

Profilbildung von Hochschulen als Motor von Innovation

Das Beispiel Service-Learning im Bereich der universitären Lehre

Dr. Susanne In der Smitten
smitten@his.de

Dr. Michael Jaeger
m.jaeger@his.de

Inhalt

1. Einleitung: Innovation und Profilbildung an Hochschulen

- a) Innovation im Kontext der Profilbildung an Hochschulen
- b) Charakteristika von Innovationen der Lehre

2. Service-Learning

- a) Begriff des Service-Learning
- b) Service-Learning als innovative Lehr-/Lernform
- c) Hemmnisse bei der Implementation von Service-Learning in die Hochschullehre
- d) Möglichkeiten der Förderung von Service-Learning

3. Sachstand und Ausblick

- a) Stand der Integration von Service-Learning in die Profile deutscher Hochschulen
- b) Ausblick

Innovation und Profilbildung 1

- Hintergrund: Verstärkter Wettbewerb im Hochschulsystem
 - internationaler Wettbewerb um die besten Köpfe
 - zunehmende Dynamik bei Konkurrenz um Forschungsdrittmittel (Exzellenzinitiative, Etablierung europäischer Fördersysteme, Drittmittelquote als Erfolgskriterium bei staatlicher Grundfinanzierung)
 - Einführung von Studienbeiträgen, Staatliche Grundfinanzierung anhand von Kennzahlen für Lehrnachfrage und Lehrerfolg
 - Einführung entgeltpflichtiger Weiterbildungsstudiengänge
 - ...
- Prozesse der Profilbildung insbesondere auch im Kontext der Attrahierung von Studierendennachfrage von steigender Relevanz

Innovation und Profilbildung 2

- Wege der Profilbildung:
 - Fachliche Schwerpunktsetzung
 - Regionale Vernetzung (z.B. Zusammenarbeit mit der Wirtschaft, Weiterbildungskonzepte)
 - Interdisziplinarität (z.B. disziplinübergreifende Angebote bei neuen Masterstudiengängen)
 - Internationalität
 - ...
- Gegenstand des Beitrags:
 - Innovative Lehr-/Lernformen als Element der Profilbildung an Hochschulen?
 - Am Beispiel von Service Learning

Innovation und Profilbildung 3

Innovation

experimenteller
Charakter

- Testung in räumlich, inhaltlich, zeitlich begrenztem Rahmen
- Schaffung Best-Practice-Vorstellungen
- Evaluation und Bewertung der Innovationserfolge

**Beitrag als profil-
bildendes Element**

Auslöser von
Innovationsprozessen

Profilbildung

Dauerhaftigkeit und
Langfristorientierung

- muss positiv besetzt sein/werden
- konkret genug: vermarkt- & wahrnehmbares Charakteristikum
- vage genug: variable Gestaltung entsprechend neuen Anforderungen und Entwicklungen

Aspekte der Innovationsdurchsetzung

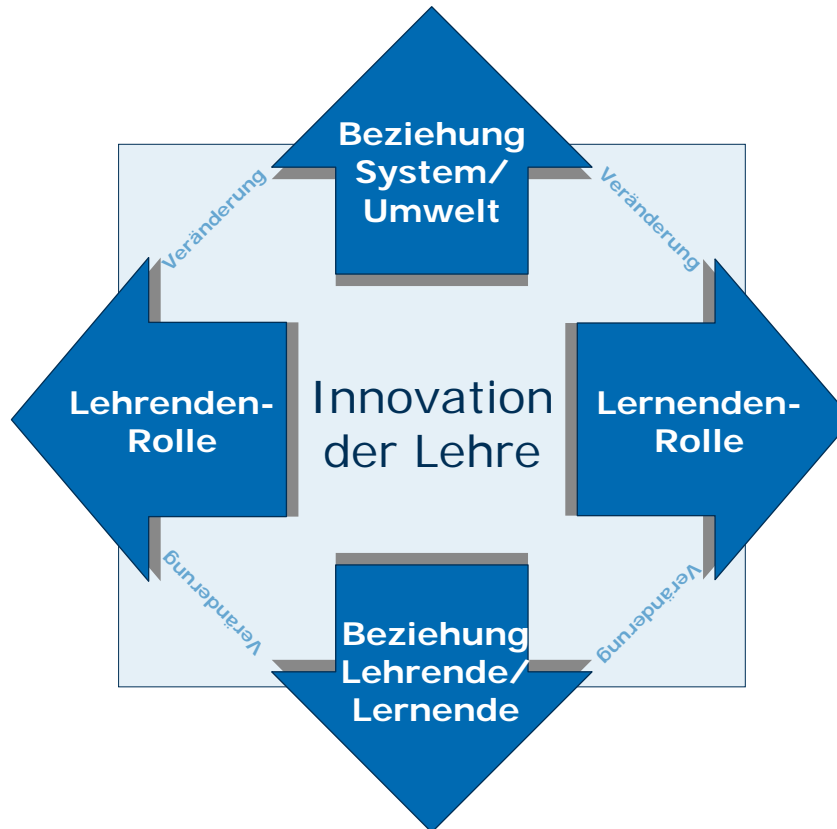
- Frage der Steuerbarkeit von Innovationsprozessen und der Innovationsdurchsetzung
- Zeitraum zwischen Innovationsbeginn und Entwicklung zum Profilvermerkmal nicht beliebig zu beschleunigen
- Entscheidende Aspekte:
 - Commitment der Leitung, Unterstützung ressourciell und kommunikativ
 - Kopplung mit anderen Steuerungsinstrumenten
 - Einbindung der verschiedenen Akteursgruppen, Fokus auf konsensuelle Umsetzung

