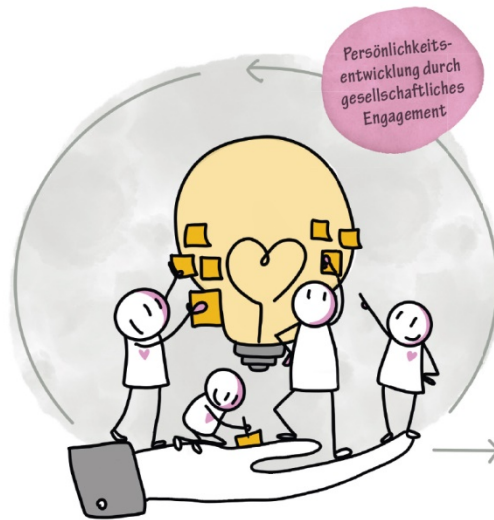


HANSER

Tanja Reimer • Isabell Osann • Frauke Godat

SERVICE LEARNING

Projekte agil zum Ziel führen –
Phasen, Methoden, Beispiele



HANSER

Visualisierungen: Svenja Mix

Leseprobe

zu

„Service Learning - Persönlichkeitsentwicklung durch gesellschaftliches Engagement“

von Tanja Reimer et al.

Print-ISBN: 978-3-446-46351-6

E-Book-ISBN: 978-3-446-46605-0

Weitere Informationen und Bestellungen unter
<http://www.hanser-fachbuch.de/978-3-446-46351-6>

sowie im Buchhandel

© Carl Hanser Verlag, München



INHALT

MIT SERVICE LEARNING ENGAGEMENT UND PERSÖNLICHKEITS- ENTWICKLUNG VERBINDEN

1	DAS ERWARTET SIE	3
2	WOZU DIENT DIESES BUCH UND FÜR WEN IST ES GEEIGNET?	7
3	WIE IST DIESES BUCH AUFGEBAUT?	13
TEIL I: HINTERGRÜNDE, DEFINITIONEN UND BASISWISSEN		19
1	WAS IST SERVICE LEARNING?	21
2	WAS BEWIRKT SERVICE LEARNING?	27
3	WAS SIND INNOVATIVE METHODEN FÜR DIE SERVICE-LEARNING- PROJEKTARBEIT?	35
3.1	Design Thinking	37
3.2	Scrum	41
3.3	Theorie U	46
3.4	Zusammenführung der Methoden in Service- Learning-Projekten	52

4	SERVICE-LEARNING-PROJEKTBEISPIELE	55
---	-----------------------------------	----

TEIL II: PHASENCHECK: SERVICE-LEARNING-PROJEKTE ERFOLGREICH UMSETZEN

5	PROJEKTVORBEREITUNG	63
5.1	Themenfelder für Service-Learning-Projekte	65
5.2	Projektpartner für Service-Learning-Projekte	66
5.3	Projektkonzeption für nachhaltige Service- Learning-Projekte	71
5.4	Zusammenstellung und Organisation des Teams	75
5.5	Kooperatives Lernen im Team	78
5.6	Lerncoach im Service-Learning-Projekt	92
6	PROJEKTDURCHFÜHRUNG	97
6.1	Kick-off	102
6.2	Probleme verstehen	108
6.3	Den Nutzer kennenlernen	118
6.4	Konzepte zur Problemlösung erarbeiten	129
6.5	Zwischenpräsentation	137
6.6	Prototypen bauen	140

6.7	Testen und Verbessern des Lösungskonzepts	148	8	PROJEKTBEISPIEL »STEP OUTSIDE«	175
6.8	Projektfinalisierung und Projektpräsentation	153		LITERATUR UND LINKS	189
7	PROJEKTNACHBEREITUNG	159		INDEX	195
7.1	Projektdokumentation	161		DIE AUTORINNEN UND MACHERINNEN	201
7.2	Bewertung der Projekt- und Teamarbeit	163			
7.3	Evaluation der Wirkung der innovativen Methoden	168			
7.4	Übergabe an Projektpartner	173			

1

DAS ERWARTET SIE

Dieser Praxisleitfaden ist ein Arbeitsbuch und unterstützt Sie bei der Planung und Durchführung von Service-Learning-Projekten. Wir geben Ihnen Tipps, wie Sie Service-Learning-Partner (gemeinnützige Organisationen) finden und geeignete Projektaufträge für die Service-Learning-Teams formulieren. In strukturierten Arbeitsphasen können Sie Schritt für Schritt unter Zuhilfenahme agiler Methoden rund um Design Thinking, Scrum und Theorie U kreative Problemlösungen für und mit Ihrem Service-Learning-Partner erarbeiten. Mit Checklisten für einzelne Phasen und konkreten Methodenbeschreibungen sowie Handwerkszeug steigen Sie pragmatisch in die innovative Projektgestaltung ein. Anschauliche Praxisbeispiele und Anregungen für die Dokumentation begleiten Sie durch den Service-Learning-Prozess.

