

Anfragebeantwortung Fachschaftsliste Österreich

1. Was ist die Corona Helpline?

Das Wording "Corona Helpline" wurde verwendet, um die E-Mail-Adresse coronainfo@oeh.ac.at zu beschreiben, welche als Anlaufstelle für Studierende eingerichtet wurde.

2. Wo wird die Corona Helpline beworben?

Diese "Helpline" wurde bis jetzt auf Facebook [hier](#) beworben.

3. Wer betreut die Corona Helpline - Also welche SBs bzw. arbeitet der Referent hier auch mit?

Diese E-Mail-Adresse wird vom ÖffRef betreut, namentlich Linn-Mari Aune und Dalma Trebulova.

4. Wie viele Anfragen gab es im Berichtszeitraum über die Corona Helpline?

Im Berichtszeitraum gab es mehr als 60 E-Mail-Anfragen in der Coronainfo-Infobox. (Stand 19.01.2021)

5. Bitte um einen kurzen Überblick was hier die Themenschwerpunkte sind, die angefragt wurden.

- Fragen bezüglich Maßnahmen an den Hochschulen im 2. und 3. Lockdown
- Möglichkeit der Rückerstattung von Studiengebühren
- Digitale Prüfungen
- ÖH Corona Härtefonds
- Fragen bezüglich den allgemeinen Coronamaßnahmen

6. Wie viele Anfragen wurden im Berichtszeitraum beantwortet?

Eine.

7. Von wem wurden diese Anfragen im Berichtszeitraum gestellt?

Naima Gobara, Fachschaftsliste.

8. Wann wurden diese Anfragen im Berichtszeitraum gestellt?

Am 11.11.2020.

9. Wie viele Stakeholdertermine wurden vorbereitet und unterstützt?

Das ÖffRef war an keinen Stakeholderterminen beteiligt, diese wurden ausschließlich vom Vorsitz wahrgenommen.

10. Wer war bei diesen Terminen für das Öffref anwesend. Bitte um eine Auflistung aller Termine auch wenn niemand vom Öffref anwesend war.

Stakeholdertermine wurden dann mitbetreut, wenn das seitens des Vorsitzes angefragt wurde. Das Referat kann keine Auskunft und Auflistungen über Termine erstellen, bei dem niemand aus dem ÖffRef anwesend war. Wir ersuchen um Verständnis.

11. Wie oft finden die im Bericht erwähnten Koodinierungstreffen statt?

Wöchentlich.

12. Gibt es Protokolle der im Bericht erwähnten Koodinierungstreffen?

Nein. Die Sitzungen werden nicht protokolliert. Die Aufgabenverteilung erfolgt mündlich.

13. Was genau versteht der Referent bzw. das Öffref unter "Koodinierung der Wahlkampagne"?

Das Öffentlichkeitsreferat besteht aus den Gruppen "Öffentlichkeitsarbeit" und "Organisation". Diese beiden arbeiten an der Erarbeitung eines Fahrplanes und der Umsetzung dieses Fahrplanes für die Wahlkampagne - wie gewohnt in Zusammenarbeit mit der FH Wien.

14. Wie viele Bestellungen wurden koordiniert?

Zum jetzigen Zeitpunkt sind in Bezug auf die Wahlkampagne keine Bestellungen vorgenommen worden.

15. Welche Bestellungen wurden koordiniert? Also was wurde bestellt.

Zum jetzigen Zeitpunkt sind in Bezug auf die Wahlkampagne keine Bestellungen vorgenommen worden.

16. Mental Health Vernetzung.

1. Wie oft fanden Vernetzungstreffen statt?
2. Wann fanden die Vernetzungstreffen statt?
3. Wer war bei den Vernetzungstreffen anwesend?
4. Gibt es Protokolle dieser Vernetzungstreffen?

i. Wenn ja bitte um Zusendung.

ii. Wenn nein bitte um ein Gedächtnisprotokoll.

Es fand ein Treffen im Herbst statt. Anwesend waren Mitarbeiter des ÖffRefs, des BaRefs und des MeRe. Das Treffen fand online statt. Ein Protokoll wurde im Referat nicht angefertigt, allerdings war der Veranstalter des Treffens das MeRe, da sie auch, wie seitens der BV beschlossen, die Konzeptideen ausgearbeitet haben. Deshalb verweise ich an das zuständige Referat um ein Protokoll oder Gedächtnisprotokoll zu erhalten.

17. Wie viele Newsletter wurden im Berichtszeitraum verschickt?

Im Zeitraum zwischen dem Amtsantritt der neuen Bundesvorsitzenden Sabine Hanger und dem Zeitpunkt der Anfrage wurde kein Newsletter verschickt.

