselrolle zu. Insbesondere die Fachschaften seien essentiell, um Studierende auf die Hunt aufmerksam zu machen und sie als Teams zu gewinnen. Generell sei zu überlegen, die Scavenger Hunt noch internationaler zu gestalten, um beispielsweise auch Erasmus-Studierende zu betei-

Kommentar

ligen sowie alle Studierenden, die neu in Bonn seien. Allerdings habe man sich zu Beginn bewusst dagegen entschieden, die Scavenger Hunt auf Erstsemester zu beschränken und sei in dieser Entscheidung auch bestätigt worden. Studierende, die bereits lange Jahre in Bonn leben, hätten sich darüber gefreut, durch die Hunt noch unbekannte Orte zu entdecken. Mit Verweis auf die USA, aus denen das Konzept der Scavenger Hunts stammt, verwies Archut auch auf eine mögliche stärkere Beteiligung der Studierendenschaft, etwa wenn es um das Schreiben von Aufgaben

und die Durchführung sowie Bewerbung der Hunt als Möglichkeit zur Erkundung der Stadt gehe. Zudem sei die Hunt eine gute Möglichkeit, in Kontakt zu kommen. Verschiedene Teams hätten beispielsweise Schätze versteckt und Schatzkarten gezeichnet, die andere Teams dann suchen konnten. Den Vorschlag der Redaktion, diese Kooperationsmöglichkeiten noch auszuarbeiten und das persönliche Kennenlernen der verschiedenen Teams durch gemeinsame Aufgaben zu verstärken, wurde positiv aufgenommen. Trotzdem bleiben für den AStA einige Kritikpunkte bestehen. Für die Universität Bonn war die Scavenger Hunt ein Erfolg. Andreas Archut meint dazu: "Ich wage jetzt noch keine Prognose, aber ich fände es gut, wenn es gelingen würde, die Scavenger Hunt nochmal durchzuführen. Man muss dann nur aufpassen: Denn was man im Rheinland zweimal macht, wird zur Tradition. Und dreimal ist dann schon Brauchtum." ◀

Die Scavenger Hunt

Eine Kritik an der Organisation der Hunt

ein Kommentar von Clemens Uhing und Laila Riedmiller

it der Scavenger Hunt wollte die Universität für den Semesterstart etwas anderes anbieten als die ewig gleichen Fachschaftsaktivitäten. Das ist ihr gelungen. Mit der Bandbreite der Aufgaben, ihrer Vielfalt und dem Konzept einer leicht nutzbaren App wirken die Aufgaben abwechslungsreich und scheinen geeignet, Studierenden die Stadt zu zeigen. Verglichen mit den Kosten für den sonstigen Jubiläumswahnsinn war sie auch noch ziemlich günstig.

Das könnte alles eine schöne Sache sein, wenn es nicht so problematisch wäre, trotz des Gespräches mit der Pressevertretung der Uni. Die Universität Bonn, die sich gerne exzellent schmückt, gibt die Moderationsrechte ihrer Facebook-Seite für mehr Traffic an eine private Agentur ab, die Posts schreibt, welche mehr nach Mallorca-Animateur als nach akademischem Rahmen klingen. Ein unverkennbarer, der Universität aber vielleicht nicht bewusster Stilbruch. Dafür ermöglicht man den Koope-

rationspartnern auch noch, sämtliche Nachrichten einzusehen, die über die Facebook-Seite so eintrudeln. Das ist ein prinzipielles Problem, über das man nicht lapidar hinwegsehen kann. Es spielt keine Rolle, welche Informationen in der Regel über welchen Kanal eingehen oder ob dem Kontaktpartner vertraut wird, diese einzusehen. Als offizielle Vertretung einer so exzellenten Institution sollte nichts Dritten anvertraut werden, was möglicherweise in dem Glauben geschrieben wurde, dass nur Universitätsangehörige es lesen. Zu diesem Glauben trägt zusätzlich bei, dass die Beteiligung der Agentur an der Facebookmoderation nicht benannt wurde. In der Abwägung befand die Universitätsverwaltung die zusätzliche Effizienz und wirtschaftliche Zeiteinsparung durch einen Direktzugang für die Agentur wohl wichtiger als die Garantie, dass an die Universität gerichtete Nachrichten auch wirklich nur bei dieser landen, egal welchen Inhalts sie sind.