Zum Begriff der Innovation

- Lat. innovatio: Neuerung
- Eine Innovation ist, was als neu wahrgenommen wird von jenen, die vor der Entscheidung stehen, es zu übernehmen (z.B. Rogers 1962/2003)
- Begriff kann sich auf Gegenstände/Technologien, Strukturen, Prozesse oder Inhalte beziehen
- Differenzierung:
 - Echten Innovationen (Neuschöpfung, völlig neue Idee wird eingebracht)
 - Transferinnovationen (an anderem Ort oder zu anderer Zeit schon dagewesen)
 - Innovationen durch Extensivierung oder Intensivierung (Veränderung von Bekanntem, die als Neuerung empfunden wird)
 - Pseudoinnovation (nicht neu, aber als neu kommuniziert/akzentuiert)

Zum Beispiel:

- Überschreitung der Grenzen der Institution Hochschule, Kooperation mit externen Partnern
- Verstärkte Öffnung gegenüber gesellschaftlichen Problemlagen



Zum Beispiel:

- Verändertes Rollenverständnis gegenüber Studierenden, z.B. als Coach
- Geringere Planbarkeit des Veranstaltungsvorgangs
- Andere Formen der Veranstaltungsvorbereitung

Zum Beispiel:

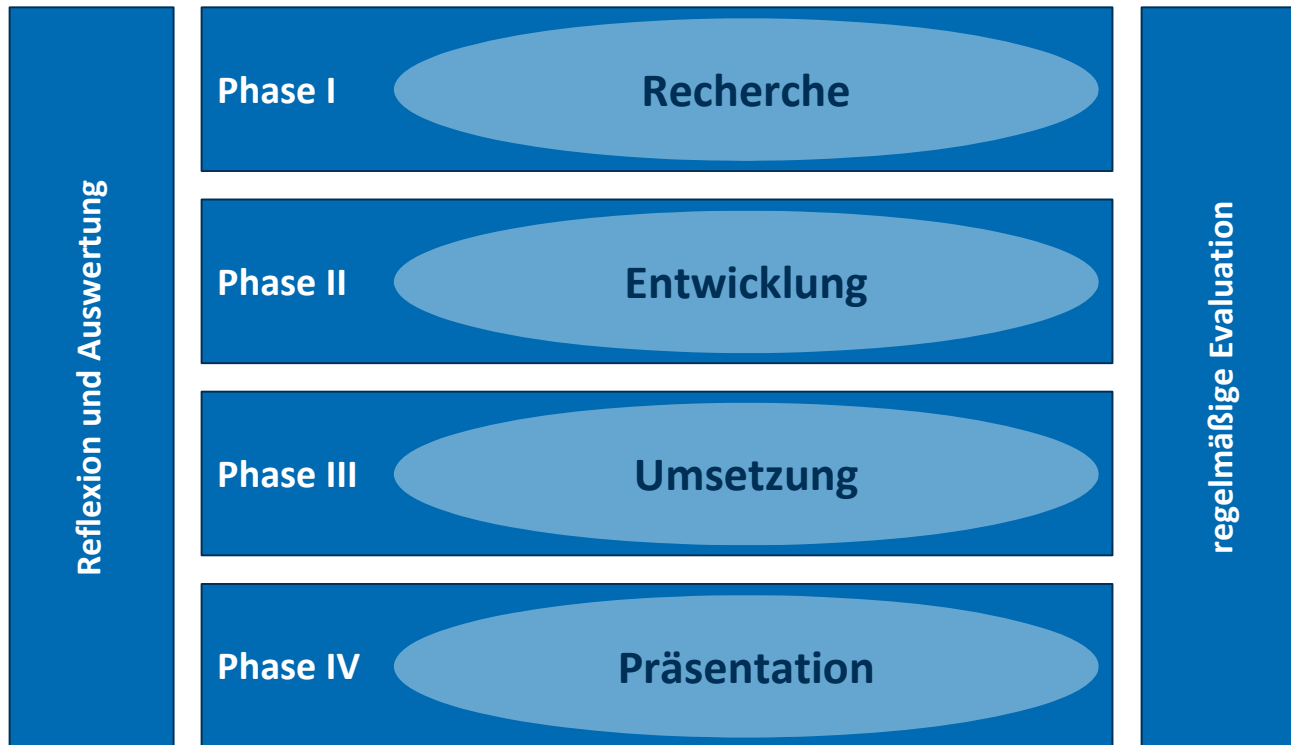
- Andere Formen der Beteiligung an Lehrprozessen, z.B. höherer Aktivierungsgrad
- Veränderte Seminarvorbereitung
- Stärkerer Akzent auf informelles Lernen und Schlüsselkompetenzerwerb

Zum Beispiel:

- Veränderter Medieneinsatz [z.B. e-learning, Podcast]
- Veränderte Prüfungsformate

Begriff des Service-Learning

- Verbindung von gesellschaftlichem Engagement mit Hochschullehre
 - fachlicher Kompetenztransfer einerseits
 - Erwerb von (Schlüssel-)Kompetenzen andererseits