Dieses Arbeitsbuch wendet sich an eine breite Zielgruppe: Von den Lerncoaches (Coaching in Bezug auf Lernkompetenz) und Dozierenden, die Service-Learning-Projekte initiieren und begleiten, bis zu den Teammitgliedern, die gemeinsam mit dem Service-Learning-Partner an der Lösungsgenerierung arbeiten. Hierbei werden sowohl Teams im unternehmerischen Kontext als auch in der Hochschullandschaft angesprochen.

Für Rückmeldungen und Fragen zu unserem Arbeitsbuch sind wir dankbar und freuen uns über eine Kontaktaufnahme. Wir wünschen Ihnen inspirierende Projekte mit vielen Perspektivwechseln und erfolgreichen Ergebnissen.

- ▶ Arbeitsbuch
- ▶ Methoden und Handwerkszeug
- ▶ Anschauliche Praxisbeispiele
- ▶ Dokumentation und Visualisierung

Ausschließlich zum Zweck der besseren Lesbarkeit wird auf die geschlechtsspezifische Schreibweise verzichtet. Alle personenbezogenen Bezeichnungen auf der Website (und alle eingebundenen Dokumente) sind somit geschlechtsneutral zu verstehen.

2

WOZU DIENT DIESES
BUCH UND FÜR WEN
IST ES GEEIGNET?

Dieses Buch dient dazu, Ihnen einen schnellen und einfachen Einstieg in die Thematik Service Learning zu ermöglichen. Mit Methoden, Tipps und beispielhaften Vorgehensweisen finden Sie Anleitung und Inspiration für eigene Service-Learning-Projekte und Ihre Lernprozesse. Mit diesem Arbeitsbuch möchten wir Ihnen Struktur für Ihr Service-Learning-Projekt geben und Sie anregen, verschiedene Methoden und Techniken auszuprobieren.

Damit Studierende auf ein noch ungewisses Arbeitsleben vorbereitet und Mitarbeitende für die Zukunft qualifiziert sind, benötigen sie ein anderes Set an Kompetenzen als bislang. Diese zusätzlichen Kompetenzen, sogenannte »Future Skills« (www.future-skills.net), lassen sich nicht (immer) mit den bekannten Vorgehensweisen der Hochschullehre und Erwachsenenbildung vermitteln. Zudem finden wir mehr und mehr Lernformen vor, die online globalisiert zur Verfügung gestellt werden. Umso wichtiger werden auf der anderen Seite die Personalisierung und Lokalisierung des Lernens durch aktivierendes Lernen und Problemlösen, z. B. mittels Prototyping und Co-Kreation, in realen Feldern der gesellschaftlichen Transformation. Einen solchen innovativen, aktivierenden und kreativen Lehransatz bieten Service Learning und Design Thinking.

Neben der Vermittlung von Fachwissen stehen Persönlichkeitsbildung, Future Skills und gesellschaftliches Engagement ganz oben auf der Prioritätenliste (siehe auch Kapitel »Was bewirkt

Service Learning?«). Hochschulen können ihre zentrale Rolle in Wissenschaft und Gesellschaft nur dann erfolgreich ausfüllen, wenn sie herausragende Lehre mit effektivem Transfer verbinden. Das Aufgreifen von gesellschaftlichen Veränderungen und Herausforderungen sowie der Einsatz zeitgemäßer, innovativer Lehr- und Lernmethoden stellt einen wirksamen Ansatz dar, um den gestellten Anforderungen gerecht werden zu können.

In diesem Buch verbinden wir Service Learning mit Design Thinking, Scrum und Theorie U. Damit können Lernende die geforderten Future Skills wie Kreativität, Kollaboration, agiles Arbeiten, nutzerzentriertes Designen, unternehmerisches Handeln und Eigeninitiative sowie Adaptionfähigkeit und Durchhaltevermögen vertiefen. Wie das in der Praxis umgesetzt werden kann, zeigen wir anhand von konkreten Beispielen aus unserer Berater- und Dozententätigkeit.