Außerdem kann ohne Abtreten von

Moderationsrechten sichergestellt werden, dass es in Zukunft keine wohlstandschauvinistischen Ausrutscher mehr von der offiziellen Seite der Universität gibt, denn auch, wenn dieser Post nicht von der Universität stammte, trägt sie die Verantwortung für dessen Veröffentlichung. Dieser war das auch herzlich peinlich, weswegen eine öffentliche Entschuldigung ausbleibt - es soll ja nichts hochgespielt werden. Allerdings geht es hierbei um zweierlei, einerseits den konkreten Inhalt des Posts, den man tatsächlich nicht wörtlich weiterverbreiten muss, andererseits aber um den Umgang der Universität mit diesem. Und dass deren einziges öffentliches Statement hierzu die kurze Ergänzung eines AStA-Beitrags auf dessen Seite bleibt, man aber keinen Ton darüber auf der eigenen Seite verliert, entspricht keinen universitären Standards. Dass eine Stellungnahme abgelehnt wird, weil sich keine Studierenden beschwert hätten, deckt sich nicht mit der öffentlich getätigten Kritik des AStA.

Kommentar

Die Scavenger Hunt ist eine Jagd mangelnder Transparenz. nach Inhalte der privaten Agentur und der Universitätsstellen werden vermischt und es ist unklar, wer denn jetzt für was verantwortlich ist. Wer nicht aufpasst, tappt in die Falle und gibt einem Unternehmen das Recht mit dem eigenen Bild Werbung zu machen - weil vielleicht erst später auffällt, dass die AGB nicht für die Uni geschrieben sind, sondern für die "eigens programmierte App". Aber es handelt sich um eine offizielle Univeranstaltung - was, wenn die Studierenden der Universität einfach mal vertrauen, dass in den AGBs nichts Problematisches drinsteht? Bei einer offiziellen Univeranstaltung liegt es nicht unbedingt nahe, dass die AGB eine auch kommerzielle Nutzung sowie die Weitergabe von Daten erlauben. Bei einer offiziellen Univeranstaltung kann man davon ausgehen, dass der Universität Datenschutz und Seriosität wichtig sind.

In diesem Kontext handelt es sich nicht um die Frage danach, was denn legal ist und deshalb nicht mehr benannt werden muss, sondern darum, welche Wertschätzung eine solche Jagd den Studierenden entgegenbringt. Wenn die Hunt auch vergleichsweise günstig gewesen sein mag – dass ein Ablehnen der Fotoweitergabe auch die Weitergabe an die Jury beinhaltet und die Universität Bonn weniger Einsicht in die Daten hat als der private Dienstleister, zeigt, dass es eben keine Standard-Kooperation ist. Bei einem Fotografen kann man Fotos beauftragen, die er dann selbst nicht für kommerzielle Zwecke verwenden darf. Der private Dienstleister in diesem Fall aber hat einen größeren Entscheidungsspielraum als die Universität darüber, wie die Daten verwendet werden und wen er zu welchem Preis zum Wettbewerb zulässt. Er verwehrt Studierenden eine gleichberechtigte Beteiligung am Wettbewerb, wenn man sich nur durch eine Zustimmung zur Daten-

weitergabe auch für den Kreativpreis qualifizieren kann. Sicherlich, dies ist nur ein Preis von zwölf, aber er schafft eine Ungleichheit zwischen denen, die mit ihren Daten die Teilnahme an diesem Preis bezahlen und jenen, die dies nicht möchten. Wenn die Universität Bonn mit dem Dienstleister nicht vereinbaren kann oder will, dass die Datenweitergabe ohne kommerzielle Verwendung zumindest an die Jury erfolgen darf, dann entweder, weil sie darauf keinen Wert legt, weil sie den entsprechenden Einfluss nicht hat, oder weil es sie schlicht nicht genug interessiert.

Wir haben uns für die Berichterstattung über den Facebookpost entschieden, weil wir der Meinung sind, dass durch diese Form der Kritik die Diskriminierung an sich nicht weitergetragen wird. Wir haben nicht den gesamten Satz zitiert, den Screenshot nicht abgedruckt und einen Kontext geliefert. Im Gespräch mit den Pressevertretern wurde deutlich kommuniziert, dass wir mit einer solchen Berichterstattung die Medienkompetenz Studierender überstrapazieren würden. Diese seien nicht immer in der Lage, den Kontext zu erkennen und so würden wir uns selbst über sozial schlecht gestellte Studierende lustig machen.

