



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