 - Nutzen für Studierende, Lehrende, die Hochschule und die Region



Service-Learning als innovative Lehr-/Lernform

- projektförmiges, problemorientiertes, aktivierendes Lernen in realen Lebenssituationen didaktisch hoch bewertet
- Praxisbezug, Theoriebezug, ggf. Forschungsbezug
- interdisziplinäre Herangehensweise häufig sinnvoll
- informelles Lernen an formales Qualifizierungssystem angebunden
- veränderte Rolle des Lehrenden als Coach, andere Seminarvorbereitung
- kleine Lerngruppen, gute Betreuungsrelation
- veränderte Prüfungsformen: Reflexionsberichte, Projektpräsentationen, Portfoliomethoden
- innovative Lehrformen ermöglichen den Studierenden, innovative Lernwege zu finden
- Transferinnovation

Hemmnisse bei der Integration von Service-Learning in die Hochschullehre

- fehlende Tradition von Service-Learning im Vergleich zu US
- Konkurrenz zu anderen Gestaltungsideen der Hochschulleitung
- Hürden für die Lehrenden
 - Innovationsbelastung durch Bologna- und Hochschulreformen
 - Schwierigkeiten mit dem Ungewohnten: Seminarvorbereitung, Rolle als Coach, Gestaltung von Prüfungsformen
- Hürden für die Studierenden
 - höherer Arbeitsaufwand problematisch vor dem Hintergrund stark verschulter Studiengänge und der Notwendigkeit des Nebenerwerbs
- Hürden für die Non-Profit-Organisationen und Einrichtungen
 - begrenzte Aufnahmekapazitäten, vor allem der Schulen
 - Fluktuation der freiwillig Engagierten als Problem; Hintergrund: Bezugspersonen für die Klientel, Einarbeitungsaufwand