Wenn man ein derartiges Bild von Studierenden hat, sollte man sich jedoch zumindest fragen, ob man dann nicht erst recht Missverständnisse hätte ausräumen und die Kooperation klar hätte benennen sollen. Denn

ein Zitat in einem Kontext ist vermutlich leichter verständlich als die Appstore- Datenschutzbestimmungen eines privaten Unternehmers, über dessen Beteiligungsumfang an der Scavenger Hunt man gar keine Kenntnis hat.

Darüber, wie viele der Teilnehmer*innen das nicht mitbekommen haben, lässt sich nur spekulieren.

Davon abgesehen scheint die Aktion bei den Studierenden und auch anderen Gruppen sehr gut angekommen zu sein. Und die Idee ist ja auch nicht schlecht, bietet viel Potential und lässt sich ausbauen und verändern. Die Frage ist nur: Würde dies der private Dienstleister überhaupt wollen? Und wenn eine solche Hunt noch einmal durchgeführt würde, hätte die Universität genug Durchsetzungsfähigkeit und den Willen, die problematischen Punkte auszuräumen und zu verändern? Gerade die Universität Bonn, die sich nun im Jubiläumsjahr mit sechs Exzellenzclustern an der Spitze der deutschen Hochschulen positionieren möchte, sollte sich der Verantwortung und Tragweite bewusst sein, die eine solche Kooperation mit sich bringt.

Die Scavenger Hunt zeigt wohl trotz der gut gemeinten Absicht vor allem eines: Vertrauen in die Uni ist mitunter schlecht angelegt, wenn sie ein solches Projekt auf Kosten der Seriosität und Glaubwürdigkeit an einen externen Dienstleister auslagert. ◀



Interview

Karriere nach Maß

Das Career Center an der Universität Bonn

von Ronny Bittner

Schon bei Beginn des Studiums zu wissen, was man eigentlich nach dem Abschluss machen möchte, ist alles andere als der Normalfall. Häufig ergeben sich Dinge im Studium oder es kommt doch alles ganz anders als gedacht. Und dann? Eines der Beratungsangebote der Universität möchte Studierenden dabei helfen, ein Ziel zu finden, was man nach dem Studium mit dem studierten Fach anfangen kann. Dabei steht nicht, wie der Begriff "Karriere" häufig interpretiert wird, nicht der finanzielle Erfolg im Vordergrund.

Dr. Anke Bohne ist seit 2012 im Career Center der Universität Bonn und stellt uns ihre Tätigkeit im Interview genauer vor.

Friedrichs Wilhelm: Fangen wir mit einer Begriffsdefinition an. Welche Art von Karriere ist im Namen Career eigentlich gemeint und was macht dieses Center damit?

Dr. Anke Bohne: Unter "Karriere" verstehen wir den Weg zu dem Beruf, der den eigenen Interessen, Werten und Kompetenzen entspricht.

Das Career Center der Universität Bonn begleitet Studierende auf dem Weg von der Universität in den Beruf . Zum einen mit Beratung, aber auch mit Seminaren und Bewerbungstrainings.

Die Frage "Was mache ich eigentlich nach meinem Studium beruflich mit dem, was ich studiert habe?", ist eine Frage, die man sich ab dem dritten Semester stellen sollte. Parallel zum Studium kann man Praktika absolvieren, sich qualifizierte Nebenjobs suchen oder ehrenamtlich aktiv

werden, um sich in verschiedenen Berufsfeldern auszuprobieren.

Wenn ich mich überhaupt nicht frage "Wo will ich später einmal beruflich aktiv werden?" studiere ich vielleicht nicht immer so zielorientiert, wie ich es eigentlich gerne würde.

FW: Was unterscheidet die Arbeit des Career Center von der Studienberatung?

Dr. Anke Bohne: In der Studienberatung geht es eher um Fragen rund ums Studium: Um mögliche Studiengänge, um Fragen der Studienorganisation, um Fragen zum Studienwechsel oder und um die Frage: Wie gehe ich mit Zweifeln am Studium um?

Das Career Center berät immer im Hinblick auf den späteren Berufseinstieg. Eine der Grundfragen bei uns ist: "Was wollen Sie später beruflich mit Ihrem Studium machen?". Wir haben im Career Center immer den Blick auf die Zeit nach dem Studium. Wir beraten aber nicht zum Studienangebot der Universität Bonn, zu fachspezifischen Fragen einzelner Studiengänge, nicht zu Stipendien und bieten keine psychosoziale Beratung an.

FW: Sie vermitteln die Studierenden also auch weiter?

