

Positionspapier zur Marburg-WG der Fachschaftenkonferenz

03.03.2026

Das Projekt der Marburg WG ist nach unserem Kenntnisstand das erste seiner Art. Es ist ein innovatives Pilotprojekt, um neben der Bewerbung von Forschung und Lehre auch den sozialen Aspekt des Studiums in Marburg im Rahmen einer Social-Media-Kampagne zu beleuchten. Auch wenn wir grundsätzlich eine Präsenz der Uni auf Social Media begrüßen, bleiben nach den Gesprächen mit der Hochschulkommunikation und den Besuchen des Präsidiums Unverständnis und Unmut in den Organen der Studierendenschaft zurück.

Diese Kritik ist nicht an die Bewohner*innen der WG gerichtet.

Wir als gewählte Vertreter*innen der Studierendenschaft sehen insbesondere Probleme bei der Ressourcennutzung und -bindung, der Vermischung von Wohn- und Arbeitsverhältnis, der Bewerbung des Projekts und der Kommunikation des Projekts innerhalb der Uni, insbesondere mit der Studierendenschaft.

Zuallererst ist es für uns nicht verständlich, dass bei regelmäßiger Kritik an mangelnden Lernräumen, woraus unter anderem die regelmäßige Überfüllung der Universitätsbibliothek resultiert, Räume für Marketingprojekte saniert werden. Vor allem nicht am Renthof in Anbetracht des zukünftigen Abrisses des Lernzentrums.

Die Vermischung von Wohn- und Arbeitsverhältnis ist bei einer Festanstellung, wie es beim Hausmeister der Fall war, sehr sinnvoll. Bei studierenden Influencern, deren Umstände sich schnell ändern können, ist es in unseren Augen fraglich. Dass an der Beendigung des Studiums, einer Exmatrikulation, dem Missfallen der Arbeit oder dem aus der Öffentlichkeit entstehenden Druck nicht nur wortwörtlich das Dach über dem Kopf hängt, sondern auch das Umfeld, das Zusammenleben und die Sicherheit mit den anderen Mitbewohner*innen, sehen wir kritisch. Das Zuhause sollte nicht von der Nebentätigkeit der Studierenden abhängig sein.

Außerdem finden wir die Arbeitsumstände, unter denen die Influencer arbeiten werden, fragwürdig. Denn bei dem gewünschten Posting-Rhythmus von mehreren Posts pro Woche übersteigt die hierfür zu leistende Arbeit die Entlohnung vermutlich um ein Weites. Auf Rückfrage wurde uns mitgeteilt, dass die Postings auch in arbeitsintensiven Phasen wie etwa in den Klausurenphasen, sowie in persönlichen Urlauben erwartet werden. Dass kein Anspruch auf mehrere Wochen Urlaub im Jahr, wie er normalen Arbeitnehmern zusteht, gewährt wird, halten wir für grundlegend falsch.

Es erscheint uns unverständlich, ein Arbeitsverhältnis mit den geschilderten potentiellen Problemen anzubieten, wenn der gleiche Content genauso von angestellten Influencern in ihren eigenen WG's hätte produziert werden können.

Für den einhergehenden Stress der Bewohner*innen muss es unbedingt Angebote der Hochschulkommunikation geben. Wir, die Vertreter*innen der Studierendenschaft, stehen hierbei auch gerne zur Seite.

Des Weiteren ist die Werbung des Projekts in der Studierendenschaft negativ aufgefallen. Der Marburger Wohnungsmarkt ist schwierig und viele Studierende haben Probleme, bezahlbaren Wohnraum zu finden. Werbesprüche wie „Möchtest du mietfrei in der Oberstadt leben? Dann bewirb dich jetzt und werde Content-Creator*in für die Uni Marburg!“ und Anzeigen für 0 Euro auf wg-gesucht.de stellen den Aspekt des „kostenlosen“ Wohnraums gezielt in den Mittelpunkt der Kampagne. Wir finden es inakzeptabel, die Wohnungsnot dahingehend zu instrumentalisieren.

Den leichtfertigen Einsatz solcher Mittel zum Werbezweck finden wir unverständlich und potenziell rufschädigend, da die Effizienz der Werbung nicht den möglichen Schaden am Bild unserer Universität rechtfertigt, der auch uns Studierende belasten würde.

Am meisten enttäuscht uns die Kommunikation mit der Studierendenschaft über das Projekt. Es wurde zunächst vom Präsidium und der Hochschulkommunikation geheim gehalten und erst mit der Werbekampagne veröffentlicht. Zwar gab es Gespräche zwischen der Hochschulkommunikation und dem AStA, jedoch ist daraus keine bessere Einbindung des AStA erfolgt. Beim Besuch im Studierendenparlament nach Bekanntmachung des Projektes hat das Präsidium und die Hochschulkommunikation oben genannte Kritik zur Ressourcennutzung, dem Arbeitsverhältnis und dem Marketing nach unserem Empfinden relativiert. Kritik zu der fehlenden Flexibilität in Klausurenphasen oder in den Semesterferien wurde mit Kommentaren wie „Dann kann man uns in den Urlaub mitnehmen.“ abgetan und im Bezug auf den schlechten Wohnungsmarkt und die zunehmende Belastung für Studierende mit „Ich hab mir mein Studium auch selbst finanziert“ beantwortet.

Wir fordern, dass bei der Umwidmung von Raumflächen in Zukunft zuerst an die Forschung und Lehre gedacht wird.

Außerdem sollen die Bewohner*innen der WG durch den entstehenden Druck aus dem besonderen Arbeitsverhältnis Unterstützung von Seiten der Hochschulkommunikation erhalten. Unseren Kommiliton*innen, welche diese Stelle annehmen, möchten wir selbstverständlich zur Seite stehen und in jeder Hinsicht unterstützen.

Marketing-Strategien sollen zukünftig nicht die Not der Studierenden instrumentalisieren und somit den Ruf der Universität schädigen.

Bei der Planung solcher Pilotprojekte mit großer Außenwirkung soll ein engerer Austausch mit den Organen der Studierendenschaft erfolgen.

Die Fachschaftenkonferenz