18. Wenn keine Newsletter verschickt wurde, warum steht dieser Punkt dann im Bericht des Referats für Öffentlichkeitsarbeit?

Weil ein solcher Newsletter und das Zusammentragen der Daten und Beiträge arbeitsaufwendig ist. Der Zuständige Referent hat nach bestem Wissen und Gewissen über die Tätigkeit seiner Mitarbeiter Rechenschaft abgelegt.

19. Pressearbeit

1. Ging die Berichterstattung in folgenden Medien von der ÖH aus, oder wurde von den Medien die ÖH angefragt. Bitte um Aufzählung inkl. Anfragedatum und Ansprechpartner_in beim jeweiligen Medium sowie der Information von welcher Seite zuerst Kontakt aufgenommen wurde: der Standard, Presse, ZIB, Volksblatt, APA, orf.at, Österreich, Heute, Kronenzeitung, NÖN.

In diesem Zusammenhang wurde der Kontakt zu uns gesucht. Das Referat weist außerdem darauf hin, dass es keine sensiblen Daten von Journalistinnen und Journalisten herausgibt.

2. Wie sieht der Referent beziehungsweise die Öffref die Umsetzung seines Schwerpunktes "Mental Health" in der Presserarbeit. Bitte um eine Liste wann, wo und wie auf dieses Thema in der Pressearbeit eingegangen werden konnte?

Die Vorsitzende hat dieses Thema in Interviews zum Thema gemacht. Eine genaue Liste liegt dem ÖffRef nicht vor. Eine Schriftführung über die Aussagen der Vorsitzenden und ihrer Stellvertreterinnen liegt nicht in der Kompetenz des Referats.

3. Ist dem Referenten bzw. dem Referat für Öffentlichkeitsarbeit bewusst das es auch PHs und PUs gibt, nachdem nur auf den Lockdown der Universitäten und Fachhochschulen eingegangen wurde im Bericht?

Ja.

20. Mental Health

- a. Was versteht das Referat für Öffentlichkeitsarbeit bzw. der Referent unter "ehestmöglicher Start" im Bezug auf die Mental Health Kampagne?
- b. Warum wurde die Kampagne nicht wie geplant gestartet?
- c. Hat der Referent die Verschiebung der Kampagne eigenmächtig beschlossen oder gab es hierzu Gespräche mit anderen Referaten / Vorsitz?
- d. Wie sieht der intensive Austausch bezüglich der Kampagne aus? Bitte um eine Liste in der Termine sowie anwesende Referat vermerkt sind.

Ad a) Ehestmöglich ist aus dem zeitlichen Zusammenhang zu sehen. Man darf nicht vergessen, dass sich der Start verzögert hat, da wir zu dem Zeitpunkt massiv steigende COVID-Zahlen hatten, einen Terroranschlag auf die Bundeshauptstadt, das Schließen fast aller Hochschulen und einen bevorstehenden, zweiten, Lockdown.

Ad b) Es erschien uns taktlos eine Kampagne zu starten, statt auf das Geschehene einzugehen.

Ad c) Ja. Es wurde angenommen, dass Solidaritätsbekundungen mit den Opfern des Anschlags auch ohne Rücksprache der Mental Health Kampagne vorgezogen werden kann.

Ad d) Die Koordinierung erfolgte über das MeRe. Der Anfrager möge sich an das Referat wenden, das tatsächlich zuständig ist.

21. Progress

1. Wie sieht der Prozess der Artikelfindung momentan aus?

Artikel werden eingesendet und gemeinsam ausgewählt.

2. Welche SBs aus dem Referat sind in diesen Prozess eingebunden?

Yi Zhang und Isabella Hoy.

3. Wer ist sonst noch an der Erstellung der nächsten Progress Ausgabe beteiligt?

2 externe Layouter_innen und ein Lektor, sowie natürlich sämtliche Autor_innen der Ausgabebeiträge.

4. Wie viele "Redaktionstreffen" gab es im Berichtszeitraum?

Es gab 4 tatsächliche (physische) Treffen. Ansonsten erfolgt der Informationsaustausch überwiegend digital.

5. Wieviele unbearbeitete Mails befinden sich im Progress Posteingang (progress@oeh.ac.at)?

Zum Zeitpunkt 19.01.2021: 2 unbeantwortete Emails

—

Anfrage:

1. Zu Antwort 1 in der Anfrage: Wird die Zeilenanzahl im neuen Vertrag "nachverrechnet"? Wenn ja, stelle ich die gleiche Frage 1 nochmals und bitte um Beantwortung.
2. Zu Antwort 4: Bitte um Zusendung von Belegen, dass nun eine Verdreifachung von Klicks und Views stattgefunden hat. Bitte auch den Zeitraum angeben.