Was zeichnet dieses Konzept aus? Service Learning ist eine Lehr- und Lernform, die gesellschaftliches Engagement von Studierenden mit fachlichem Lernen kombiniert. Dabei werden fachliche Lerninhalte aus dem Studium mit Praxisprojekten in gemeinnützigen Organisationen verknüpft. Die Studierenden oder Mitarbeitenden bringen ihre im Studium oder Arbeitsleben erworbenen fachlichen Kompetenzen ein, um für die Gesellschaft relevante Probleme zu lösen, und werden

gleichzeitig durch die Konfrontation mit sozialen Grunderfahrungen Lernimpulsen ausgesetzt, die in klassischen Lehrveranstaltungen (oder Workshops zur Personalentwicklung) nicht stattfinden. Service Learning bietet somit insbesondere Studierenden und Berufstätigen, deren fachlicher Schwerpunkt kaum Überschneidungen zu gesellschaftlichen Themenbereichen aufweist (wie etwa Managementstudierenden und Mitarbeitenden in Wirtschaftsunternehmen), die Möglichkeit, ganzheitliche Lernprozesse zu erfahren und daran zu wachsen.

Neue Lernorte und agile Innovationsräume unterstützen den Lernprozess und tragen zum Erfolg der Service-Learning-Projekte bei. Agile Methoden sind durch ein iteratives Vorgehen gekennzeichnet. Dieses Vorgehen gewährleistet, dass sich Teammitglieder nicht an einer erstbesten Idee oder Vorgabe abarbeiten, sondern offen dafür sind, im Laufe des Projekts immer wieder grundlegende Veränderungen vorzunehmen. Eine enge Interaktion mit ihrer Umwelt ermöglicht es ihnen, Probleme aus einer anderen Perspektive (nämlich aus Sicht der Betroffenen oder Nutzergruppen) zu betrachten und kreative Lösungen zu entwickeln.

In diesem Buch lernen die Leser das Konzept von innovativen Service-Learning-Projekten kennen, indem Sie Schritt für Schritt – und veranschaulicht durch reale Arbeitsproben – durch die einzelnen Phasen der Vorbereitung und Durchführung solcher Projekte geführt werden. Die Anwendungsbei-

spiele sind abgeschlossenen Projekten im Bereich Service Learning entnommen. Viele der von den Studierenden entwickelten Prototypen sind von Projektpartnern (gemeinnützige Organisationen) bereits erfolgreich umgesetzt worden. Die Methode überzeugt bislang nicht nur Studierende und Projektpartner, sondern weckt auch das (mediale) Interesse der breiteren Öffentlichkeit, wodurch Hochschulen und Unternehmen ihre zentrale Rolle als Partner in der Region deutlich sichtbar machen können.

Service Learning ist nicht ausschließlich für Hochschulen ein interessantes Format, um sich im Hinblick auf sozioökologische Herausforderungen zu positionieren und einen aktiven Beitrag zu leisten. Unter dem Schirm Corporate Social Responsibility (CSR) und Corporate Volunteering engagieren sich auch viele Unternehmen für gesellschaftlich relevante Projekte und Formate, die den Charakteristika von Service Learning nahekommen.

Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen findet inzwischen nicht mehr nur über Spenden seinen Ausdruck: Laut des *Corporate Citizenship Survey 2018*, einer Studie des Stifterverbands und der Bertelsmann Stiftung, engagieren sich (wenn auch unregelmäßig) 80 % der befragten Unternehmen über Geldspenden, 70 % über Sachspenden und immerhin 56 % über die Freistellung von Mitarbeitern für gesellschaftliche Projekte.

Den größten Mehrwert sehen die Unternehmen dabei im Bereich der allgemeinen Imageverbesserung (für 66 % der Unternehmen ist das relevant). Aber auch Ziele des Personalmanagements – wie die Steigerung der Mitarbeiterbindung (43 %), die Erhöhung der Standortattraktivität (41 %), die Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität (40 %) sowie die Personalentwicklung (31 %) – streben Unternehmen durch ihr gesellschaftliches Engagement an.