Dr. Anke Bohne: Der Wert einer guten Beratung liegt in meinen Augen immer auch darin, dass man seine eigenen Grenzen als Berater und Beraterin kennt. Ich finde es sehr wichtig für die Qualität der Beratung und auch den Service für die Studierenden, dass man sich als Lotse und

Lotsin fühlt, der/die bei speziellen Fragen an Kolleginnen und Kollegen verweist, die Expertenwissen zu diesen Fragen haben.

Wenn jemand ein Praktikum im Ausland absolvieren möchte, dann verweisen wir z. B. an das Dezernat Internationales. Wenn jemand Fragen zur Freiberuflichkeit und Unternehmensgründung hat, verweisen wir an die Kollegen und Kolleginnen des Dezernates 7 und der Wirtschaftsförderung der Stadt Bonn.

FW: Wie kann man sich über die Beratung informieren und wie läuft eine Beratung ab?

Dr. Anke Bohne: Zweimal im Jahr nehmen wir über eine Rundmail Kontakt mit allen Studierenden auf, in der wir auf unser gesamtes Veranstaltungsangebot hinweisen. Alle Informationen finden sich auch auf unserer Homepage (www.uni-bonn. de/einrichtungen/careercenter).

Wir haben zwei unterschiedliche Beratungsformate: Das niederschwellige Beratungsformat ist unsere Offene Sprechstunde, jeden Dienstag von 14:30 Uhr bis 16:30 Uhr, einmal im Monat auch donnerstags. Die Studierenden kommen dafür ohne Voranmeldung zu uns. Siemüssen lediglich Studierende oder Absolventinnen / Absolventen der Universität Bonn sein und einen ausgedruckten Lebenslauf mitbringen. Die Beratungen dauern im Schnitt 25 Minuten. Man kann auch gerne mehrmals kommen.

Die Fragen in der Offenen Sprechstunde sind über die Fakultäten verteilt ähnlich: Die häufigste Frage lautet "Was mache ich denn eigent-

Interview

lich beruflich mit meinem Fach?". Aber auch Fragen wie "Bin ich gut aufgestellt?", "Soll ich noch mehr Berufserfahrung sammeln?", "Worauf achtet ein Arbeitgeber, wenn er meinen Lebenslauf liest?" kommen immer wieder vor.

Unser zweites Beratungsformat sind die 45-60minütigen Beratung, für die die Studierenden sich im Vorfeld über unsere Homepage anmelden. Wir bieten in Kooperation mit dem Team Akademische Berufe der Agentur für Arbeit Bonn/Rhein-Sieg einen Bewerbungsmappencheck und eine Orientierungsberatung zum Berufseinstieg an. Wir haben außerdem verschiedene Kurzkarriereberatungen und Einzeltrainings zum Vorstellungsgespräch.

FW: Wie können Sie bei den verschiedenen Studiengängen und -richtungen immer die richtigen Tipps und Ratschläge geben? Recherchieren Sie vor jeder Beratung?

Dr. Anke Bohne: Da die Studie-

renden ohne Voranmeldung in die Offene Sprechstunde kommen, kann ich nicht vorher recherchieren. Ich weiß ja nicht, wer an einem Dienstag oder Donnerstag zu mir kommt. Das macht es aber immer auch für mich sehr spannend.

Wenn die Studierenden hier in der Alten Sternwarte in meinem Büro sitzen, versuche ich, die richtigen Fragen zu stellen, damit die Studierenden auf die zu ihnen passenden und an den Arbeitsmöglichkeiten orientierten Antworten kommen.

Die Studierenden der verschiedenen Studiengänge kommen sehr häufig mit allgemeinen Fragen ins Career Center. Fachspezifisches Wissen zu den Berufsperspektiven der einzelnen Studiengänge ist sehr hilfreich, aber viel wichtiger sind in der Offenen Sprechstunde grundlegende Hinweise.

Ich versuche, mich in der Beratung an den Wünschen, Interessen und Fähigkeiten der Studierenden zu orientieren. Mein wichtigster Tipp ist immer: Stellen Sie sich früh im Stu-

dium die Frage, wohin die berufliche Reise nach dem Studium gehen soll. Denn dann können Sie ihr Studium und ihre außerfachlichen Aktivitäten darauf ausrichten, die passenden Praktika absolvieren und vor allem auch Nebenjobs und ehrenamtliches Engagement entsprechend auswählen.

FW: Studierende sind heute mitunter sehr jung und wissen häufig mit 17 oder 18 Jahren noch gar nicht genau, was sie später machen möchten, werden aber z.B. von der Familie zu einem Studium gedrängt, weil die Eltern gewisse Vorstellungen und Erwartungen haben, also das Studium gar nicht aus eigenem Antrieb beginnen. Was können Sie in solchen Situationen raten?

Dr. Anke Bohne: Ein grundlegender Tipp an alle Studierenden lautet: Werden Sie sich bewusst, was Sie wirklich wollen – und zwar Sie selbst wollen, nicht ihr Umfeld, nicht ihre Familie. Studieren Sie mit Spaß, Interesse und Engagement. Schauen Sie über



Dr. Anke Bohne im Career Center der Universität Bonn | Foto: Ronny Bittner

Interview

den Tellerrand des eigenen Faches und versuchen Sie, parallel zum Studium Berufserfahrung zu sammeln. Schauen Sie, wenn Sie für sich persönlich interessante Berufsfelder gefunden haben, welche Arbeitgeber in diesen Berufsfeldern aktiv sind.

Jede Entscheidung im und nach dem Studium sollte man immer von der Frage abhängig machen "Passt es zu meiner aktuellen Lebensplanung?". Es ist ganz normal, dass sich Ziele ändern. Karriere verläuft nicht nur gerade und jeder Weg führt zu einem Ziel im Leben. Es nimmt auch in einer Beratung viel Druck raus, wenn klar wird, dass eine Entscheidung, die man im oder direkt nach dem Studium fällt, keine Entscheidung sein muss, die für das gesamte Leben in Stein gemeißelt ist.

FW: Neben den Beratungen werden vom Career Center auch Seminare und Bewerbungstrainings angeboten. Wo kann man sich denn darüber informieren, wie hoch ist der Teilnahmebeitrag und wie viele Leute können maximal teilnehmen? Dr. Anke Bohne: Unser Seminarangebot mit allen Informationen finden Sie, wie auch das Beratungsangebot, auf unserer Website unter "Für Studierende".

Das Grundlagenseminar "Erfolgreich bewerben" bieten wir jedes Semester an zwei Einzelterminen mit 12-18 Teilnehmern an. Wir haben aber auch Seminare wie "Fit ins Vorstellungsgespräch", "Weltweit bewerben auf Englisch" oder ein Assessment-Center-Training. Themen wie "Stimme und Körpersprache im Vorstellungsgespräch" oder "Welcher Job passt zu mir?" werden immer sehr stark nachgefragt. Die Kosten für die Seminare betragen zwischen 15 und 30 €.

FW: Bei welchen öffentlichen Veranstaltungen an der Uni ist das Career Center vor Ort?

Dr. Anke Bohne: Bei verschiedenen Veranstaltungen an der Universität Bonn sind wir mit einem Info-Stand vor Ort und stehen für Fragen und Kurzberatungen zur Verfügung: So beim Ersti-Welcome im Oktober und am 21. November bei "Zweifel am Studium". Außerdem sind wir beim Langen Abend der Studienberatung, beim Forum Beruf des Alumni-Netzwerks der Universität Bonn, , der Praktikumsbörse Geografie, den Karrieretagen der Philosophischen und der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät und auf der Auslandsstudienmesse des Dezernates Internationales vertreten.

Am 5. Dezember findet im Hauptgebäude der 6. Karrieretag des Career Centers mit Beratungen, Vorträgen und Coachings statt.

Den Abschluss des Karrieretags bildet am Abend im Fritz' Café eine moderierte Podiumsdiskussion zum Thema "Von der Uni in die Selbstständigkeit" (Anmeldung für die Podiumsdiskussion bis 30.11. 2018 an wolf@verwaltung.uni-bonn.de).

FW: Vielen Dank für dieses Gespräch und weiterhin viel Erfolg bei Ihrer Tätigkeit im Career Center! ◀

6. Karrieretag des Career Centers der Universität Bonn am 05.12.2018

09:30–20:00 Uhr Universität Bonn, Hauptgebäude

Zielgruppe:

Studierende, Absolventinnen und Absolventen der Universität Bonn sowie alle Interessierten

Kosten:

Die Teilnahme an allen Programmpunkten des Karrieretags des Career Centers ist kostenfrei.

Anmeldung:

für das Vortragsprogramm: nicht erforderlich für das Coaching-Angebot: am 05.12.2018 ab 09:30 Uhr am Informationsstand des Career Centers für die Abendveranstaltung zur Selbstständigkeit: bis zum 30.11.2018 an wolf@verwaltung.uni-bonn.de

Kontakt:

Dr. Anke Bohne und Renate Trilling Universität Bonn | Career Center | Poppelsdorfer Allee 47 | 53115 Bonn