Nein.

Ad. 2: Hier wird ein Zugang zu Swat.io Analytics gewährt.

3. Zu Antwort 5: Bitte um Zusendung von Belegen, dass Instagram nun besser betreut ist, und dadurch mehr Menschen erreicht werden.

Im Betrachtungszeitraum erreichte die ÖH mittels dem Kanal Instagram zwischen 2.000-3.500 Personen, am meisten Reichweite hatten die Beiträge zur UG-Novelle, die

Beileidsbekundungen rund um die Anschläge vom 2. November in Wien und die Informationen zum Corona-Härtefond. Der Kanal der ÖH auf Instagram erreicht aktuell 3.752 Follower, eine kontinuierliche Steigerung von etwa 5% im Betrachtungszeitraum.

4. Zu Antwort 6: Im besten Fall technisches Unwissen, im schlechtesten Fall allerdings aber fehlende Bereitschaft belegbare Informationen zu liefern um eine Bewertung der Social Media Arbeit der ÖH zu ermöglichen. Ich stelle die Frage daher nocheinmal im gleichen Wortlaut und erwarte noch auf dieser Sitzugn eine Antwort vom Öffentlichkeitsreferat darauf, da die "Komplexität" in Einloggen und auf den Link klicken besteht. FRAGE: Wie oft wurde der unter <https://linktr.ee/bundesoeht> erreichbare Link "Update Beschlüsse" angeklickt.

Der im Tool Linktree erreichbare Link "Update Beschlüsse" wurde 41 mal angeklickt. Wir weisen auf die Rechtschreibfehler hin, die dem Autor vor lauter Wut über diesen simplen Sachverhalt unterlaufen sind.

5. Wie oft wurden alle aktuell unter <https://linktr.ee/bundesoeht> erreichbaren Links angeklickt? Bitte um eine Liste.

Insgesamt wurden die Links 891 Mal angeklickt, wir erreichten bisher damit 1.93K Views. Folgende (aktuelle) Links sind aktuell unter dem Link <https://linktr.ee/bundesoeht> erreichbar: die Mental-Health Umfrage [hier](#), die Informationen zum Corona Härtefond [hier](#), die Beschlüsse der letzten BV-Sitzung [hier](#), die Informationen zum FH-Referat [hier](#), die Positionierung der ÖH zum Thema UG-Novelle [hier](#). Alle weiteren Links findet ihr [hier](#). Alle anderen vormals verlinkten Themen wurden deaktiviert.

6. Zu Antwort 7: Warum wurde die OTS-Aussendung nicht über LinkedIn verbreitet?

Das Öffentlichkeitsreferat unterhält aktuell keine offizielle LinkedIn Seite und nutzt dieses Netzwerk auch nicht, um die Inhalte der Bundes-ÖH zu verbreiten.

7. Zu Antwort 12: Hat der Referent das betreffende Posting auf Facebook gelöscht?

Der damalige Referent hat das Posting auf Facebook gelöscht.

8. Zu Antwort 26: Bitte um eine Auflistung nach Art des Contents zur Fragestellung von Frage 26.

Besonders gut funktionieren jene Postings, in denen die Vorsitzende selbst zu sehen ist. Social-Media muss „Menscheln“. Gerade sie, als Gesicht der ÖH, gefällt unseren User_innen besonders gut.

9. Wenn abends keine gute Zeit ist, warum wurde das Posting zur "Monster PA" dann abends veröffentlicht?

Diese Frage wurde bereits bei einer Anfrage im Vorfeld der Sitzung im Dezember beantwortet.

10. Zu Antwort 28 & 29 - Welche Wochentage?

Dazu lässt sich schwer generalisierende Antwort geben. Grundsätzlich ist jeder Tag und jede Uhrzeit gut, an dem viele Menschen ihre Endgeräte verwenden. Das auf Wochentage herunterzubrechen ist nicht zielführend. Nicht jeder Wochentag ist ein Werktag, nicht jeder Werktag ist gleich stark.

11. Zu Antwort 30 - Bitte um Belege für die gesteigerte Reichweite.

Hier wird der eigenständige Zugriff auf die Swat.io Analytics gewährt. Das Referat für Öffentlichkeitsarbeit steht für Transparenz und Effizienz. Deshalb kann der Anfragesteller alle Informationen dort einsehen.