Dabei sind es nicht nur strategische Ziele der Unternehmensleitung, die CSR-Aktivitäten auslösen und vorantreiben. Auch (zukünftige) Arbeitnehmer fordern mehr unternehmensseitige Beachtung von sozioökologischen Themen. Hoch qualifizierte Arbeitnehmende, insbesondere die der jüngeren Generation, schauen sehr genau hin, wie und in welchem Maße (zukünftige) Arbeitgeber gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Getrieben durch die »Fridays for Future«-Bewegung steigt der Anteil der Bewerber mit dieser Überzeugung derzeit stark an.

Dieser Druck von außen, sich zu solchen Bewegungen zu positionieren und sozial und ökologisch verantwortungsvoll zu handeln, wird bereits von den meisten Unternehmen wahrgenommen. Vielen scheint es jedoch schwerzufallen, diese Erkenntnis in zielgerichtetes gesellschaftliches Engagement zu transferieren. Um sich über CSR glaubhaft zu profilieren, darf das Thema nicht nur in der Außendarstellung stattfinden, sondern muss

auch Eingang in die interne Strategie und Umsetzung finden. Wir sind davon überzeugt, dass das volle Potenzial gesellschaftlichen Engagements im unternehmerischen Kontext mithilfe von Service Learning viel höher ausfallen und gleichzeitig weitreichender sein kann. Die avisierten Personalmanagementziele – insbesondere in der Personalentwicklung – können nur erreicht werden, wenn Mitarbeitende eingebunden werden und selbst sinnstiftend mitarbeiten können bei gemeinnützigen Projekten.

Dieses Buch soll Unternehmen Mut machen, selbst aktiv zu werden und sie anhand von konkreten Projektbeispielen und Checklisten dazu befähigen, unternehmenseigene Service-Learning-Projekte aufzusetzen. Diese sollen auf der einen Seite die eigene Region und ihre Gesellschaft stärken. Auf der anderen Seite sollen erfolgreiche Service-Learning-Projekte authentische Strahlkraft im Bereich Employer Branding entwickeln und die Mitarbeitenden in ihrer Persönlichkeit und für sie relevanten Future Skills voranbringen.

Die Service-Learning-Projekte können entweder allein aufgesetzt und durchgeführt werden oder gemeinsam mit Hochschulen aus der Region. So kann Service Learning darüber hinaus zu einer stärkeren Vernetzung der Akteure in einer Region und einem Wissenstransfer zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft beitragen. Gleichzeitig ergibt sich für Unterneh-

men im Rahmen des Talentmanagements die Möglichkeit, Studierende in (Inter-)Aktion kennenzulernen und gegebenenfalls als zukünftige Mitarbeitende zu gewinnen.



Weiterführende Hinweise

Eine genauere Beschreibung der Future Skills findet sich in den Publikationen des Stifterverbands in Zusammenarbeit mit McKinsey. Die Berichte sind frei verfügbar unter www.future-skills.net/analysen.

Nähere Informationen rund um den *Corporate Citizenship Survey 2018* finden sich in der Publikation *Die sozialen Investitionen der deutschen Wirtschaft* unter https://stifterverband.org/pressemitteilungen/2018_12_03_cc-survey



INDEX

Symbole

2050 (Methode) 134

A

ABC Learning Curriculum Design
72

Analyse, semantische 110

Appreciative Inquiry 172

Austausch, kollegialer 84 f.

B

Backlog 114

Bedürfnisse erkennen 112

Beobachtung, teilnehmende 122

Brainstorming 132

–, Foto- 133

–, Objekt- 134

C

Case Clinic 85

Changemaker 46, 48, 169 f.

Charette 112

Chindogu 130

Collective Story Harvesting 149

Corporate Volunteering 25

Cultural Probes 125

D

Design for Wisser Action 73

Design Thinking 37

– Coach 92

– und Scrum 53

– und Theorie U 52

Dokumentation 154

E

eduScrum 45

Empathie 118

– aufbauen 119

Empathy Map 128

Entwicklungsgespräch 165

Erfolgsteam 84

F

Feedback 80, 155

Feedback Grid 149

Fotobrainstorming 133

Fünf-Mal-Warum-Methode 133

Future Skills 30

G

Graphic Recording 163

H

Harvesting 161

I

Ideenauswahl 134

–, 2x2-Matrix für 134

Ideengenerierung 130

Impromptu-Netzwerken 104

Infomarkt 103

Interview, qualitatives 120

Intuition, semantische 133

J

Journaling 48, 83, 146

K

Kennenlernen 79
Kick-off 102
– Dialogaustausch 104
– Reflexion 107
Kompetenzentwicklung 29
Kreativitätstechniken 132
Kugellager 104

L

Lernbegleitung 92
Lerncoach 92, 96
–, Haltung des 100
– Konferenz 166
Lernen, kooperatives 78
Lernportfolio 163
Lerntagebuch 163
Lernziele formulieren 72
Lösungskonzept testen/verbessern 148

M

Metareflexion 80
Methodenwirkung, Evaluation der 168
Mindmap 109

N

Nutzer kennenlernen 118

O

Objektbrainstorming 134
Online-Veranstaltung 88
Organisationsentwicklung 31

P

Persona 128
Persönlichkeitsentwicklung 29
Placemaking 128
Präsentation, nutzerorientierte 138
Presencing 46
Problemanalyse 108
Problemlösungskonzepte 129
Project Canvas 73
Projektarbeit, Bewertung der 163
Projektdokumentation 161
Projektdurchführung 97
Projektfinalisierung 153
Projektkonzeption 71
Projektnachbereitung 159
Projektpartner 66

Projektpräsentation 153
Projektübergabe 173
Projektvorbereitung 63
Prototyp 140
– mit Design-Thinking-Methode
entwickeln 141
Prototyping Canvas 145
Prototyping mit 3-D-Modellen 142
Prozessbegleitung 92

R

Reflexion 29, 80
–, persönliche 83
Retrospektive 82
Rollenverteilung 76
Rubric 166

S

Scrum 41
– Coach 95
Scrum Board 42
Scrum Master 44
Sensing Journey 145
Service Learning
– Definition 21

- Projektbeispiele 55
 - Qualitätskriterien 93
 - Wirkungsweise 27
- Shadowing 48, 122
Soccerfield 57
Sprint 42, 44
Step Outside (Projekt) 175
Storytelling 138
–, strukturiertes 125

T

- Teamarbeit, Bewertung der 163
Team-Check-in 78 f., 106
Team-Check-out 78, 106
Teamcoach 96
Teamorganisation 75

- Team, virtuelles 87
Teamzusammenstellung 75
Themenfelder 65
Themenzentrierte Interaktion (TZI) 166
Theorie U 46
– Lernprozesse 49
– Prototyping Canvas 145
T-Profil 104

U

- Ursachen-Symptom-Diagramm 115

V

- Verstand-Herz-Hand-Schema 79
Visualisieren 129

W

- Warm-up 77, 130
– Chindogu 130
– Häuser zeichnen 131

Z

- Zuhören 48 f., 118
Zusammenarbeit, Techniken für 77
Zwischenpräsentation 137



DIE AUTORINNEN
UND MACHERINNEN



Godat, Frauke: Frauke Godat, Bildungsinnovatorin und Beraterin für Service Learning an Hochschulen und in selbstorganisierten Netzwerken für gesellschaftlichen Wandel. Lern- und Prozessbegleiterin für Art of Hosting, Theorie U und Social Entrepreneurship.



Reimer, Tanja: Dr. Tanja Reimer, Forscherin, ist Direktorin am Dr. Werner Jackstädt-Zentrum für Unternehmertum und Mittelstand an der Europa-Universität Flensburg, Lerncoach für Service Learning, Design Thinking, Employee Experience Design, Organisationsentwicklung und Innovationsmanagement.



Osann, Isabell: Dr. Isabell Osann, Unternehmensberaterin, Coach und Gründerin von Kompetenzaktivierung, Vertretungsprofessorin für Management und Organisation an der HBC, Moderatorin und Lerncoach für Design Thinking, Service Learning und Theorie U.



Mix, Svenja: Praktikerin, selbständige Engagementnetzwerkerin, Moderatorin und VisualisiererIn bei mix malt Visualisierungen, Engagementberaterin, Teilhabe-Coach, VHS-Dozentin.

Wir hoffen, dass wir Ihnen mit diesem Buch einige Anregungen für eigene Service-Learning-Projekte – ob im Hochschul- oder in einem anderen Organisationskontext – zugänglich machen konnten. Auch wir lernen gern dazu und verändern kontinuierlich unsere Konzepte aufgrund von Praxiserfahrungen und Feedback. In diesem Sinne freuen wir uns über Ihre Anmerkungen und Erfahrungen zu unseren Empfehlungen. Treten Sie hierfür gern direkt mit uns in Kontakt:

frauke.godat@gmail.com

osann@hochschule-bc.de

tanja.reimer@uni-flensburg.de

info@mix-malt.de.