Möglichkeiten der Förderung von Service-Learning I

- organisatorische Unterstützung, z.B. durch Rektoratsbeauftragte(r), Dekanatsstelle, Schaffung eines Zentrums
 - Anlaufstelle für alle Bezugsgruppen
 - Pflege der Kontakte zwischen Hochschule und Region
 - Informationsveranstaltungen
 - Marketing, Preisverleihungen
- kommunikative Unterstützung durch die Hochschul- und Fachbereichsleitungen, ggf. ausdrückliche Nennung im Leitbild / in der Profildarstellung der Hochschule
- Förderung bezogen auf die Studierenden:
 - Kreditpunkterwerb ermöglichen
 - Zulassungskriterium für Masterstudiengänge
 - Integration in Tutoren- oder Mentorenfortbildungen
 - Zusammenarbeit mit den Fachschaftsvertretungen und studentischen Organisationen, Nutzung studentischer Multiplikatoren, Alumniarbeit

Möglichkeiten der Förderung von Service-Learning II

- Förderung bezogen auf die Fachbereiche und Lehrenden
 - Anknüpfen an Traditionen projektförmigen Lernens und an vorhandene Kontakte in die Region
 - Informationsmaterialien: Leitfaden, Fachbibliothek
 - externe Fachvorträge, Präsentationen von Best-Practice-Beispielen
 - Austauschforum
 - Anbindung an die universitäre Forschung
 - Integration in hochschuldidaktische Weiterbildung
 - weitere Anreize: Anrechnung höherer Lehrleistung, finanzielle Unterstützung für kostenintensive Projekte, Arbeitsplatzanreize
- Behutsam einzusetzen: Erhöhung der Verbindlichkeit
 - Verankerung in den Curricula
 - Aufnahme in Ziel- und Leistungsvereinbarungen mit den Fachbereichen
 - Aufnahme in hochschulinterne leistungsorientierte Mittelvergabe
 - Aufnahme in die leistungsbezogene Professorenbesoldung

Möglichkeiten der Förderung von Service-Learning III

- Förderung bezogen auf die Non-Profit-Organisationen und Einrichtungen
 - regelmäßige Kontaktveranstaltungen
 - Organisationsberatung zur Gestaltung der Einarbeitung neuer Freiwilliger und zur Sicherung der Kontinuität der Arbeit in Fluktuationssituationen
 - systematische Bedarfsabfrage im Hinblick auf Arbeiten, die als Projekte im Service-Learning verwirklicht werden könnten
- Hochschulexterne Unterstützung von Service-Learning
 - Zusammenarbeit mit Ehrenamts-/Freiwilligenagenturen und kommunalen Beauftragten für ehrenamtliches Engagement
 - Zusammenarbeit mit Stiftungen
 - Zusammenarbeit mit der Mehrwert Agentur für Soziales Lernen, Stuttgart
 - Öffentliche Aufmerksamkeit über Preise und Auszeichnungen

Sachstand der Integration von Service-Learning in die Profile deutscher Hochschulen

- Service-Learning-Aktivitäten inzwischen an einer Reihe deutscher Hochschulen vorhanden, Gründung des Netzwerks „Bildung durch Verantwortung“
 - Universität Duisburg-Essen
 - Universität und Fachhochschule Erfurt
 - Universität Lüneburg
 - Universität Mannheim
 - Universität Würzburg
 - Universität des Saarlandes
- Bewertung: Service-Learning
 - korrespondiert zu den Erwartungen verschiedener Akteure aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft an Hochschulen
 - wird bislang nur vereinzelt als Profilvermerkmal kommuniziert, z.B. Mannheim (breiterer Kontext der Corporate Social Responsibility)
 - kann weitere Profilvermerkmale (z.B. praxisbezogene Lehre) unterstützen

Ausblick

- verstärkter Wettbewerb zwischen den Hochschulen fördert Bedarf an Profilbildung
- Bedarf an Profilbildung fördert Offenheit für Neues
 - Innovativität (Erprobung von Neuem) als solche kann Profilvermerkmal sein
 - einzelne Innovationen können auf Dauer gestellt zum Profilvermerkmal gemacht werden (verlieren dann aber den Innovationscharakter)
- ein Großteil der Profilbildung über Innovativität oder Innovationen erfolgt in der Forschung
- Service-Learning als ein Beispiel, dass Innovationen in der Lehre ggf. zum Profilvermerkmal werden können
- Profilbildungsbedarf als Motor für weitere Lehrinnovationen denkbar; hier greifen derzeit Anreize von außen (Wettbewerbe zur Verbesserung der Lehre durch Stifterverband und KMK, Stiftung Mercator und Volkswagen-Stiftung)

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit

